

# Телеком

## Профессия блоггер

### Интернет-коммерция

Такое явление, как блоггерство, еще три года назад воспринималось пользователями интернета скорее как развлечение. Сейчас ситуация изменилась: о возможности делать деньги на виртуальных дневниках говорят даже профессионалы сети. Насколько эти разговоры оправданны, как и сколько можно заработать на ведении журнала, разобралась корреспондент «Ъ-Телекома» **Мария Разумова**.

#### От кликов к блогам

До недавнего времени заработать в интернете было непросто. Создать собственный сайт, раскрутить его, а потом получать доход от размещения рекламы удавалось немногим. (Одним из самых успешных создателей собственных сайтов был известный писатель и критик Алекс Экслер, регулярно публикующий в сети свои киноцензии.) В этой связи еще три-четыре года назад основная часть желающих подзаработать выбирала самый легкий способ заработка в сети — рекламу западных сайтов. Суть проста: пользователь устанавливает специальную программу на компьютер и кликает на баннеры. За каждый клик полагалось небольшое вознаграждение от компании — владельца сайта. Но такой вид заработка обещал сразу несколько минусов. Во-первых, ежемесячное вознаграждение редко превышало \$50; во-вторых, получить деньги можно было только путем обналичивания банковского чека, который компания высылала «работникам». Таким образом, процесс мог затянуться на несколько месяцев. В-третьих, рекламные компании часто обманывали пользователей и не присылали вообще ничего. Эти недостатки в конечном счете свели популярность такого заработка к нулю — как в мире, так и в России.

Впрочем, буквально год назад интернет-сообщество серьезно заговорило о возможности заработать на блогах. Это слово — калька с английского «blog», которое произошло от слияния последней буквы слова «web» и слова «log». Таким образом, переводить blog можно как «сетевой журнал». По сути, это обыкновенный дневник, который доступен для просмотра многим

пользователям. Последние, в свою очередь, могут писать свои отзывы и вступать в публичную полемику с другими пользователями. Ведение сетевого дневника не требует от рядового пользователя никаких специальных навыков или программного обеспечения. Чтобы стать блоггером, человеку нужно всего лишь зарегистрироваться на специальном сайте (например, на LiveJournal, Blogger.com, LiveInternet), причем на большинстве ресурсов эта процедура бесплатна и занимает всего несколько минут. Создать блог можно не только через вышеупомянутые серверы, но и самостоятельно, имея собственную страницу в интернете. Однако, по мнению самих блоггеров, обрести постоянный круг читателей можно гораздо быстрее именно через уже раскрученные ресурсы. В настоящее время наиболее популярным является блог-портал LiveJournal, насчитывающий более 950 тыс. пользователей.

#### От читателя — к деньгам

Справедливости ради нужно отметить, что изначально блогги во всем мире рассматривались рядовыми пользователями как забава и место для поиска новых друзей. Но со временем возросшая популярность ресурсов вкупе с развитием интернет-рекламы навела владельцев сетевых дневников и некоторых компаний на мысль о возможности конвертировать аудиторию блогов в деньги.

По данным интернет-холдинга «Яндекс», с сентября 2006 года по апрель 2007 года число сетевых дневников в России выросло вдвое (с 1 млн до 2 млн), а затраты на контекстную интернет-рекламу в рунете составили в прошлом году примерно \$210 млн. При та-

кой конъюнктуре грех не зарабатывать, особенно когда есть пример: в западных странах блоггеры уже научились извлекать материальную выгоду из своих дневников. В частности, в США средняя заработная плата владельца дневника составляет приблизительно \$2,5 тыс. в месяц.

В Америке наиболее распространенным способом заработка на блогах является размещение контекстной рекламы через специальные системы, самая популярная из которых Google AdSense. В России ситуация иная. До недавнего времени входной билет в рекламный бизнес в интернете был слишком высок. К примеру, до сентября прошлого года работать с системой контекстной рекламы «Яндекс Директ» могли лишь сайты с месячной аудиторией от 100 тыс. посетителей и принадлежащие юридическому лицу, то есть блоггеры фактически отсекались. Но в сентябре компания изменила правила: теперь доступ к контекстной рекламе от «Яндекс Директ» может получить любой ресурс с месячной аудиторией от 9 тыс. человек. Это уже вполне по силам удачливому блоггеру. К примеру, по рейтингу блогов, который регулярно публикует «Яндекс», число читателей дневников Антона Носика составляет более 8700 человек.

#### Графоманы получили оклад

Пока эффект от переориентации систем контекстной рекламы практически незаметен — прошло слишком мало времени, считают эксперты. Поэтому у рядового жителя России есть всего два эффективных способа заработать на дневнике в интернете: либо вести блог по найму, либо размещать скрытую рекламу товаров и услуг.



Первый вариант подразумевает, что человек на постоянной основе ведет дневник по какой-нибудь теме. Например, производитель одежды может нанять блоггера, который будет писать о тенденциях в мире моды и получать стабильную зарплату. Как правило, такой труд неплохо оплачивается: средний заработок примерно \$1 тыс., но может достигать и \$2 тыс. «По сути, это журналистская работа. И вознаграждение у нее соответствующее», — говорит директор службы блогов компании SUP Fabrik Антон Носик.

Другой вариант работы по найму — корпоративный блог. Как правило, такие дневники размещаются на официальном сайте компании и используются в качестве канала доставки информации о деятельности и новых продуктах. Подобный блог есть, к примеру, у одного из крупнейших производителей компьютеров — Dell. Владельцы Direct2dell читатели могут ознакомиться с последними новостями компании, а также высказать свое мнение о продукции и сервисе. По мнению экспертов, ведение блогов позволяет компаниям выйти за рамки сухих пресс-релизов и стать ближе к потенциальным покупателям. «Наличие корпоративного блога переводит

отношения с клиентами на более личный уровень», — считает директор по продажам интернет-магазина Dagipodarki.ru Алексей Давыдов. «Корпоративный блог — визитная карточка фирмы, он стимулирует появление у посетителей сайта компании интереса к ее продукции», — соглашается Антон Носик. Это позволяет рассматривать блог уже не только как средство общения или элемент корпоративного имиджа, но и как реальный, хотя и недостаточно развитый инструмент бизнеса. «Достоверной статистики конвертации посетителей блогов в заказы еще нет, а вот партнеры приходят к нам с заданной регулярностью. Два-три раза в месяц мы узнаем, что информация о нашем магазине обращается к нам компанией, которую мы знаем из блога», — сообщает Алексей Давыдов. Высокая маркетинговая отдача от сетевых дневников вынуждает работодателей больше платить блогерам — в среднем \$1,5 тыс.

Второй способ заработка на блогах, распространенный в России, заключается в размещении скрытой рекламы. В российских компаниях и порталах не скрывают свою заинтересованность в материальной поддержке блоггеров. «Владелец популярного дневника может поддерживать спрос на тот или иной продукт, описывая его в своих заметках», — говорит директор веб-студии LoresIT Антон Полищук. Однако основным сдерживающим фактором здесь является запрет большинства ресурсов на публикацию рекламы в блогах. Так, правила LiveJournal запрещают извлекать выгоду из дневников. «LiveJournal блокирует дневники пользователей за размещение скрытой рекламы. Также блоггер не имеет права повесить баннер на своей странице без согласия администрации», — констатирует Антон Полищук. Руководство сайтов подобные ограничения объясняет тем, что экономический эффект от скры-

той рекламы несопоставим с репутационными рисками, которые можно из-за нее понести. «Практика, когда блоггеры размещают скрытую рекламу, вредна не только для читателей, но и для самой площадки, на которой этот блог находится, поскольку дискредитирует ее бренд», — пояснил Ъ коммерческий директор рекламного агентства Victory S.A. Тарас Ткачук.

Тем не менее блоггеры не скрывают, что за определенную плату могут продавать информацию и оповещать о каких-либо событиях других пользователей. «В среднем за \$400 блоггер может завуалировано анонсировать какое-то событие или привлечь внимание своих читателей», — сообщил Ъ на условиях анонимности владелец одного популярного дневника.

Эксперты считают, что сейчас наиболее эффективным способом заработка на рекламе является создание собственного блога. У автора не будет ограничений на размещение рекламы — остается только раскрутить сайт. «Есть определенный размер аудитории, достигнув которого блог становится интересен рекламодателю», — объяснил Антон Носик. По оценкам экспертов, начинающему предпринимателю в сфере блогов необходимо иметь постоянную аудиторию не менее 1 тыс. читателей. В России сейчас только несколько дневников могут похвастаться такой аудиторией.

При этом эксперты отмечают, что размер заработка варьируется в зависимости от качества аудитории. Заработок блоггеров зависит также от тематики дневника. «К примеру, человек, пишущий о финансах, может зарабатывать неплохие деньги, имея аудиторию в 5 тыс. человек, в то время как блог с новостями о жизни знаменитостей должен собрать на порядок больше читателей», — объясняет господин Носик.

#### Блогеры делают карьеру

Эксперты отмечают, что сейчас в России рынок блоггерских услуг находится на начальной стадии развития. Следовательно, еще рано говорить о том, что профессия блоггера востребована. «Сейчас у нас в стране совсем немного компаний, в которых блоггер является штатной единицей», — констатирует глава Google в России Владимир Долгов. «Чаще всего сами сотрудники компании описывают новые продукты или оповещают общественность о корпоративных новостях», — поясняет Тарас Ткачук. Однако специалисты уверены, что в ближайшие два года это направление начнет активно развиваться и новая профессия будет востребована. «У нас в стране все происходит с опозданием, модные тенденции из-за рубежа приходят не сразу. Сейчас рынок существует, но у нас до конца не отработаны схемы кооперирования с блогерами, нет установленных форматов для получения денег, при которых этот бизнес будет прозрачен», — поясняет коммерческий директор рекламного агентства Victory S.A. «Блог — это отличный способ нести рекламу, а потому многие рекламодатели уже сейчас ищут новые пути взаимодействия с блогерами. Это дает основание верить в то, что в скором времени эта профессия станет по-настоящему востребованной», — говорит директор компании Loresit Антон Полищук.

Остается только посочувствовать читателям блогов. Эпоха наивного самовыражения и бесконтрольного любопытства, судя по всему, заканчивается. Места любителей изливать свою душу в сети займут матерые блоггеры, которые будут неплохо зарабатывать, имея аудиторию в 5 тыс. человек, в то время как блог с новостями о жизни знаменитостей должен собрать на порядок больше читателей», — объясняет господин Носик.

Мария Разумова

### NO COMMENT | THE BOSTON GLOBE

## Blogging for Dollars

Jay Brewer of Arlington built Blogpire, a lucrative «blog empire», out of a cup of coffee

### Доллары за блоги

Джей Брюэр из Арлингтона создал прибыльную «империю блогов» Blogpire буквально из чашки кофе

Carolyn Y. Johnson  
Кэролин Джонсон

Три года назад Джей Брюэр купил кофеварку и разместил отзыв об этом приборе на собственном сайте SingleServeCoffee.com. Со временем ресурс стал настолько популярным, что господин Брюэр создал еще 17 подобных интернет-проектов для обзоров потребительских товаров. Американке Реа Беккер остается только мечтать о таком везении — пока ей удается зарабатывать не больше \$2 в день на своем сетевом журнале The Boomer Chronicles («Хроники Бумера»), где она наряду с веселыми историями собственного сочинения о жизни в ее родном городе Джамайка-Плейн (штат Массачусетс) размещает советы для молодых матерей.

#### Блоголихорадка начинается

Такие истории стали уже привычными в США, где все больше и больше людей подумывают о том, чтобы заработать в интернете, оглядываясь на успех немногих обогатившихся счастливицев. Надежда извлечь материальную выгоду из сетевых дневников привела к возникновению индустрии посредников в размещении рекламы в блогах. К примеру, сервис Google AdSense позволяет владельцам дневников получать доход от размещения контекстной рекламы.

Термин «веблог», или сетевой журнал, появился в 1997 году. В 1999 году он сократился до слова «блог», которое за пять последующих лет получило широкое распространение. По мере роста числа сетевых дневников, которые сейчас насчитывается уже больше 57 млн, объем рынка размещаемой в них рекламы, по оценкам исследова-

тельской компании PQ Media LLC, также рос: со \$100 тыс. в 2002 году до \$36,2 млн в 2006 году. Ожидается, что к 2010 году объем рынка рекламы в блогах вырастет до \$300 млн. Некоторые компании вовремя уловили тенденцию и создали собственные блоги. К примеру, Gawker сообщила, что в феврале ее ресурсы, среди которых популярный Gawker.com, посвященный светской хронике и СМИ, и Gizmodo.com, рассказывающий о технических новинках, посетили более 100 млн человек.

Но основная часть зарабатывающих на блогах все же частные лица. Для некоторых американцев сетевые дневники стали основным источником дохода — денег, поступающих от рекламы, вполне хватает на жизнь. К примеру, в сентябре 2005 года Джереми Шумейкер, автор блога Shoemoney.com, получил от Google AdSense чек примерно на \$133 тыс. По словам господина Шумейкера, это был не разовый платеж — ежедневно он зарабатывает на своем дневнике более \$100 тыс. Даррен Роузи, автор Probblogger.net, пишет в своем журнале о том, как можно заработать деньги во всемирной паутине. Рассказать ему есть о чем: два года назад он приобрел дом на деньги, полученные от блога.

#### Сверхприбыль для избранных

Справедливости ради стоит отметить, что сверхприбыльных сетевых дневников не так уж и много. Подавляющее число блогов если и приносит хозяевам доход, то очень скромный. Связано это прежде всего с ориентацией большинства дневников на крайне узкий круг людей. В рамках проекта Pew Internet & American Life Project исследователи установили, что около половины блоггеров ведут дневник для знакомых. 52% из 233 опрошенных дела-

ют это в основном для творческого самовыражения. 85% опрошенных никогда не думали заработать на блоге.

Например, женщина, создавшая дневник «Boston Gal's Open Wallet», размещает детали своих финансовых вложений, чтобы получать советы компетентных знакомых и добиться в будущем более высокой отдачи от инвестиций. Ее дневник просматривают люди из разных стран мира, что сначала вызывало раздражение хозяйки ресурса. Впрочем, она не растерялась и разместила в блоге контекстную рекламу. По словам владелицы дневника, получаемых доходов хватает на оплату коммунальных услуг, но она бы не хотела превращать ведение блога в основную работу.

#### Бизнес на частниках

Сейчас на рынке существует небольшая группа компаний, которые занимаются исключительно тем, что предоставляют рекламу мелким блогерам. Эта небольшая, но влиятельная группа блоггеров обретает все большее значение. К примеру, в прошлом году группа блоггеров создала бостонскую сеть рекламы, которая продает и размещает рекламу в десятке местных популярных сетевых журналов. Смысл создания такой сети заключается в том, что хотя индивидуальные блоги по сравнению с крупными медиакомпаниями привлекают незначительную долю внимания аудитории, они все же охватывают заинтересованных локальных читателей. Блоггеры-одиночки, которые днем заняты основной работой, не имеют времени для того, чтобы заниматься продажей рекламы, а фермерские хозяйства, предлагающие покупателям самим собирать урожай, и организаторы небольших мероприятий зачастую не могут позволить себе платить внушительные суммы сайтам с большой аудиторией.

Автор блога GPSReview.net Тим Флайт рассказал, что он начал вести сетевой журнал два года назад в надежде найти выход для своей страсти к географическим картам и техническим новинкам. Господин Флайт, живущий в Конкорде (штат Нью-Гемпшир), публикует в своем дневнике обзоры GPS-устройств и размещает тематическую рекламу. Для этого он использовал созданный компанией Chitika новый формат баннерной рекламы eMiniMalls. Сейчас, по словам господина Флайта, он зарабатывает на своем блоге около \$50 тыс. в год — фактически это полноценная карьера, построенная на обзоре GPS-устройств.

#### В блоги за покупками

Некоторые интернет-магазины (например, Amazon.com) предлагают партнерские программы, позволяющие блогерам создавать виртуальные магазинные полки в сетевых журналах. А запущенный в марте сайт AuctionAds.com предлагает авторам дневников удобный графический модуль от eBay, созданный для размещения в блогах рекламы соответствующей продукции.

И в доказательство того, какую власть может иметь реклама, создаваемая самими потребителями на рынке, можно привести следующий пример: сайт PayPalPost.com в прошлом году предложил блогерам плату за то, что они будут писать об определенной продукции. Впрочем, некоторые аналитики не верят в успех такого рода начинаний. «Статистика показывает, что число невероятно успешных блоггеров очень незначительно и оно очень быстро уменьшается», — говорит аналитик компании JupiterResearch Барри Парр.

Перевела  
Алена Миклашевская



## V2V | НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ С БИЗНЕСОМ

Более 14 лет Ростелеком предоставляет услуги междугородной и международной связи для малого, среднего и крупного бизнеса. Мы используем проверенные технологии и собственную цифровую магистральную сеть, именно поэтому полностью контролируем процесс и отвечаем за результат.



ОАО «Ростелеком» предлагает корпоративным клиентам комплекс современных телекоммуникационных услуг:

#### Доступ в Интернет

Качественный высокоскоростной доступ в Интернет от провайдера первого (магистрального) уровня.

#### Виртуальная Частная Сеть (IP VPN)

Объединение филиалов и региональных офисов в единую защищенную частную сеть. Полный спектр телекоммуникационных услуг. Гарантированно высокая степень надежности.

#### «Бесплатный вызов» по кодам 8-800-100 и 8-800-200

Единые номера 8-800-100 и 8-800-200 позволяют проводить рекламные или маркетинговые акции, организовывать информационно-справочные службы на всей территории РФ.

## НАДЕЖНАЯ СВЯЗЬ МОЖЕТ БЫТЬ ВЫГОДНОЙ

Дополнительная информация — по телефону 8-800-200-00-33

www.rt.ru