

LiveJournal и Google предложили блогерам зарабатывать на рекламе. Это изменит в лучшую сторону отношение пользователей ЖЖ к рекламе, считают разработчики. Но эксперты предупреждают, что блогохостинг, напротив, рискует лишиться доверия блогеров.

«Живой журнал» (LiveJournal) и сервис контекстной рекламы Google AdSense объявили о запуске совместного проекта «Ваш журнал – ваши деньги». Он, как обещают разработчики, даст возможность пользователям ЖЖ с платными аккаунтами зарабатывать на своих дневниках. Для этого блогеры должны будут согласиться показывать рекламу своим читателям.

«Впервые у блогеров появилась возможность заработать на своих онлайн-дневниках, – заявила во вторник генеральный директор SUP (владелец LiveJournal) Аннелис ван ден Бельт.

– Мы давно размышляли о возможностях монетизации и очень довольны тем, какой простой способ интеграции предложила программа Google AdSense API». По сути, SUP снабдила LiveJournal сервисом Google AdSense. Этот сервис теперь встроен в интерфейс настроек блога.

Показывать рекламу, так же как и отказаться от ее просмотра, смогут только те блогеры, которые заплатили за свои дневники. Для этого им нужно будет завести или настроить аккаунт Google AdSense, указав тематику своего журнала и параметры показа рекламы. После этого в блоге появятся объявления от Google AdSense, читатели

начнут по ним кликать, а блогер – получать за это деньги.

Однако заработать много будет непросто. Например, если на баннер будут кликать раз в день и условная стоимость одного клика составит $1, то это принесет в месяц $30, подсчитал руководитель проекта LiveJournal Борис Овчинников.

Кроме того, для тех, кто будет зарабатывать немного, возникнут дополнительные сложности с получением денег от Google AdSense. Настройки этого сервиса позволяют вывести из него сумму не менее $100. Многим журналам придется долго аккумулировать эту сумму.

Зато, по мнению Овчинникова, «не очень популярный, но таргетированный журнал сможет получить больше, чем блог с многочисленной аудиторией». Он говорит, что многие пользователи благодаря этому смогут, например, окупить свой платный аккаунт.

Заработок пользователя будет зависеть от количества кликов и стоимости одного клика, которую задают рекламодатели на стандартном аукционе.

А доход между собой поделят Google и владелец блога. При этом Google обещает отправлять напрямую пользователям «большую часть дохода», а LiveJournal вообще отказывается от какой-либо маржи. Системой предусмотрено, что пользователь в любой момент сможет выйти из программы или временно приостановить показ объявлений.

Впервые экспериментировать с рекламой, на которой могут заработать блогеры, LiveJournal начал вместе с ведущим популярного блога Артемием Лебедевым. С разрешения администрации LiveJournal он стал публиковать в своем журнале рекламу с указаниями, что «размещение этой информации оплачено» и «опубликовано на правах эксперимента». Эксперимент продолжался несколько месяцев, Лебедев рекомендовал читателям своего журнала поступать так же. «Это следующий шаг после эксперимента с Артемием Лебедевым», – сказал Овчинников. По его словам, опыт подтвердил «нормальную реакцию аудитории на новые рекламные решения внутри ЖЖ».

С помощью этого сервиса LiveJournal рассчитывает продать больше платных аккаунтов, стоимость которых начинается от $19,95 в год. «Мы запустили сервис сегодня в 2 часа ночи по Москве и уже получили 300 новых зарегистрированных платных пользователей.

Причем эти аккаунты уже одобрены Google AdSense», – сказала Аннелис ван ден Бельт. Разработчики надеются, что проект «Ваш журнал – ваши деньги» не только понравится пользователям, так как даст им возможность зарабатывать, но и изменит их отношение к рекламе в блогах. Однако эксперты предупреждают, что можно добиться обратной реакции. «Основная масса людей, воодушевившихся перспективой легкого и приятного заработка, обнаружат, что посещаемость их блогов не достаточна даже для того, чтобы окупить стоимость paid-аккаунта», – предсказывает вице-президент Mail.Ru Анна Артамонова. А определенный процент упорных пользователей, по ее мнению, может превратить дневники в сборники неуникального контента, скопированного с других ресурсов в надежде быстро поднять аудиторию блога. Такие дневники будут

дискредитировать статус и доверие к блогохостингу в целом, предупредила эксперт.

www.Gazeta.ru
Статья