

ЕФЕКТИВНІ МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО БЛОГУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Маслова О.О., студентка

Національний авіаційний університет, м.Київ

Науковий керівник – Кевлюк І.В., старший викладач кафедри журналістики

Постановка проблеми в контексті сучасної науки та її зв'язок із важливими науковими й практичними завданнями. Актуальність дослідження зумовлена мільйонною появою різноманітних блогів на різні тематики, які ефективно прирівнюють до нових медій, дискусійністю питання щодо правильного введення блогу з боку журналіста, порівняння журналіста, як новітнього блогера з великим досвідом й правильними знаннями.

Блогерство як довільне, неформальне, неупереджене інформування через соціальні мережі, Інтернет-ЗМІ, Інтернет-варіанти традиційних ЗМІ називають народною, громадянською, альтернативною журналістикою. Про це, зокрема, пишуть: Ю. Кісса у статті “Блоги — це неформальна журналістика” [1].

Аналіз останніх досліджень цієї проблеми. Про блоги як про поле громадянської Інтернет-журналістики писали Л. Вільямс, Д. Гілмор, М. Деузе, В. Кассіді, Дж. Ласіка. [4]

Мета дослідження: визначити найефективніші методи просування для блогів в соціальних мережах.

Завдання: розкрити поняття блогів, як складова сучасних засобів масової комунікації, визначити головні особливості контенту, виявити сучасне ставлення суспільства до ведення блогу, зрозуміти важливі компоненти для просування блогу у соціальних мережах, з'ясувати популярні види блогів, розкрити сутність методів просування.

Важливою характеристикою для блога є те, що він є сучасним засобом комунікації між автором для підписниками. Це надзвичайно важлива частина розвитку ЗМІ у двадцять першому столітті. Зазначимо, що мета журналістики - дослідити та повідомити про події, які по-різному на життя людей та суспільство. Різні види охоплюють різні аспекти життя, які журналісти на суспільство, звертаються до різної аудиторії та висувають вимоги до об'єктивного повідомлення фактів.

Журналісти у наш час мають бути максимально прозорими щодо джерел та методів. Навіть у світі зростаючої кількості голосів «правильне розуміння» є фундаментом, що будується решта контексту, інтерпретація, коментарі, критика, аналіз і дебати. На цьому форумі з часом виринає велика правда.[1]

У міру як люди стикаються з потоком даних, що постійно збільшується, вони відчувають все більшу — не меншу потребу - в постачальниках інформації, що займаються

пошуком і перевіркою новин і розміщенням їх у контекст. [2]

Для розробки хорошого контент-плану, потрібно зважити на усі аспекти блогу. Виявити цільову аудиторію та розробити стратегію розвитку. Важливо розуміти, для кого ми це будемо робити, якщо це діти, наш контент має являти у собі вікову категорію зрозуміла саме для них. Якщо це дорослі, які є навіть у деяких питаннях більш обізнаними, для них інформація має бути перевірена обов'язково в усіх джерелах.

Ні для кого не секрет, що зараз Інтернет охоплює майже всі сфери повсякденного життя. Тому використання соціальних мереж для донесення важливої інформації журналістом є одним з найефективніших шляхів цієї задачі.

Тут слід окремо розглянути тему блогінгу. Блоги та письмові роботи журналістів дуже різні, але багато в чому взаємопов'язані. Основна відмінність між ними в тому, що журналістика — це просто факти, а блоги містять думку письменника [3].

Наразі бачимо суттєве захоплення аудиторії у таких блогах, як політичні, повсякденні, формат з подорожами, кулінарний та спортивний. Це зумовлено тим, що для людей більш зручніше ввести хештег в соціальній мережі і одразу знайти потрібний контент.

Найголовніші методи просування, це насамперед таргетингова реклама у мережі фейсбук. Підключаючи ваш сайт або профіль до сторінки і ви маєте змогу повністю керувати вашим кабінетом. Обирати аудиторію, порівнювати статистичні дані між собою й керувати одразу, яка саме реклама буде ефективна для просування власного журналістського блогу.

Отже, для журналіста є багато можливостей для ведення ефективного каналу або блогу. Оскільки до журналіста, вже є довіра, адже знають, що інформація є перевіреною й чесною. Зрозуміло, що зараз є дві ефективні мережі для розвитку блогу — Фейсбук та Інстаграм. Важливо визначити потенційну цільову аудиторію, адже слід зазначити, що ваш активний розвиток аудиторії буде тоді, коли ваша інформація потрапить до своєї вікової категорії та буде відповідати їх інтересам. Блоги журналістам забезпечують швидкий зв'язок з аудиторією, тут вони контактують з читачами, спонукають їх до відвертого діалогу.

Список використаних джерел

1. Білл К. "Елементи журналістики" [Електронний ресурс] / К. Білл, Р. Том. – 2007. – Режим доступу до ресурсу: https://www-americanpressinstitute-org.translate.goog/journalism-essentials/what-is-journalism/elements-journalism/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=nui,sc.
2. Філінг К. Л. Стаття "Різниця між веденням блогу та журналістикою" [Електронний ресурс] / Кетрін Лоринг Філінг // 2015 – Режим доступу до ресурсу: <https://sites.psu.edu/fillingcas272/2015/03/05/difference-between-blogging-and-journalism/>.
3. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2014_16_8.
5. Tarasenko, N. Information Communication among Social Networks: Standardization Aspects of Library

Segment [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: http://np.nbuiv.gov.ua/cgi-bin/np/jrn.exe?I21DBN=EN&P21DBN=np&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta_en&C21COM=S&2_S21P03=FILEA=&2_S21STR=npnbuimviv_2017_46_30.