

БЛОГОСФЕРА КАК СЕТЕВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО

За последние несколько лет одним из важнейших источников информации стал интернет. И в рамках интернет-пространства блогосфера расширила свои возможности настолько сильно, что все труднее определить ее границы. Каждый день появляются новые платформы, форматы и блогеры, предлагающие свои темы для аудитории.

Блогосфера – совокупность всех блогов сети, предназначенных для: поиска и обмена информацией, формирования и высказывания своих мнений.

Блог (онлайн журнал, дневник событий) – веб-сайт, позволяющий регулярно публиковать заметки, статьи, изображения или медиаконтент на различные темы и получать отзывы на них.

Характерными признаками блога являются: краткие записи, которые обычно называют постами; хронологический порядок публикации; читатели, вступающих в публичную дискуссию с автором; временная значимость.

Блогосферу можно разделить на несколько частей: по языковой и региональной принадлежности, по тематике блогов и по типу самих блогов [1].

Одновременно блогосфера является очень удобной площадкой для размещения рекламы, которая может влиять на общественное сознание и проведения маркетинговых и социальных исследований.

Существует также понятие «серая блогосфера» – доля «мусора» в блогосфере, это блоги (спам-блоги, или сплоги), которые не раскрывают заявленную тематику, характеризуются постоянным перекрестным цитированием друг друга (пиаром) и отсутствием четкого плана развития [2, с. 54].

Текущая ситуация развития блогосферы в Республике Беларусь. На данный момент текстовая блогосфера (статьи, газеты, новости, материалы, публикации, справочная информация) находится в упадке, на смену ей пришли микро- и видеоблогеры со своими правилами и особенностями ведения блога. После этого многие блогеры перестали видеть смысл в ведении персонального блога или просто испугались конкуренции, другие же стали вести исключительно профессиональные блоги, а кто-то же переключился на создание медиаконтента (аудио- и видеозаписи) на канале Ютуб. Также в данный момент блоги позволяют восполнять дефицит общения журналистов с аудиторией. Благодаря блогам журналисты могут быстро получить нужную информацию не выходя из здания редакции, появляются новые темы для обсуждения. Растет база проектов с блогерами как единичных – прямой рекламы и интеграций, так и долгоиграющих, специальных проектов. К примеру: сотрудничество с компанией «Борджоми», бла-

годаря которому идет развитие туризма в Беларуси; странное поведение белорусских блогеров, которые вызвали бурную реакцию в соцсетях, это реклама Snickers. Например, в одном видео Д. Ермузевич со скандалом прорывается в ресторан, Ю. Годунова разбивает фотоаппарат на съемках, офисный работник психует и разбивает ноутбук таким образом, они показывали окружающим свой голод, выражая известный слоган компании «Ты не ты, когда голоден» [3]; бренд Huawei предоставил многолетним пользователям айфона протестировать свой смартфон, и после месяца использования нужно было написать правду о плюсах и минусах телефона; проекты с бьюти-брендами Essence, Catrice и др. В данный момент идет бурная тенденция роста популярности формата ведения блога в мессенджерах (WhatsApp, Viber, Telegram).

Зачем нужен блог? Каждый человек заводит блог для собственных нужд:

- публикации своих мыслей, впечатлений и историй о важных событиях в жизни с использованием фотографий, видео и других заметок;
- поиска единомышленников, новых друзей и деловых партнеров;
- самовыражения, самосовершенствования и получения новых знаний в области интернет-технологий;
- продвижения собственного имени и создания личного бренда;
- создания интернет бизнеса и заработка денег в интернете;
- развития навыков в области копирайтинга и рерайтинга;
- помощь другим людям в решении каких-либо проблем, при помощи написания статьи с ответом.

Преимущества и недостатки продвижения в блогосфере. *Преимущество:* блоги отлично индексируются поисковыми системами. Чем больше ссылок на сайт, тем он выше в поисковой выдаче. *Недостаток:* аудитория бывает излишне критична. Необходимо быть готовым к тому, что ваши товары и услуги будут иметь не только положительные, но и отрицательные отзывы, даже если вашей вины в этом нет.

Преимущество: создать свой блог можно абсолютно бесплатно. В настоящее время есть огромное количество сервисов, которые позволяют это сделать. *Недостаток:* информация на сайте должна постоянно обновляться, при этом она должна быть уникальна. Главное – заинтересовать потенциальных потребителей, иначе блог перестанут посещать.

Преимущество: информация о компании будет доступна широкой аудитории. Как заметили специалисты, люди больше доверяют информации в блогах – значит доверие к компании будет расти, ее начнут обсуждать, компания станет более известной в обществе. *Недостаток:* самораспространение информации. Также является и минусом блогосферы. Негативные отзывы и слухи о компании распространяются намного быстрее.

Преимущество: социальный трафик более таргетирован. Блог будут читать те, кто действительно интересуется вашими товарами или услугами. *Недостаток:* спам. При выборе площадки для ведения блога обратите внимание на ее модерлируемость и содержание спама [4].

Преимущество: самораспространение информации. Если информация интересна, то пользователи сами начнут ее распространять, публикуя в блогах и различных социальных сетях. В блоге можно размещать различные новости компании, акции, информацию о скидках и т. д. Таким образом, вся информация будет доходить до клиентов намного быстрее.

В связи с этим можно сделать следующие выводы: не нужно бояться критики со стороны окружающих, если у Вас есть огромный интерес и получаете вдохновение от ведения своего блога, не стоит сразу бросать начатое дело, стоит прислушаться к конструктивной критике в свой адрес, выяснить, какие есть ошибки, и сделать из этого вывод. Одна из главных задач блога – заинтересовать потенциальных потребителей. Сейчас ведение блога – является трендом, и существует

множество площадок, но для каждой категории блога есть своя площадка, поэтому стоит правильно рассмотреть существующие варианты, чтобы успешно продвинуть свой блог.

Список использованных источников

1. Микроблоги и видеоблоги в блогосфере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blogwork.ru/что-такое-blog/>. – Дата доступа: 19.03.2019.

2. *Калмыков, А. А.* Интернет-журналистика. Теоретические основы : учебник / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – М., 2018. – 370 с.

3. 8 голодных симптомов, которые делают людей агрессивными [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.tut.by/society/628902.html?crnd=89788>. – Дата доступа: 19.03.2019.

4. SEO CUT BLOG [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://blog.seocut.ru/sotsialnye-seti/blogosfera-plyusy-i-minusy/>. – Дата доступа: 19.03.2019.