

УДК 378.147.227

## РОЛЬ БЛОГЕРОВ В ФОРМИРОВАНИИ СОЗНАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

А. А. Румянцева<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [anastasiya.shatalina@mail.ru](mailto:anastasiya.shatalina@mail.ru)

<sup>1</sup> ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» (УУНИТ)

*Поступила в редакцию 16.05.2023*

**Аннотация.** В статье рассмотрены причины популярности лайфстайл-видеоблогов среди молодёжи. Проанализирован образ профессии блогера в сознании современных подростков. Выявлено, что лайфстайл-блогеры формируют у молодёжи гедонистические потребности и ложные представления об интернет-профессиях. В статье отмечено, что блогеры влияют на сознание своей публики при помощи различных манипулятивных техник, что позволяет им в нативной (естественной) форме продавать товары и услуги, в том числе некачественные и даже опасные.

**Ключевые слова:** цифровое общество, виртуальное пространство, личность, молодёжь, блог, блогер, социализация молодёжи, блогосфера, профессия.

### ВВЕДЕНИЕ

Цифровые трансформации, происходящие практически во всех отраслях и сферах жизни человека, приводят к возникновению новых явлений и феноменов. Одним из них является виртуальное пространство.

Виртуальное пространство формируется в сети Интернет. Частным случаем виртуального пространства является любая социальная сеть. В настоящее время в её поле происходит большая часть общения и социализации людей. Находясь в Интернете, пользователи могут взаимодействовать друг с другом (общаться, передавать файлы), выстраивать социальные связи и иерархии, могут создавать виртуальные объекты или пользоваться уже созданными.

Особой формой общения и обмена информацией в Интернете является блог – поле (пространство), на котором его владелец публикует тексты, статьи, заметки, фото и видео на различные темы, получая в ответ комментарии и эмоциональные реакции от других пользователей Сети. Возникшая в Интернете блогосфера (база всех блогов Сети, предназначенная для общения, поиска и обмена информацией) породила модную на сегодняшний день профессию – блогера – автора блога.

### СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ БЛОГОСФЕРЫ

Современный блогер – это не просто человек, желающий поделиться той или иной информацией с аудиторией, это профессионал, который создаёт свой блог, учитывая интересы и потребности своих зрителей, читателей или слушателей.

В блогосфере существуют множество направлений: блоги о красоте и здоровье; блоги для любителей спорта и фитнеса, блоги для автомобилистов и охотников, поклонников моды и кулинарии; блоги об искусстве, литературе, философии, психологии; юмористические блоги; лайфстайл-блоги; блоги для детей и др. Успешность и популярность блогеров и количество их подписчиков зависят от большого количества факторов, а именно: актуальности публикуемого контента, регулярности появления постов, эстетически выверенной визуальной со-

ставляющей, обратной связи с подписчиками и так далее. Тем не менее, учитывая ряд этих факторов, немногие блогеры могут добиться создания большой аудитории.

Как правило, людей интересуют именно лайфстайл-блоги. Это видеоблоги, в которых блогер демонстрирует свою личную жизнь. Интерес к такого рода контенту вызван тем, что бытовая тема близка абсолютно каждому человеку, для просмотра такого блога не нужно иметь профильное образование или специальные знания. При этом советы от лайфстайл-блогеров можно применять повседневно: взгляд на чужую жизнь со стороны даёт подписчикам возможность искать у себя похожие проблемы и пользоваться вариантами их решения, которые предлагает блогер. Наибольший интерес вызывают блогеры, которые часто путешествуют, ездят на дорогих автомобилях, живут в роскошных домах, носят брендовые вещи, то есть создают в своем блоге образ роскошной жизни. Такие блоги, на наш взгляд, популярны потому, что, наблюдая за жизнью блогера, который ни в чём себе не отказывает, люди доверяют его популярности и авторитету, примеряют его роль на себя, идентифицируют себя с ним, желают жить так же, как он (она).

Можно отметить и диаметрально противоположный тренд. Речь идет о блогерах, которые демонстрируют жизнь в глубинке, без света и водопровода, без модной одежды, но с наличием кур, коров и коз, уход за которыми и демонстрирует блогер своей публике. Такие блоги дают многим людям уверенность в том, что, даже живя в деревне, можно добиться популярности, известности и быстрого продвижения вверх по социальной лестнице.

### ОБРАЗ БЛОГЕРА В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Все отмеченные ранее черты деятельности блогеров делают эту профессию популярной среди молодёжи. В сознании молодых людей формируется позитивный образ человека, который очень много зарабатывает, при этом практически не работает. Он просто проживает свою жизнь, посещая интересные мероприятия, рестораны, путешествует и получает за это достойное вознаграждение.

Профессия блогера предстаёт в сознании молодёжи как модная, связанная с цифровыми технологиями, в которой нет тяжёлого монотонного труда, а есть возможность отвлечься в любой момент. И только немногим понятно, что отсутствие регламентации рабочего времени приводит не к сокращению времени, которое отводится на труд и увеличению времени на отдых или досуг, а к размыванию трудового дня, в течение которого блогер должен постоянно находиться в напряжении, быть на связи, всегда хорошо выглядеть, исполнять рекламный контракт и т. д.

Размышляя о том, что в содержательном плане представляет собой работа в сетевом мире А. Паяль в статье «Фабрика досуга: производство в цифровой век» приводит рассуждения исследователя социальных сетей Даны Бойд, которая хоть сама и не является блогером, тем не менее исследует блогосферу и постоянно работает в Сети. Исследователь подтверждает, что получает удовольствие от своей работы, но вместе с тем отмечает функциональную сложность своей деятельности. Она сама составляет для себя список дел и их расписание. Поход Даны Бойд к врачу может быть запланирован в разгар рабочего дня, а ночной сон может прерваться, потому что в её голове появляются множество идей, связанных с работой, которые сразу необходимо записать. Она отмечает, что ей сложно разделить прокрастинацию и труд, так как большую часть времени она проводит за компьютером или за разговорами по телефону [1].

Отечественный исследователь Н. Б. Афанасов указывает на то, что профессии, связанные с онлайн-активностью, позволяют сегодня говорить об «игровом труде» – деятельности, построенной на игровом моменте [2]. Этим фактом можно объяснить огромную популярность профессии блогера среди молодёжи. Формат её труда, по своей сути, представляет элементы игры (создание контента, переодевание в костюмы, написание сценария и т. д.).

## О ВЛИЯНИИ БЛОГЕРОВ НА СОЗНАНИЕ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЁЖИ

Можно сказать, что лайфстайл-блогеры формируют гедонистические потребности у современной молодёжи: жить с удовольствием, быстро добиваться намеченных целей, с лёгкостью менять место жительства, опираясь на свои желания, заниматься только тем, что приносит тебе удовольствие, и получать за это поощрения. Но мало кто задумывается об обратной стороне профессии блогера, которая на самом деле мало чем отличается от труда в привычном понимании. Зачастую блогер не в состоянии самостоятельно справиться с большим объёмом работы и вынужден нанимать целую команду специалистов – сценаристов, стилистов, операторов, ассистентов и т. д. «Блогеры фактически создают редакционные коллективы» [3].

Среди блогеров выделяются лидеры, так называемые блогеры-инфлюенсеры. Их мнение ценят, их ждут в качестве гостей на светских мероприятиях, они пишут и издают книги. Маленькие компании и крупные корпорации используют услуги инфлюенсеров для продвижения собственного бренда. Инфлюенсер, которому доверяет публика, может в нативной (естественной) форме предлагать тот или иной товар, моделируя ситуацию, когда друзья рекомендуют друг другу что-то за чашечкой чая.

Сами блогеры продают свои знания о том, как правильно вести блог, чтобы привлечь подписчиков, для этого ими разрабатывается большое количество различных инструментов: от использования геймификации блога до манипулятивных техник привлечения внимания. Многие блогеры запускают различные игры, вовлекающие аудиторию. Другие придумывают несуществующие ситуации и инсценируют их, чтобы также привлечь к себе внимание. Кто-то использует визуальный контент как инструмент влияния на сознание зрителей, обращая при этом внимание на цветовую гамму, ориентируясь на разработки психологов в области восприятия цветов человеком.

Если блогер заключает рекламные контракты, то он должен их соблюдать, иначе он может лишиться гонорара. Известны случаи, когда блогеры теряли репутацию среди своих зрителей, так как рекламировали (осознанно или случайно) некачественные или даже опасные товары и услуги. А это значит, что эта новая профессия сопряжена с определёнными рисками. А свобода в самовыражении должна ограничиваться ответственностью перед законом или моральными ограничениями.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение отметим, что ежегодно трансформируются способы ведения блогов. Появляются новые направления в маркетинге и PR, которые занимаются методикой продвижения блогов. Среда блогерства очень активно развивается, привлекая представителей нового поколения молодежи и подростков к «сетевому стриптизу», цель которого – заработать. Мало кто из новых подписчиков реально понимает, как тревожен и сложен этот путь.

*Автор выражает благодарность д-ру филос. н., профессору С. М. Поздяевой за высказанные замечания и пожелания по улучшению статьи*

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паяль А. Фабрика досуга: производство в цифровой век // Логос. 2015. Т. 25. № 3 (105). С. 88–119.
2. Афанасов Н. Б. Свободное время как новая форма труда: цифровые профессии и капитализм // Галактика медиа: журнал медиа-исследований. 2019. № 1. С. 43–61.
3. Абылькенова В. А. Станет ли блогерство профессией (Блогерство – новый феномен среди профессий) // Ведомости прикладной этики. 2022. № 51. С. 141–169

## ОБ АВТОРАХ

**РУМЯНЦЕВА Анастасия Алексеевна**, асп. каф философии и культурологии. Дипл. философ (БашГУ, 2021). Готовит дис. о развитии личности в условиях цифровых трансформаций современного российского общества.

**METADATA**

**Title:** The role of bloggers in the formation of the consciousness of modern youth

**Authors:** A. A. Rumyantseva

**Affiliation:**

<sup>1</sup> Ufa University of Science and Technology (UUST)

**Email:** <sup>1</sup> anastasiya.shatalina@mail.ru

**Language:** Russian.

**Source:** Molodezhnyj Vestnik UGATU (scientific journal of Ufa University of Science and Technology), no. 3 (29), pp. 41–44, 2023. ISSN 2225-9309 (Print).

**Abstract.** The article discusses the reasons for the popularity of lifestyle video blogs among young people. The image of the profession of a blogger in the minds of modern adolescents is analyzed. It is revealed that lifestyle bloggers form hedonistic needs and false ideas about Internet professions among young people. The article notes that bloggers influence the consciousness of their public with the help of various manipulative techniques, which allows them to sell goods and services, including low-quality and even dangerous ones, in a native (natural) form.

**Key words:** digital society, virtual space, personality, youth, blog, blogger, socialization of youth, blogosphere, profession.

**About authors:**

**RUMYANTSEVA, Anastasiya Alekseevna**, Postgrad. (PhD) Student, Dept of Philosophy and Cultural Studies. Master of Philosophy (BSU, 2021)