

СОВРЕМЕННАЯ БЛОГОСФЕРА

Н. И. Иовва

*Приднестровский государственный университет им. Т. Г. Шевченко,
ул. 25 Октября, 108, 3300, г. Тирасполь, Приднестровье,
iovva.nata@mail.ru*

В статье рассматривается блогосфера, которая является важной частью современной коммуникации. Обращается внимание на наиболее заметные тенденции развития современной блогосферы.

Ключевые слова: блогосфера; СМИ; интернет; сетевая коммуникация; блог.

MODERN BLOGOSPHERE

N. I. Iovva

*Shevchenko Transnistrian State University,
108, 25th Oktyabrya Str., 3300, Tiraspol, Transnistria
Corresponding author: N. I. Iovva (iovva.nata@mail.ru)*

The article examines the blogosphere, which is an important part of modern communication. Attention is drawn to the most noticeable trends in the development of the modern blogosphere.

Key words: blogosphere; mass media; Internet; network communication; blog.

Сегодня блогосфера, как один из существенных источников информации, активно развивается и расширяет свое поле, оказывая значительное влияние на информационно-коммуникативную деятельность, составляя конкуренцию традиционной журналистике.

Блогосфера практически ежедневно пополняется новыми блогерами и влогерами. Стоит отметить, что теперь для того, чтобы стать блогером, не обязательно писать статьи на специальных сайтах, предназначенных для ведения блогов и интернет-журналов. Для блогерства достаточно любой социальной сети, так как в них есть возможность составлять специальные посты, в которых будет присутствовать и текстовая часть, и медиа в виде фотографий, видео и т. п. Поэтому блоги представляют собой не просто средство сетевой коммуникации, но и ее особую стадию развития.

Можно выделить следующую дефиницию:

Блогосфера – это совокупность блогов сети Интернет, объединяющая всех блогеров между собой, образуя единую информационную базу данных [1, с. 38].

В развитии современной блогосферы есть несколько наиболее заметных тенденций:

1. Блоги становятся инструментом социальной журналистики.

Они позволяют формировать сетевые сообщества, которые являются другим средством коммуникации. Главными преимуществами блогов для гражданской журналистики являются оперативность и способность формировать определенное общественное мнение.

2. СМИ переходят в электронный формат.

Крупные средства массовой информации создают свои собственные блоги, сайты и странички в социальных сетях. Плюсы такого перехода СМИ в интернет – это оперативность, так как новости публикуются быстрее, чем их показывают по телевидению или печатают в еженедельных газетах; наличие обратной связи. Безусловно, СМИ и без этого обладали обратной связью с читателями, радиослушателями и телезрителями. Но в сетевой коммуникации обратная связь стала активнее и более выраженной. Теперь пользователи могут свободно писать комментарии под постами в блоге и порой даже получать прямой ответ от журналистов или редакторов. Обратная связь стала намного проще, так как нет необходимости писать письмо, запечатывать его в конверт и отправлять на адрес редакции.

3. Происходит интеграция блогов и корпоративных сайтов.

Предприниматели и бизнесмены, подметив плюсы и минусы блогерства, создают свои блоги и используют их как средство для привлечения новых клиентов. К тому же нередко блоги применяются для организации малого бизнеса, чаще всего связанного со сферой услуг (например, реклама, PR, веб-дизайн, поисковое продвижение и т. д.). Вследствие этого, блоги меняют свой первоначальный формат – лента постов. В большинстве блогов можно найти различные разделы, объединенные одной тематикой или целью.

Деловые блоги продвигают обучение онлайн, поэтому в них легко можно найти видеоуроки или скринкасты (цифровая запись в формате аудио или видео, произведенная непосредственно с экрана компьютера). Особую популярность приобретают вебинары (интерактивные семинары). Все это помогает блогерам привлекать новых потенциальных клиентов.

4. Оптимизация блогов под мобильные телефоны.

Мобильный телефон упрощает жизнь человека и позволяет ему выходить в интернет в любое время в любом месте. Поэтому все больше и больше сайтов подстраивают свои сайты не только под компьютерный формат, но и под мобильный. На мобильную версию переходят не только различные сайты и блоги, но и социальные сети, поисковые системы.

Тенденция оптимизации сайтов под мобильный формат привела к тому, что уменьшилось количество флэш-сайтов. Флэш – это мультимедийная платформа для создания веб-приложений, мультимедийных презентаций, рекламных баннеров, анимации. Также флэш используется для воспроизведения аудио- и видеозаписей на веб-страницах. Чаще всего именно флэш затрудняет загрузку страниц через мобильные телефоны.

5. Сравнение и приравнивание блогов к СМИ.

Блоги не проходят обязательную регистрацию как СМИ, поэтому считать блог средством массовой информации нельзя. Особое внимание при их сравнении уделяется фактчекингу – проверке фактов. В СМИ каждый журналист обязан проверять и перепроверять полученные данные, чтобы потребитель получил проверенную и достоверную информацию. Блогеры не обязаны заниматься фактчекингом, поэтому только малая часть из них действительно проверяет то, что пишет. Остальные же довольствуются одним источником, либо распространяют информацию от своего лица, добавляя свое личное мнение. Однако существуют и такие блогеры, которых еще называют инфлюенсеры. Публикации инфлюенсеров и их мнение оказывают заметное влияние на подписчиков. Некоторых инфлюенсеров порой цитируют журналисты и обращаются к ним в том случае, когда им необходимо мнение эксперта, специалиста.

6. Переход от специализированных сайтов к социальным сетям.

Блогосфера насыщена блогерами, а по некоторым темам даже перенасыщена. Новые форматы и желания потребителей заставили блогеров оставить привычные сайты, которые служили для ведения блогов, и перейти в социальные сети. Это увеличило охват потенциальных подписчиков, но и увеличило конкуренцию между разными блогерами, объединенными одной тематикой.

Блоги являются важным средством коммуникации, которое приобретает все большую популярность и силу в воздействии на мнение окружающих. Авторитетные блогеры обладают кругом поклонников, которые безоговорочно им верят, поэтому изучение блогосферы является важной отраслью. Чем больше люди зависимы от информации, тем больше им хочется ее получать

и не только от стандартных средств массовой коммуникации, но и от людей, которые имеют свое определенное мнение, порой подкрепляющееся оценкой эксперта.

Таким образом, средства массовой коммуникации и блоги являются важной частью коммуникации, которая с каждым поколением только расширяется. Общение для людей необходимо, особенно в век информационных технологий. Поэтому возрастает влияние СМИ и блогеров на мнение людей, смотрящих их с экранов телевизоров и телефонов. Блоги, как и средства массовой информации, способны влиять на следующие сферы и аспекты жизни общества: публичная коммуникация политиков и общественных деятелей; коммуникативные стратегии в решении бытовых проблем или межличностных; формирование гражданской ответственности у общества; выработка определенных представлений и мнений, касающихся страны, мира, ценностей, понятий, моральных качеств и т. д.

Библиографические ссылки

1. *Иовва Н. И.* Журналистика и география [Текст] / Материалы Всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием. Воронеж: Факультет журналистики; Факультет географии, геоэкологии и туризма ВГУ, 2022. Т. 1. С. 38–42.