

## Блоггеры – чума современного Интернета или новое социальное явление

Сергей Абрамян  
www.abrams.ru  
[9674605@mail.ru](mailto:9674605@mail.ru)

А мы всё чаще забываем, что Интернет — явление сравнительно молодое. Но уже многие из нас, особенно молодёжь, даже не представляют сейчас своё существование без него. Он — это работа и отдых, развлечения и учёба... Возрастающая сила воздействия Интернета на нас, жителей всех континентов, старых и молодых, с учёной степенью и неучей, серьёзных и смешливых, стала предметом многих научных исследований. Никто не может предсказать, как дальше будет развиваться Интернет. Он, как могучий ливневый поток, прокладывает себе путь. Сегодня мы поговорим с вами о сравнительно недавно образовавшемся направлении развития Интернета — блогах и блоггерах, которые, используя новые компьютерные технологии размещают в Интернете свои собственные мысли, комментарии, заметки.

Количество блогов увеличивается безумными темпами. Согласно информации блогодцентра Technorati в июле количество блогов перевалило за 50 миллионов. Примерно каждые шесть с половиной месяцев количество блогов увеличивается вдвое. Три года назад блогосфера была в три раза меньше, чем сейчас. Ежедневно на блогах размещается около 1,6 миллиона постов. Каждую секунду в мире рождается два-три новых блога и размещается 18,6 новых постов. Это явление не могут объяснить ни аналитики, ни теоретики, ни практики Интернета.

На сентябрь 2006 года в Рунете было зарегистрировано более 1150000 блогов (по данным Яндекса). Более шестидесяти процентов авторов дневников размещают их на российских блог-хостингах. Самые известные из них — это LiveJournal.com (примерно 45% записей в день), LiveInternet.ru (чуть меньше 20%), Diary.ru (более 13%) и Blogs.mail.ru (более 7%). По статистике примерно шестьдесят процентов российских блоггеров — женщины, сорок — мужчины. Если средний возраст российского пользователя Интернет двадцать восемь — тридцать лет, то средний возраст блоггера — примерно двадцать один год. Основная часть блоггеров проживает в крупных городах России. В блогосфере отражаются события во всех сферах нашей жизни, а также какие-то личные, внутренние, из жизни самих блоггеров. Так как возможность работать онлайн возникла благодаря американским специалистам по программному обеспечению, то и первые блоггеры появились в Америке. Американские блоггеры достаточно молоды: от 18 до 30 лет. Проживают в основном в пригородах больших американских городов, где популярность Интернета гораздо выше. Чаще всего американский блоггер — не белый американец, а афро-американец или испаноговорящий.

Большая часть блоггеров пишет о личном жизненном опыте (около 37%). О политике пишут 11% блоггеров. Затем по порядку следуют темы развлечений, бизнеса, религии, здоровья, хобби. Блог может иметь много тем, но личный опыт присутствует в большинстве из них.

Явление блоггерства начало быстро распространяться по всему миру. По ориентировочным оценкам специалистов, в Китае около пяти миллионов блоггеров, меньше всего их на Африканском континенте, по самым приблизительным оценкам специалистов — около шестидесяти тысяч. По количеству действующих блоггеров (более двух миллионов) среди других стран (помимо США) сильно выделяется Франция. Луи Ле Мер, управляющий одной из самых известных французских компаний по программному обеспечению заметил, что блоги становятся во Франции одним из важных средств самовыражения, что, безусловно, вызывает беспокойство работников традиционной журналистики. Да, взаимоотношения блоггеров и традиционных журналистов заставляют задуматься. Кто-то из журналистов понял и поддержал блоггеров, а кто-то выступает категорически против этого явления.

Что же такое есть блог и кто такие блоггеры? Почему это явление стремительно развивается и не поддается никаким прогнозам? Попробуем ответить на эти и другие вопросы.

Вы нигде не сможете найти точного определения слову блог. Хотя известно, что слово «блог» произошло от английского «web-log», веб-дневник. Можно сказать, что блоги — это разговор, где можно высказать своё мнение, устроить обсуждение с участием других блоггеров. Иными словами, блог — это сетевой дневник, где у его читателей есть возможность оставить комментарий. Или по-другому, блог — это инструмент для самовыражения, контакта, создания отношений между людьми. Очевидно, что блог — это возможность для людей почувствовать себя создателями и показать созданное ими.

Блоги обычно имеют три общих признака:

- это, прежде всего, веб-страницы, которые легко обновить и расширить; состоят они из postings (постов), то есть коротких сообщений;
- сообщения обычно расположены в обратной хронологии, то есть новые статьи добавляются вверху страницы;
- наличие гиперссылок (тематические теги и структура навигации) к другим страницам.

Авторы блогов образуют свою ленту новостей. Как правило, сообщения написаны простым, понятным человеческим языком, что привлекает участников разговора. Кроме того, как уже выше упоминалось, блоги — это способ отразить свои мысли, комментарии, переживания (а иногда, и глупости) в режиме онлайн. То есть это общение на мировом уровне, другими словами, выход на всемирную аудиторию.

Блоггерство — принципиально новое социальное явление, которое приобретает иногда значительное влияние на общество в виде совершенно по-иному организованных людей, оказывающих влияние даже на политическую жизнь страны (вспомните последние президентские выборы в США, когда было оказано влияние на расстановку сил). Причину популярности явления объяснить сложно. Людям, которые пользуются Интернетом только в силу служебных обязанностей или просто редко, даже не представляют масштабов блоггерства. Может быть, именно лёгкость, с которой можно выйти на публику, высказать сокровенное не глядя никому в глаза, поплакаться и дожидаться совета, а при желании и удаче даже заработать деньги, и есть одна из причин столь массового ведения блогов? Никакой редакции, коррекции, набора текстов, собственно и контроль-то только авторский. Но тут тоже есть опасность. Если ты интересный автор, то и блог твой читают. А если нет? Кто-то ищет публичности, а кто-то прикрывается псевдонимом. Очень многие тщательно скрывают свою настоящую жизнь от той, которую ведут на публике, т. е. в Интернете.

Во Всемирной сети нет двух одинаковых блогов, как на Земле нет одинаковых людей. Кому-то блоги в принципе не нужны, хватает чатов, почты, форумов, интернет-пейджера (ICQ). А кто-то чувствует полёт мысли, описывая свои переживания, оставляя комментарии к событиям или участвуя в блог-споре. И однажды утром он просыпается известным блоггером, «тысячником», сообщения которого ждут. Блоггерами могут стать студенты, повествующие о сложностях учёбы и возможностях преодолеть трудности; грамотные люди, увлекающиеся политикой и имеющие своё мнение; политики, отстаивающие свои позиции; технические специалисты, дающие хорошие советы; путешествующие пенсионеры; журналисты, проводящие профессиональные расследования; отличные домохозяйки, имеющие опыт воспитания детей и так далее. Список можно продолжать бесконечно.

Но, безусловно, чтобы заинтересовать читателей, надо быть удачным блоггером. Надо писать так, чтобы людям хотелось читать, быть либо отличным автором, либо грамотно и последовательно продвигать известную точку зрения. Определённо, удачным блоггером можно назвать того, у кого много подписчиков, кто успешно влияет на читателей, или кому доверяют свои мысли. Надо быть профессиональным блоггером, хотя определения этого понятия нет. Надо иметь перед собой цель, настойчивость и убеждённость в её достижении. С. И. Ожегов в Словаре русского языка дал определение: «профессионал — это человек, занимающийся чем-нибудь как профессией» (М., 1973). Значит, профессиональный блоггер — это человек, который не просто ведёт блог, а ставит перед собой цели, задачи и знает, как их достигнуть.

Иногда блоготом обзаводится действительно известная личность — политик, писатель, спортсмен. Количество «френдов» у такого человека, при условии, что он искренний, интересный, умный и ему есть о чём поговорить, донести до слушателя, вырастет очень быстро. Среди многотысячников можно найти ЖЖ (Живой Журнал) с систематическим описанием стран, уникальными фотографиями и т. д. Оказывается, что часто владельцы таких блогов — неприметные люди, учителя, программисты, инженеры, обладающие даром увлечь других и талантом рассказчика. Иногда автор выбирает для себя эпатажный стиль ведения блогов. И человек-то, может быть, уважаемый, а вот любит покуражиться. Если авторы собираются по интересам, то возникают различные сообщества: изучающих иностранные языки, любителей книг, живописи, анекдотов, кино и т. д.

В блогах можно узнать рецепты блюд, последние сплетни о звёздах, что-то продать или купить, обсудить модные тенденции в одежде, достоинства и недостатки товаров народного потребления... Всё можно в блогах. В блогах можно жить. Но нормально ли это? Не слишком ли много времени уделяем мы или наши дети, родные, соседи виртуальной жизни? К чему идёт человечество, переводя общение в виртуальную область? Ведущие аналитики мира стали всё чаще обращаться к этой теме, проводить исследования, анализировать ситуацию.

Надо учитывать, что блогосфера — образование чрезвычайно мобильное, не успел чиновник или политик ошибиться или оговориться, как вся планета уже в курсе. Часто бывает, что снимок или новость появляется в чьём-то блоге, и только потом после проверки в официальном издании или новостях на ТВ.

Реальностью сегодня является изолированность (при небольшом пересечении) сообщества блоггеров и представителей традиционной журналистики, т. е. СМИ. Немолодые сотрудники Рунета иногда вспоминают обиду, с которой слушали пересказ своих эксклюзивных публикаций на ТВ с оговоркой «как сообщают в Интернете». Много воды утекло, пока признали Интернет-ресурсы в качестве полноправных СМИ. То же происходит и с блогами. Вспомните, хотя бы случай с захоронением в Химках, явный конфликт между блоггерами и традиционными средствами массовой информации. Наверное, когда-нибудь признают и блоггеров.

Уже сейчас на пресс-конференциях часто первыми места в залах занимают блоггеры, которые, услышав новость, тут же публикуют ее в Интернете. И очень много людей обращаются к их вполне профессиональным блогам. Пока-то завтра выйдет газета или выпуск новостей. А тут сообщение в режиме реального времени. Можно сказать, что сейчас идёт борьба за власть, власть информационную над публикой, между лучшими представителями мирового сообщества блоггеров-профессионалов и представителями традиционных СМИ. И даже если ни в какое сравнение не идёт посещаемость этих блогов с тиражами газет, то во влиянии мнений, комментариев авторов таких блогов на умы читателей никто не усомнится. Есть среди блоггеров такие, кто прекрасно владеет пером и не хуже журналистов освещает события, является уважаемым и читаемым автором. Журналисты-профессионалы, как правило, своего личного мнения к происходящему не высказывают, кроме комментаторов. И не раскрывают своих секретов. А блоггеры могут прокомментировать и способы работы журналистов, и качество представления новостей.

Мобильные по своей сути блоги — прекрасное средство передачи информации во время критических событий, стихийных бедствий, когда каждый незначительный факт ожидается с нетерпением. Но, обладая средством быстрой передачи информации, у блоггеров не всегда есть время на проверку фактов. И очень легко оказаться в числе неблагоденных, передающих неточную или откровенно неверную информацию. И соответственно, потерять читателей, которые настроенно относятся к фактам, опубликованным в режиме онлайн.

14 июня 2007 г. в Америке были представлены на рассмотрение в Юридическом комитете палаты представителей поправки к закону о свободе информации. В соответствии с этими поправками, блоггеры признаются равными в правах с журналистами, следовательно, они могут утаивать

источники конфиденциальной информации. Сторонники закона полагали, что в случае опубликования информации автор функционирует не в собственных интересах, следовательно, должен быть защищён от всякого рода преследований. Против выступала администрация президента Америки. Помощник генерального прокурора Рейчел Бренд высказала мнение, что закон слишком широко истолковывает представление об источнике информации и любой человек может воспользоваться правами прессы, в том числе и неправомерно. Также Рейчел Бренд сказала, что такого рода поправки — это прямая угроза национальности и препятствие в расследовании преступлений. В высказывания некоторых республиканцев прозвучала мысль о том, что закон защищает лица, которые публикуют лживую и непроверенную информацию.

Нельзя не сказать и о том, что на быстро растущее количество блогов уже рассчитывают производители, как на способ развернуть рекламную кампанию товаров и услуг. Такая программа, например, была проведена в США. Компания Sprint подарила блоггерам телефоны своего производства. В ответ блоггеры, стали размещать свои отзывы о подаренных телефонах в своих сетевых дневниках. В этом, конечно, нет ничего особенного. Но блоггера, как мы уже говорили, никакой редактор не контролирует. Блоггер — тоже человек. И сложно говорить о беспристрастности и отсутствии эмоций, если человек передаёт информацию в Интернет в режиме реального времени. Кроме того, с блоггерами надо уметь общаться. Иногда желание подружиться может привести к обратному эффекту. Как пример можно привести язвительные замечания в известном блоге Гоукера. Это была реакция автора на решение компании Weber Shandwick пригласить блоггеров на конкурс компании KFC. Только помните, что все наши «труды» сохраняются в Интернете достаточно долго и всякие резкости и глупости могут выйти в результатах Интернет-поиска.

И в заключение. Обратите внимание на книгу Дэна Гиллмора, директора Центра общественных медиа «We the media» («Мы-медиа: народная журналистика — создано людьми и для людей»). Книга полностью посвящена истории развития движения блоггеров и возникновению нового мирового явления — народной журналистики, которое стало вызовом традиционным медиа в их роли посредников информации на её пути к массовой аудитории.