

# Блоги: эволюция и взаимодействие

---

(видеолекция)

В данной лекции речь пойдёт об истории развития блогов и о взаимодействии с блогерами.

Как вы помните, интернет создавался как научный эксперимент – изначально сеть объединяла компьютеры в университетах разных штатов США. Блоги тоже появились благодаря науке.

В 1992 году британский учёный Сэр Тимоти Джон Бернерс-ли начал вести журнал страниц, использующих протокол World-wide WEB. Этот журнал носил название Web-log. В каталоге содержались адреса и краткая характеристика веб-страниц. Сейчас подобные каталоги ведут все поисковые роботы.

Таким образом, блоги существуют с тех времён, когда странички в интернете один человек мог каталогизировать вручную.

А ещё, стоит заметить, что первый блогер был обзорщиком □

Интернет рос. Количество пользователей увеличивалось, и в 1999 году произошла очередная веха развития интернета в целом, и блогов в частности.

В этом году запустились сразу две крупные платформы, позволившие вести блог каждому пользователю интернета: [blogger.com](http://blogger.com) и [livejournal.com](http://livejournal.com). С тех самых пор у рядовых пользователей интернета появился инструмент для создания собственного контента.

Движемся дальше. В 2004 году университетская среда вновь подарила миру кое-что, без чего сложно представить современную жизнь. Марк Цукерберг запустил первую социальную сеть Facebook.

Рекомендую посмотреть фильм Дэвида Финчера «Социальная сеть». Как биографическое кино, он довольно растянут, но прекрасно раскрывает суть социальных сетей.

В 2005 году энтузиасты создают платформу для просмотра видеороликов – YouTube. На сегодняшний день это – часть поисковой машины Google, очень гибкая и наиболее популярная видеоплатформа.

Год 2006 ознаменовался созданием первой российской социальной сети ВКонтакте и платформы для микроблогов Twitter. Изначально Twitter предлагал выражать мысли кратко: длина сообщения не должна была превышать 140 символов.

В 2008 году в России президентом стал Дмитрий Медведев. Ему создавали образ приближенного к молодёжи. Так, с лёгкой руки политтехнологов, президент страны появился в Твиттере, а политики обратили внимание на социальные сети.

В 2010 году был создан Instagram – социальная сеть для обмена фотографиями.

В тот же год в России был принят Закон о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.

В 2011 году была создана социальная сеть, по концепции наиболее близкая к логике межличностного взаимодействия – Google+.

Если в Фейсбуке и Вконтакте список контактов формировался по принципу телефонной книги (в алфавитном порядке, а позже, учитывались предпочтения по частоте обращений), то в Гугл плюс список контактов формировался на основе кругов общения.

В 2012/13 годах началось тестирование так называемых «умных лент». В основе технологии лежала нейросеть, которая обучалась считывать интересы и предпочтения пользователя, и составляла персональную выдачу материалов в новостной ленте. Одна за другой на эту технологию переходили все социальные сети. Фактически, изначальная концепция социальных сетей прекратила своё существование с началом трансформации в социальные сервисы доставки контента.

В 2016 было создано социальное медиа для обмена короткими видео TikTok.

Продолжаем тему регулирования интернета. Очередной вехой стал 2018 год. На этот раз, на межгосударственном уровне, в Европейском Союзе, был принят Общий регламент по защите персональных данных GDPR.

В социальных медиа начинаются настоящие информационные войны, и некоторые из них национализируются.

Сегодня блоги и социальные медиа находятся в состоянии непредсказуемого будущего. Остаётся только следить за дальнейшей трансформацией.

Теперь скажем пару слов о концепции UGC.

Аббревиатура UGC означает User Generated Content. Буквально, контент, генерируемый человеком.

Изначально в интернете была монополия корпораций. Интернет, в этом смысле, не отличался от традиционных медиа. С развитием этой концепции, компании постепенно теряли вес в информационном пространстве. Сегодня в сети господствуют пользователи. Скоро диктатуру людей сместят алгоритмы по генерации контента.

Но пока балом правит пользователь. Скажем пару слов о том, как использовать блоги и социальные медиа в работе.

Начну с собственного кейса в Твиттере. На тот момент в аккаунте было около 100 подписчиков. Шутка над инициативой Правительства Новосибирской области «выстрелила». За двое суток было сделано более сотни перепостов, количество лайков перевалило за 250, а телефон не переставал жужжать от оповещений. Суммарный охват превысил 70 тысяч пользователей. Нет алгоритма по созданию так называемого «вирусного» контента.

О взаимодействии с блогерами: необходимо подобрать авторов, чья подача материала будет наиболее близка сущности продвигаемого объекта.

И снова кейс – по продвижению книги «Аттракцион свободы» при помощи блогеров.

Изначально был составлен длинный список из, приблизительно, 40 книжных блогеров на YouTube. После просмотра материала (по 2-3 ролика у каждого), в коротком списке осталось 7. Из них согласились сделать обзор двое.