

УДК 316.776

БЛОГИНГ КАК ОДИН ИЗ ВИДОВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ МОЛОДЕЖИ¹

Голикова С.В., студентка ГФ ТУСУР (Томск)

В статье характеризуется сущность и содержание блогинга, феномен видения блога, которой позволяет донести до молодых людей больше информации и помочь им в самореализации, а также повысить их социальную активность. Представлен мониторинг по медиа - площадкам (YouTube, Instagram и ВКонтакте).

Ключевые слова: блогинг, молодёжь, медиа-площадка, мониторинг.

BLOGING AS ONE OF THE TRANSMISSION KINDS OF INFORMATION FOR YOUNG PEOPLE

Golikova S.V., Student GF TUSUR (Tomsk)

The article describes the essence and content of blogging, the phenomenon of seeing a blog, which allows you to bring more information to young people and help them to self-realization, as well as to increase their social activity. Presented monitoring by media platforms (YouTube, Instagram and VKontakte).

Keywords: blogging, youth, media platform, monitoring.

Блогинг как один из видов передачи информации, стал для современной молодежи очень популярным, в этой области реализуются многие потребности молодого общества. Для блогинга в наибольшей степени характерны такие черты как поиск новизны и харизма. Впервые, блогинг образовался в 1992 году на странице Тима Бернерса – Ли, он публиковал там новости, в дальнейшем распространение блогов произошло в 1996 году. Сейчас же блог можно вести на разных медиа – платформах в интернете, таких как ВКонтакте, Одноклассники, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter и другие социальные сети.

Блогинг – это веб-сайт, содержимое которого регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедия. Для блогов характерны не длинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке, также возможность публикации отзывов посетителями, это делает блоги средой сетевого общения, имеющий ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей и чатами. Совокупность всех блогов сети принято называть блогосферой. Ведением блогов

¹ Статья выполнена в рамках проекта ГПОФС 1801

занимается блогер, по авторскому составу блоги могут быть личными, общественными или групповыми. Также, они могут подразделяться по содержанию на тематические и общие. Введение блога предполагает наличие программного обеспечения, которое даёт доступ обычному пользователю изменять, добавлять записи, а также публиковать их во всемирной паутине. Такое ПО называется движком блога и является частным видом системы управления содержимым.

В наше время введение блога стало очень популярным, практически каждый пятый молодой человек пытается реализовать себя как блогер. Связи с тем что на медиа - платформах появилось слишком много различных блогов на разные темы, не всегда удается удержаться на информационном рынке. В основном это зависит от того, что блогер просто не попадает в тематику которая интересна обществу. Также большую роль играют то, насколько четко был проработан блог, составление текста, четкая и внятная информация. Благодаря блогингу, стало проще и быстрее доносить информацию до молодежи, ведь практически каждый молодой человек сидит в социальных сетях.

Следует учитывать, что чтение блогов и авторство – разных по содержанию процесса. Люди, пользующиеся коммуникативными возможностями блогов вне контекста ведения собственного блога, отмечают возможности общения с людьми, с которыми они не имеют возможности общаться непосредственно, например, со знакомыми живущими в других странах или городах. Такая форма общения наиболее удобная, так как она не предполагает обязательной взаимности и других ограничений общения друг с другом.

Евгений Горный в своей статье [1] выделяет помимо поддержания контакта с близкими, следующие цели, которые можно преследовать читатель блогов:

- Получение информации;
- Чтение – развлечение;
- Отслеживание реакций публики на те или иные действия;
- Чтение ради социализации, ощущения себя причастным к жизни известных людей.

В ходе опроса блоггеров Livejournal, проведенного 2005 году [2], были выделены следующие функции блогов:

- Коммуникативная функция
- Функция самопрезентации
- Функция развлечения
- Функция сплочения и удержания социальных связей
- Функция мемуаров
- Функция саморазвития, или рефлексии

- Психотерапевтическая функция

Проблема заключается в том, что молодым людям не всегда удается узнать какую – нибудь информацию традиционным путём (газета, новости по телевизору, радио) из-за того, что это уже стало не актуальным и не удобным в 21 веке, в отличие от приложений в интернете, которые всегда под рукой. В различных социальных сетях каждый может подобрать ту тему которая ему близка по духу, развиваться, учиться и даже зарабатывать с помощью блогинга.

Рассмотрим три медиа-площадки для блогинга YouTube, Instagram и ВКонтакте.

YouTube – это видеохостинговый сайт, предоставляющий своим пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. Каждый месяц YouTube посещает 1,8 миллиардов активных пользователей, в России занимает первое место среди социальных сетей.

Instagram – это приложение для обмена видеороликами и фотографиями с элементами социальных сетей, которое позволяет распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей. Ежемесячная аудитория Instagram составляет 800 миллионов активных подписчиков, из которых 500 миллионов пользуется им ежедневно, занимает четвертое место по популярным социальным в России.

ВКонтакте – российская социальная сеть со штаб – квартирой, которая находится в Санкт-Петербурге, сайт доступен на более чем 90 языках. Также, ВКонтакте насчитывает более 219 миллионов ученических записей, является обладателем второго места по популярности среди социальных сетей в России.

Все эти медиа-площадки отлично подходят заработка денег, развития бизнеса.

Наиболее высокий спрос имеют следующие темы:

- Любовь, отношения, дружба
 - Деньги, недвижимость
 - Карьера
 - Путешествия
 - Здоровье и спорт
 - Образование
 - Амбиции и мечты
-

Литература:

1. Gorny E. (2004) Russian LiveJournal: National specifics in the development of a virtual community Version 1.0, 13.05.2004
 2. Волохонский В. Л. Психологические механизмы и основания классификации блогов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / Под ред. Волохонского В. Л., Зайцевой Ю. Е., Соколова М. М. — СПб.: Издательство СПбГУ, 2006
-