

УДК 316.346.32-053.6

DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-8



Исследовательская статья

Зимова Н. С. 


Блогер глазами московского студента: образ профессии

Высшая школа современных социальных наук,
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Ленинские горы, дом 1, строение 13, Москва, 119991, Россия
nzimova@mail.ru

Аннотация. В последнее время в России наблюдается не только стремительный рост популярности блогерства, но и явные тенденции к его профессионализации. Особенно ярко проявляется интерес к блогерству среди молодёжи. В связи с этим возникает необходимость исследования восприятия блогерства как профессии молодыми людьми, формирования образа этой профессии в их сознании, понимания её сущности и особенностей. Кроме того, важно определить факторы, влияющие на формирование образа профессии блогера в представлении молодёжи. В статье представлены результаты исследования образа профессии блогера в представлениях студенческой молодёжи города Москвы. На основе анализа теоретических подходов к изучению образа профессии была разработана структура образа профессии блогера, включающая в себя когнитивный, эмоциональный, личностный и поведенческий компоненты. Результаты анкетирования студентов позволили выявить, что когнитивная составляющая образа профессии блогера у большинства респондентов сформирована недостаточно чётко, в то же время эмоциональная и личностная составляющие характеризуются положительными чертами. Анализ поведенческого компонента показал, что у большинства респондентов отсутствует намерение стать профессиональными блогерами. Среди факторов, влияющих на формирование образа профессии блогера, наиболее значимыми оказались уровень образования и степень вовлечённости в блогосферу. Уровень образования студента оказывает влияние на его восприятие блогерства как профессии. Чем выше уровень образования студента, тем в меньшей степени он воспринимает блогерство как профессию и в большей – как способ самовыражения, общения или развлечения. Степень вовлечённости в блогосферу оказывает влияние на корректность образа профессии блогера в представлении студента. Чем больше молодой человек интересуется блогосферой, тем больше его представление о профессии блогера соответствует реальности. Результаты исследования свидетельствуют о том, что, несмотря на популярность блогерства среди студентов, их представления о профессии блогера зачастую не соответствуют действительности.

Ключевые слова: блогерство; блогерская деятельность; образ профессии; образ профессии блогера; студенческая молодёжь

Информация для цитирования: Зимова Н. С. Блогер глазами московского студента: образ профессии // Научный результат. Социология и управление. 2024. Т. 10, № 3. С. 116-132. DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-8.

Natalia S. Zimova 

**Blogger through the eyes of a Moscow student:
the image of the profession**

Higher School of Modern Social Sciences,
Lomonosov Moscow State University,
bld. 13, 1 Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia
nzimova@mail.ru

Abstract. Recently, Russia has seen not only a rapid increase in the popularity of blogging, but also clear trends towards its professionalization. The interest in blogging among young people is especially pronounced. In this regard, there is a need to study the perception of blogging as a profession by young people, to form an image of this profession in their minds, to understand its essence and features. In addition, it is important to identify the factors influencing the formation of the image of the blogger's profession in the minds of young people. The article presents the results of a study of the image of the blogger profession in the representations of the student youth of the city of Moscow. Based on the analysis of theoretical approaches to the study of the profession image, the structure of the blogger's profession image was developed, which includes cognitive, emotional, personal and behavioral components. The results of the student survey revealed that the cognitive component of the image of the blogger's profession was not formed clearly enough for the majority of respondents. At the same time, the emotional and personal components are characterized by positive features. The analysis of the behavioral component showed that the majority of respondents have no intention of becoming professional bloggers. Among the factors influencing the formation of the image of the blogger's profession, the most significant were the level of education and the degree of involvement in the blogosphere. A student's level of education influences their perception of blogging as a profession. The higher the student's level of education, the less they perceive blogging as a profession and more as a way of self-expression, communication or entertainment. The degree of involvement in the blogosphere influences the correctness of the image of the blogger's profession in the student's mind. The more a young person is interested in the blogosphere, the more their idea of the blogging profession matches reality. The results of the study indicate that, despite the popularity of blogging among students, their ideas about the profession of a blogger often do not correspond to reality.

Keywords: blogging; blogging activity; image of the profession; image of the profession of a blogger; student youth

Information for citation: Zimova, N. S. (2024), "Blogger through the eyes of a Moscow student: the image of the profession", *Research Result. Sociology and Management*, 10 (3), 116-132, DOI: 10.18413/2408-9338-2024-10-3-0-8.

Введение

Постиндустриальная эпоха характеризуется появлением новых видов деятельности, которые со временем приобретают статус профессиональных. В контексте современных коммуникативных практик одним из таких видов деятельности

(Introduction).

становится ведение блога. Появившись как средство проведения досуга или развлечения, постепенно блог становится постоянной деятельностью приносящий доход. В российском трудовом законодательстве отсутствует четкое определение блогерства как профессии,

однако исследователи отмечают признаки его профессионализации. В частности, исследование, проведённое ВЦИОМ, выявило следующие признаки профессионализации блогерства: возникновение рыночных отношений; наличие регулярной оплаты труда; предоставление услуг на постоянной основе; институционализация данной деятельности; специализация блогеров (ВЦИОМ, 2020).

Несмотря на введение ограничений и изменений в законодательстве, таких как блокировка социальных сетей, маркировка рекламы и налоговые проверки, сфера блогинга продолжает набирать популярность. Эксперты отмечают, что аудитория некоторых блогеров сегодня сравнима не только с аудиторией отраслевых и региональных изданий, но и общенациональных СМИ. Например, видео-блогер Влад Бумага имеет более 30 миллионов подписчиков. Блогеры становятся неотъемлемым элементом современного общества, и многие из них играют значительную роль, оказывая заметное влияние на различные сферы деятельности. Одним из ярких примеров является выступление российского блогера Дениса Милохина на Петербургском международном экономическом форуме (Макушева, 2020: 36).

Истории успеха некоторых блогеров побуждают молодых людей к созданию собственных блогов. Исследования показывают, что подавляющее большинство блогеров – это молодые люди, при этом примерно 40% из них принадлежат к возрастной группе от 12 до 25 лет, а 35% авторов находятся в возрасте от 25 до 35 лет¹. Не случайно блогерство входит в тройку наиболее желанных будущих профессий для старшеклассников².

На первый взгляд, стремление молодёжи завоевать внимание и признание в интернет-пространстве может показаться безобидным. Однако эксперты в области рынка труда отмечают тревожную тенденцию: современная молодёжь, в большинстве своём, не стремится к работе ни на производстве, ни в офисе. Специалисты утверждают, что для молодых людей ключевыми ценностями в трудовой деятельности становятся лёгкость, простота и «приятность» работы, лишённой каких-либо сложностей. Эти идеалы и образы, разделяемые молодёжью, находят своё отражение в их стратегии на рынке труда. Молодые люди всё чаще выбирают свободный график, фриланс или создание собственного бизнеса, отказываясь от традиционных форм занятости (Рожкова, Дубина, Воробьев, 2023).

Согласно результатам некоторых исследований, именно так молодёжь представляет работу блогера. В сознании большинства молодых людей она ассоциируется с модными тенденциями, цифровыми технологиями, отсутствием необходимости выполнять тяжёлый и монотонный труд, а также возможностью отвлечься в любой момент (Фатхуллина, Низамова, 2023: 162). Многие молодые люди ошибочно полагают, что достаточно завести блог, чтобы начать зарабатывать миллионы. Это заблуждение обусловлено искажённым пониманием сущности работы блогера и недостатком знаний о том, что на самом деле представляет собой деятельность блогера (Балакирева, Бородин, 2021: 50).

В данной статье предпринимается попытка исследовать восприятие блогерства как профессии среди молодёжи, определить, какой образ профессии блогера сложился в их сознании, а также выявить их

¹ По данным исследовательского агентства Research Me и платформы Perfluence. URL: <https://www.kp.ru/online/news/4407673/> (дата обращения: 07.04.2024).

² Стало известно, кем мечтают стать школьники. URL: <https://iz.ru/1577621/2023-09-22/stalo-izvestno-kem-mechtaiut-stat-shkolniki> (дата обращения: 22.12.2023).

установки стать профессиональными блогерами.

Методология и методы (Methodology and Methods). Теоретико-методологической основой исследования стала концепция «образа профессии», которая подвергалась пересмотру и дополнению в зависимости от контекста конкретных исследований. Это обусловлено тем, что образ профессии может быть рассмотрен с различных ракурсов: восприятие профессии действующими специалистами, представление студентов о своей будущей профессии, профессиональный образ в восприятии отдельных групп и слоёв населения, а также его отражение в массовом общественном сознании.

В результате анализа научных трудов, посвящённых данной проблематике, можно выделить три основных подхода к рассмотрению образа профессии.

Согласно первому подходу, понятие «образ профессии» является отдельным компонентом более общего понятия «образ мира». А. Н. Леонтьев рассматривает его как целостную, многоуровневую систему представлений человека о мире, о других людях, о себе и своей деятельности. Образ профессии выступает как один из фрагментов этой системы и включает в себя представления, которые так или иначе связаны с профессиональной деятельностью (Климов, 2004).

Второй подход рассматривает образ профессии как субъективное восприятие человеком своей профессиональной деятельности, наличие адекватной системы субъективно интерпретированных ценностных представлений специалиста на основе его профессиональных знаний. В данном подходе исследователи особое внимание уделяют изучению представлений индивида о себе как о профессионале, его отношения к выбранной профессии, т.е. анализируется образ профессии, сформированный самими представителями профессии, авто-образ. Например, в исследовании В. А. Мансурова

и А. В. Семеновой анализируется образ профессии инженера, сформированный профессиональной группой инженеров и представителей научно-педагогических работников российской инженерной школы (Мансуров, Семенова, 2022).

Третий подход основан на мнении, что образ профессии как когнитивное и эмоциональное образование в определённой степени изменяет систему общих ориентиров в общественном и индивидуальном сознании людей (Митина, 2005). В исследованиях образ профессии определяется как совокупность представлений о профессии, профессиональном труде, представителях профессии, сложившихся в общественном сознании конкретного общества. Например, в работе М. В. Певной и Я. В. Дидковской на материалах эмпирических исследований в Свердловской области рассматриваются представления населения о профессии «социальная работа» (Певная, Дидковская, 2011).

Некоторые исследователи отмечают, что восприятие профессии претерпело значительные изменения. Если раньше идеальный образ профессии во многом определялся через образы конкретных людей, их карьерный путь и профессиональные ценности, то теперь мы наблюдаем, как «идеальный образ профессии» отчасти замещается «идеальным образом жизни» (Платаш, 2011: 189). Неопределённость в ценностных представлениях о самой профессии приводит к тому, что люди ориентируются на желаемый образ жизни, который они могут достичь с помощью своей профессии. Таким образом, профессия больше не является неотъемлемой частью образа жизни, а становится лишь инструментом для его достижения (Харченко, 2014).

В рамках нашего исследования мы учитываем, как второй, так и третий подходы к изучению образа профессии. Это обусловлено тем, что молодёжь активно

участвует в коммуникативном пространстве блогинга как в роли потребителей контента, так и в роли создателей (блогеров). Образ профессии мы рассматриваем как комплекс представлений, формирующихся у молодых людей на основе полученной информации о данной профессиональной деятельности. Эту информацию они могут получить как в результате непосредственного опыта взаимодействия с профессией, так и через различные каналы коммуникации в определённом социокультурном контексте.

Определяя структуру образа профессии ряд авторов, например, С. В. Горбатов, С. В. Зиброва, Е. А. Климов, Б. Д. Лысков и др., в качестве основополагающих элементов образа профессии выделяют следующие аспекты: цели профессиональной деятельности, средства, используемые для достижения этих целей, а также специфическую предметную область профессии. Однако другие исследователи, включая Н. В. Курбет, Е. Ф. Платаш, М. Н. Рыбникову и Ю. П. Солодовникова, считают, что эти компоненты не учитывают отношение индивида к профессии, его личные переживания и эмоции. Поэтому структуру образа профессии необходимо дополнить эмоциональными и личностными компонентами, такими как внутренние личностные и профессиональные качества представителей профессии, специфика образа жизни представителей профессии, а также внешние атрибуты, характерные для этой профессии (Володина, 2012: 157).

Обобщая представленные точки зрения, можно выделить ключевые компоненты структуры образа профессии:

- когнитивный компонент, представляющий собой совокупность знаний о профессии, профессиональной деятельности и профессионале;

- эмоциональный компонент, отражающий отношение к профессии, профессионалу и результатам его труда;

- личностный компонент, который включает в себя знание о профессионально значимых качествах личности, соответствующих содержанию и специфике профессиональной деятельности;

- поведенческий компонент, предполагающий готовность к овладению профессией, установку на профессиональную деятельность, развитие и самосовершенствование.

Формирование образа профессии у студентов имеет свои особенности, которые определяются, во-первых, социально-психологическими характеристиками данной возрастной группы, а во-вторых, погружением в профессиональное самоопределение и получением профессионального образования.

Для анализа образа профессии блогера необходимо охарактеризовать эту деятельность. В самом общем понимании блогинг это деятельность по созданию, наполнению и продвижению блогов: интернет-дневников, страниц в социальных сетях, информационных площадок брендов и т. д. Основными функциями блогов в обществе называют коммуникационную, информационную, идеологическую, культурно-образовательную, рекреационную (Савенков, 2018: 16-26).

На сегодняшний день в России блогерская деятельность не оформлена в законодательстве как определенный вид занятости или профессия, она не указана в ОКВЭД и в ОКПДТР. Отдельные нормы, регулирующие блогерскую деятельность, содержатся в гражданском кодексе, налоговом кодексе, в законе о рекламе и законе о защите информации.

Анализ доступных источников информации по данной теме выявил недостаток исследований, посвящённых современному состоянию блогерской деятельности в России. Это обусловлено отсутствием чёткой терминологии в этой области и сложностью определения предмета исследования. Кроме того,

отсутствуют подробные статистические данные и информация об учёте этой деятельности государственными органами. Однако, основываясь на информации от экспертов и данных агентств и исследовательских центров, можно выделить основные характеристики блогерской деятельности.

По данным президента Национальной ассоциации блоггеров России Ольги Берг, в 2022 году в России насчитывалось около 1,5 миллионов блоггеров. Из них примерно половина имела аудиторию до 5000 подписчиков³.

По данным исследовательского агентства Research Me и платформы Perfluence, в России около 40% блоггеров – это молодые люди в возрасте от 12 до 25 лет. Ещё 35% блоггеров находятся в возрастной категории от 25 до 35 лет, а оставшиеся 25% – это более зрелые люди в возрасте от 35 до 45 лет. Среди российских блоггеров больше женщин (60%), мужчин – около 30%, а оставшиеся 10% – это детские аккаунты или страницы компаний. Для большинства людей блоггерство – это не основной источник дохода. Около 70% блоггеров совмещают ведение блога с традиционной формой занятости, такой как работа в офисе или на производстве. Основные мотивы для занятия блогерской деятельностью – это реализация творческого потенциала (24%), желание стать популярным (12%) и получение дохода (12%). Наиболее популярными темами для блогов являются еда, образ жизни, путешествия и творчество. На подготовку контента блогеры тратят в среднем не менее 6 часов на высокорейтинговую статью и не менее 4 часов на обычную. Средняя частота

публикаций – не реже одного раза в неделю⁴.

Аналитики сервиса Solar Staff посчитали, что в 2023 г. блогеры-физлица (до 95% от всех) зарабатывали за месяц в среднем 15,8 тыс. рублей, у блоггеров, зарегистрированных как самозанятые (таких около 4%), среднемесячные доходы составили в среднем 57,1 тыс. рублей. Стоит отметить, что разброс в уровне доходов блоггеров весьма значителен. Так, 33% блоггеров не зарабатывают на своих блогах, а 0,6% блоггеров имеют годовой доход в размере одного миллиона долларов. Основным источником дохода для блоггеров являются реклама, партнёрские программы, обзоры брендов, а также продажа собственных товаров и услуг, включая онлайн-курсы⁵.

Фундаментальных, комплексных исследований образа профессии блогера в понимании молодёжи не проводилось. Однако можно выделить несколько новых работ, направленных на выявление отношения молодых людей к блогерской деятельности. В статье А. А. Симоновой и В. В. Пить блоггерство рассматривается как новая форма удалённой трудовой занятости. Анализ глубинных интервью с работающей молодёжью позволил авторам определить положительное отношение к блогерской деятельности и понимание причин её массовой популярности. Однако респонденты не смогли однозначно охарактеризовать блоггерство как перспективную форму занятости или профессию будущего. Они скорее относят блоггерскую деятельность к такой форме занятости, как фриланс, и сами не хотели бы заниматься этим, так как считают, что у

³ Сколько блоггеров в Москве? URL: Режим доступа: <https://perfluence.net/blog/article/blogery-v-moskve?ysclid=lwholtnx6m849624268> (дата обращения 04.05.2024).

⁴ По данным исследовательского агентства Research Me и платформы Perfluence. URL: <https://www.kp.ru/online/news/4407673/> (дата обращения: 07.04.2024).

⁵ По данным сервиса для автоматизации работы с фрилансерами и блоггерами Solar Staff URL: https://solarstaff.com/ru?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=RUS_Y_media_test_0403&yclid=12098880174006468607 (дата обращения: 10.04.2024).

них нет необходимых навыков (Симонова, Пить, 2023).

Социологический опрос, проведённый Л. З. Фатхуллиной и А. Х. Низамовой среди студентов казанских вузов, показал, что большинство молодых людей положительно относятся к блогерской деятельности и рассматривают её как профессию. Однако в сознании молодёжи ещё не сформировалось чёткое понимание характеристик этой деятельности (Фатхуллина, Низамова, 2023).

Основываясь на теоретических положениях и обозначенных по изучаемой теме научных работах, в апреле-мае 2024 года было проведено эмпирическое исследование, целью которого было выявление ключевых характеристик образа профессии блогера в представлениях студенческой молодёжи г. Москвы.

Эмпирическим объектом исследования являлись студенты и аспиранты московских вузов в возрасте от 16 до 35 лет. Выборочная совокупность составила 273 человека. В качестве вида выборочного отбора был использован пропорциональный стратификационный метод отбора, который предусматривает выделение страт по уровню получаемого респондентом образования, полу и возрасту. После проведения процедуры постстратификации, расхождение между долями страты в выборочной и генеральной совокупностях составило не более 1-3%, которое, в рамках настоящего исследования, мы приняли за незначительное.

В качестве метода исследования был выбран анкетный опрос. При разработке блоков вопросов анкеты были использованы показатели, соответствующие структуре образа профессии блогера:

- когнитивный компонент, включающий представления о целях деятельности блогеров, используемых ими средствах для достижения

- профессиональных целей, а также о содержании их деятельности;

- эмоциональный компонент, включающий отношение к блогерской деятельности, отношение к блогерам и отношение к результатам их деятельности;

- личностный компонент, который включает представления о компетенциях и личностных качествах блогеров, представление об образе жизни блогеров;

- поведенческий компонент, проявляющийся в заинтересованности и стремлении заниматься блогерской деятельностью, а также в желании получить образование и знания, необходимые для успешного ведения блога.

Обработка полученной информации осуществлялась с использованием компьютерной программы SPSS Statistics.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion). Проведенное исследование показало, что респонденты проявляют значительный интерес к блогосфере и её контенту. Большинство опрошенных (90%) регулярно просматривают блоги, при этом 26% делают это несколько раз в день, а 24% – один раз в день. 14% респондентов отметили, что ведут свой блог. Респонденты выделили несколько причин, по которым они обращаются к блогам. Основными причинами являются развлечение (24%), получение информации (19%) и интерес к жизни других людей (16%), обучение (12,5%), комментарии по интересующим вопросам (9,4%), и др.

Для выявления когнитивной составляющей образа профессии блогера необходимо было узнать мнение респондентов об условиях и графике труда блогеров, а также об уровне их дохода и затратах на основные виды деятельности. Большинство респондентов рассматривают блогерскую деятельность в первую очередь как самовыражение (21,4%), творчество (17,9%), и хобби (12,7%). Вариант ответа «как профессию» оказались менее популярным, набрав 8,7% (Рисунок 1).

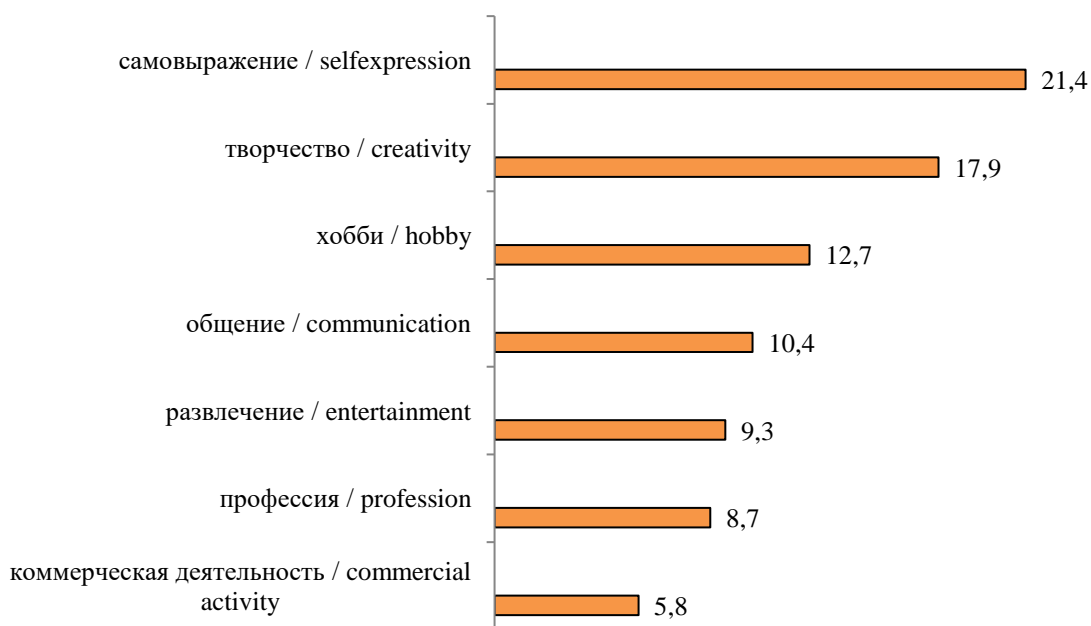


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Что, по-Вашему мнению, представляет собой блогерская деятельность?»

Figure 1. Distribution of respondents' answers to the question: "What, in your opinion, is blogging?"

В то же время, когда респондентам было предложено определить цель, которую преследуют блогеры, большинство (24%) выбрало вариант «стремление к популярности и привлечению внимания». Вариант «заработок» занял второе место по популярности (22%). Когда респондентов попросили определить, чем именно занимается блогер и какие функции он выполняет, большинство (48%) отметили, что основная задача блогера – это подготовка и распространение контента, и отметили информационную функцию (36%) и рекреационную (31%) в качестве основных.

Относительно графика работы, большинство респондентов (49%) считает, что у блогера ненормированный рабочий день и для написания интересного контента необходимо затратить много времени. В то же время велика доля респондентов отметивших, что у блогера свободный график, он работает, когда ему удобно (37%).

Подавляющее большинство респондентов (71%) отметили, что блогеры имеют высокий уровень дохода. 63% опрошенных считают, что популярные блогеры обладают значительным состоянием. Однако 15% респондентов полагают, что ведение блога не является прибыльным занятием, и лишь немногие блогеры могут похвастаться высоким доходом. 10% опрошенных затруднились дать ответ на этот вопрос. По мнению большинства респондентов (34%), основной источник дохода блогеров – реклама. Ещё 22% опрошенных полагают, что блогеры зарабатывают на продаже обучающих курсов, а 16% – на реализации собственных товаров. Большинство респондентов также считают, что для начала карьеры блогера не требуется значительных финансовых вложений.

Ответы респондентов на первую часть вопросов в значительной степени коррелируют с результатами исследования, проведённого А. А. Симоновой и В. В. Пить. Они выявили, что молодежь, в больше степени, воспринимает блогерство

как творческую деятельность, предоставляющую свободу, как в личном, так и в профессиональном плане. Одной из приоритетных целей ведения блогов так же является возможность получения высокого дохода, однако популярность не стала ключевым фактором привлекательности этой деятельности. Относительно заработка респонденты акцентировали внимание на том, что для достижения высоких доходов необходимо прилагать значительные усилия. Они также отметили, что доход блогера не является стабильным и может варьироваться (Симонова, Пить, 2023: 139).

Следующий блок вопросов анкеты был направлен на то, чтобы узнать, какие эмоции вызывает у респондентов образ профессии блогера. Большинство опрошенных (59%) относятся к блогерству нейтрально, а 39% – положительно. И лишь 2% респондентов отметили, что относятся к блогерству отрицательно.

Одним из показателей оценки образа той или иной профессии является её востребованность. Так, более половины

респондентов (60%) разделяют мнение о том, что труд блогера является необходимым и полезным для общества. При этом 8% респондентов ответили утвердительно («да, безусловно»), а 52% выбрали вариант «скорее да, чем нет».

Далее, для выявления отношения к представителям профессии, респондентам был предложен адаптированный вариант ассоциативного эксперимента, где им надо было написать любые ассоциации на слово «блогер». Полученные результаты нагляднее всего можно представить при помощи облака слов, ядро которого имеет в основном позитивный характер и представлено следующими содержательными элементами: «контент», «популярность», «открытый», «творчество», «общение», «активность». Из элементов негативного характера в ядре облака слов выделяется содержательный элемент «ненастоящий» (Рисунок 2). Таким образом, в представлении респондентов блогеры воспринимаются в позитивном ключе.



Рисунок 2. Облако слов, ассоциации респондентов со словом «блогер»
Figure 2. Word cloud, associations of respondents with the word “blogger”

В то же время, когда мы предложили респондентам выбрать высказывания, которые, по их мнению, наиболее точно описывают блогеров, большинство участников опроса (51%) отдали предпочтение негативным характеристикам. Среди них были такие утверждения: «Блогеры часто эксплуатируют популярные темы и становятся известными благодаря скандалам и расследованиям»; «Блогеры искусственно увеличивают количество своих подписчиков». Позитивные характеристики, такие как «Блогеры находят новые креативные способы представления информации» или «Блогеры честны, поскольку ценят свою репутацию», были отмечены 47% респондентов.

Ещё одним индикатором отношения к блогерам является доверие. На вопрос о том, будут ли они учитывать рекомендации блогера при покупке товара, большинство респондентов (50%) ответили утвердительно. Однако четверть опрошенных высказалась против, а ещё четверть затруднилась с ответом. Также доверие и отношение к блогерству можно оценить, рассмотрев ответы на вопрос о том, хотели бы они, чтобы их дети стали блогерами. 50% опрошенных высказались против, 48% – за, а 2% затруднились с ответом. Среди причин, по которым респонденты не хотят, чтобы их дети стали блогерами, доминирует мнение о «несерьёзности» этой деятельности. Часто встречались такие высказывания, как «это не работа», «нужно работать», «бесполезное занятие», «нет развития», «нужно учиться», «нужно работать на производстве» и так далее. Мы видим, хотя в современном мире границы между «серьёзными» и «несерьёзными» профессиями размыты, респонденты всё-таки склонны больше доверять традиционным профессиям.

В завершение этого блока вопросов мы обратились к респондентам с просьбой

выразить своё мнение о перспективах развития блогерства. Мы спросили, станет ли эта профессия устойчивой тенденцией или же она представляет собой лишь кратковременное увлечение, которое вскоре сойдёт на нет. Среди опрошенных большинство респондентов (42%) отметили, что блогерство – это профессия будущего. В то же время 34% опрошенных указали, что это всего лишь временное явление, которое вскоре утратит свою актуальность.

Отметим, что похожий вопрос о перспективах развития блогерства был задан в рамках исследования ВЦИОМ в 2020 г. респондентам в возрасте от 18 до 60 лет. Итоги данного опроса демонстрируют, что большинство респондентов склонны придерживаться мнения, что деятельность блогеров – это модное занятие, (51%) и лишь 35% опрошенных склонны считать, что блогер – это профессия будущего. Однако при анализе по возрастам, доля позитивных ответов у респондентов в возрасте от 18 до 24 лет составила 50%, что коррелирует с полученными нами результатами (ВЦИОМ, 2020).

Следующий блок вопросов анкеты был нацелен на то, чтобы выявить личностную составляющую образа профессии блогера. В частности, требовалось определить представления респондентов о компетенциях, которыми должен обладать блогер, а также о его личностных качествах и образе жизни. Респонденты назвали следующие главные профессиональные знания и навыки, необходимые для блогера: ораторское мастерство (21%); ориентация в современных трендах (18,2%); маркетинговые знания (14,7%); знания в области интернет-продвижения (14%); навыки написания текстов (11,9%) (Рисунок 3). Таким образом, по мнению респондентов, деятельность блогеров напрямую связана с практической стороной.



Рисунок 3. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какими профессиональными знаниями, умениями и навыками должен обладать блогер?»

Figure 3. Distribution of respondents' answers to the question: "What professional knowledge, skills and abilities should a blogger have?"

Затем респондентам было предложено определить наиболее значимые, по их мнению, личные качества, которыми должен обладать блогер. Среди наиболее часто встречающихся качеств были выделены: креативность – 18%; коммуникабельность – 20%; способность к творчеству – 9%; стремление к саморазвитию – 8%; организованность – 7%; любознательность – 7%. Таким образом, представления респондентов о личности блогера характеризуются позитивной направленностью.

По результатам анализа ответов респондентов на вопрос: «С какими ассоциациями у вас связаны представления об образе жизни блогера?» удалось

составить облако слов. Ядерный компонент представлен такими содержательными элементами как «свобода», «путешествия», «общение», все они носят позитивный характер. Периферическая система, играющая второстепенную роль в структуре представления, представлена следующими характеристиками: «открытый», «яркий», «активный», «богатство», «слава», «потребление», «хайп», «провокация», «загородный», «вечеринки», «развлечения», «раздолбайский», «мажорный», «ленивый». В целом эти характеристики описывают образ жизни, связанный с развлечениями и отдыхом (Рисунок 4).

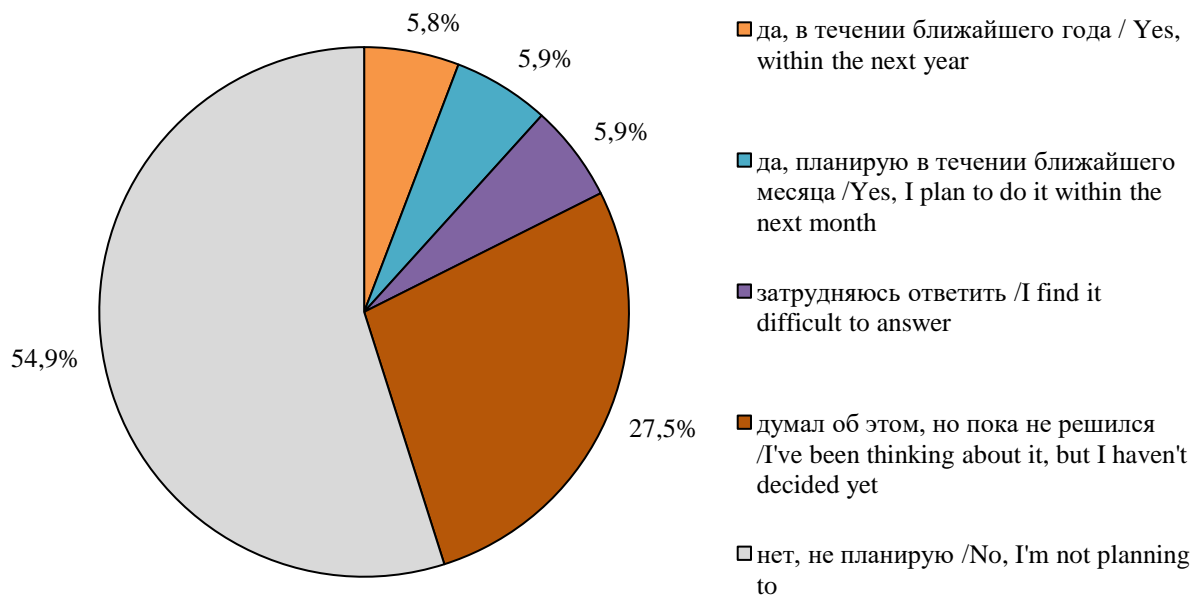


Рисунок 5. Распределение ответов респондентов на вопрос:
Figure 5. "Are you planning to become a professional blogger?"

Таким образом, проведенный анализ показал, что у большинства респондентов блогерская деятельность является весьма востребованной. Они просматривают чьи-либо блоги не реже 1 раза в день, в основном ради развлечения и получения новостей. Когнитивный компонент образа профессии блогера у большинства респондентов не является четким и ясным. Они не имеют четкого представления о целях, содержании и условиях работы блогера. Эмоциональный и личностный компонент образа профессии блогера у респондентов более определены. Большинство респондентов характеризуют профессию блогера в позитивном ключе. Они отмечают востребованность этой профессии и выражают доверие к блогерам. Слово «блогер» вызывает у респондентов положительные ассоциации. Они также считают, что образ жизни блогеров характеризуется свободой и возможностью получать удовольствие от различных развлечений. Поведенческий компонент свидетельствует о незаинтересованности большинства респондентов в данной деятельности. Большинство опрошенных рассматривают блогерскую деятельность

больше как самовыражение, общение, развлечение, а не как профессию, однако считают, что, она может стать таковой в будущем.

Чтобы оценить, насколько образ профессии блогера, сформированный в представлении респондентов, соответствует действительности, мы выделили шесть основных характеристик этой деятельности в России, которые подтверждаются различными исследованиями. Во-первых, это отсутствие специализированного законодательства, регулирующего работу блогеров. Во-вторых, высокий спрос на эту профессию в обществе. В-третьих, отсутствие специализированных образовательных программ для подготовки блогеров. В-четвертых, значительные временные затраты на создание контента. В-пятых, ненормированный рабочий график. И, наконец, нестабильный доход, который может существенно варьироваться, но в большинстве случаев ниже среднего по стране. Затем ответы респондентов были классифицированы по группам в зависимости от степени соответствия их представлений о

профессии блогера её реальным характеристикам. Так, если респондент давал 5-6 правильных ответов, это свидетельствовало о полном соответствии его представлений о профессии блогера действительности. Если же было дано 3-4 правильных ответа, это указывало на частичное сходство образа профессии блогера с реальностью. В случае же, если респондент давал 0-2 правильных ответа, это говорило о несоответствии его представлений о профессии блогера действительности.

Согласно полученным данным, лишь у 14,8% опрошенных характеристики образа профессии блогера совпали с действительностью. Они отметили, что доход от ведения блога невелик, работа требует значительных временных затрат, она востребована в обществе. Кроме того, они отметили, что отсутствуют законодательное регулирование этой деятельности и соответствующие образовательные программы. У 43,5% опрошенных характеристики профессии блогера совпали лишь частично. В большинстве случаев респонденты ошибочно полагали, что работа блогера приносит высокий доход и позволяет иметь гибкий график, не требующий

значительных временных затрат. Наконец, 41,7% респондентов сформировали искажённое представление о профессии блогера. Таким образом, мы видим, что у большинства участников опроса сформированный образ профессии блогера не соответствует действительности.

Для того чтобы определить, какие факторы оказывают влияние на восприятие профессии блогера, мы провели корреляционный анализ различных параметров.

В результате исследования была выявлена корреляция между уровнем образования и восприятием блогерской деятельности как профессиональной. Перекрестная таблица ответов на два соответствующих вопроса анкеты показала, что среди аспирантов наибольшее количество респондентов (31%) видят в блогерстве способ самовыражения. Студенты магистратуры чаще рассматривают блогерство как возможность для общения (24,3%) или развлечения (25,3%). В то же время, студенты бакалавриата в большинстве своём (45,6%) считают блогерство реальной профессией. Значимость Хи-квадрата составила 0,001 (хи квадрат меньше 5 %, значит, зависимость есть).

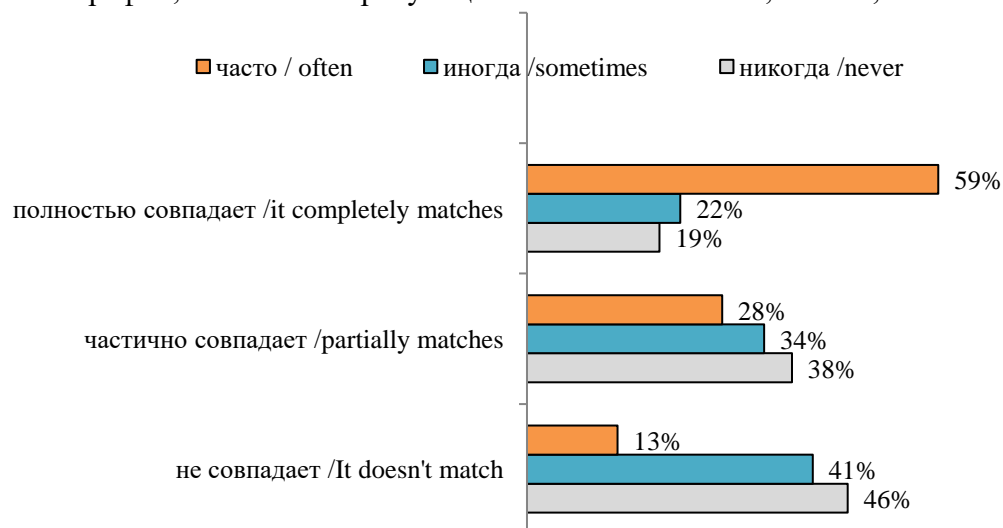


Рисунок 6. Корреляция переменных «частота просмотра блогов» и «степень соответствия образа профессии блогера реальным характеристикам»

Figure 6. Correlation of the variables “frequency of blog browsing” and “the degree to which the image of the blogger's profession corresponds to real characteristics”

Таким образом, уровень образования влияет на восприятие блогерской деятельности как профессии. Чем выше степень образования у студента, тем реже он рассматривает блогерскую деятельность как профессию.

В рамках исследования были сопоставлены перегруппированные данные о соответствии образа профессии в представлениях студентов реальным характеристикам блогерства, а также данные о частоте просмотра блогов. Для наглядности результаты представлены в виде гистограммы (Рисунок 6). На ней можно увидеть, как частота просмотра блогов влияет на точность восприятия профессии блогера. Студенты, которые регулярно просматривают блоги, в большинстве случаев имеют более реалистичное представление о блогерстве как профессии (59%). Значимость Хи-квадрата составила 0,001, что свидетельствует о наличии зависимости между частотой просмотра блогов и соответствием образа профессии. Если человек редко смотрит блоги, его представление о профессии может быть неполным или даже ошибочным. Напротив, если человек часто читает блоги, он лучше понимает, чем на самом деле занимаются блогеры, тем точнее его представление о профессии блогера.

Заключение (Conclusions). В современном обществе, где информационные технологии играют важную роль в повседневной жизни, молодые люди активно используют новые способы коммуникации. Блоги предлагают уникальные возможности для общения, обучения и развлечения. Благодаря персонализированному и эмоционально окрашенному контенту, а также возможности оставлять комментарии и общаться с авторами, блоги становятся всё более востребованными среди молодёжи. Популярность и успех отдельных блогеров возбуждает интерес к блогерству как профессии среди молодёжи.

Однако результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что в сознании московских студентов не сформировался чёткий образ профессии блогера. Значительная часть студентов имеет более ярко выраженные эмоциональный и личностный компоненты в структуре образа профессии блогера, в то время как когнитивный и поведенческий компоненты остаются несформированными. Хотя студенты осознают важность и полезность деятельности блогеров для общества, для большинства из них ведение блогов является скорее хобби, способом самовыражения и коммуникации, а не профессией. Тем не менее, они допускают возможность того, что в будущем блогерство может стать признанной и уважаемой профессией. Этот вывод опровергает опасения некоторых специалистов, которые предполагали, что большинство молодёжи стремятся стать блогерами. Хотя в целом студенческая молодёжь положительно относится к блогерству, она не проявляет активного стремления стать профессиональным блогером. Полученные в ходе исследования результаты помогают лучше понять стратегии профессионального развития современных студентов и могут представлять интерес при разработке программ в рамках молодежной политики и в сфере образования.

В данной работе были рассмотрены лишь некоторые аспекты обозначенной проблемы. Результаты исследования побудили нас сформулировать ряд новых научных вопросов. Так, обнаруженная взаимосвязь между уровнем образования и восприятием образа профессии блогера вызывает интерес к анализу отношения к блогерству у школьников разных классов. Предполагается, что среди школьников восприятие блогерства как профессии будет более распространено. В ходе исследования было выявлено, что большинство студентов рассматривают блогерство как деятельность, полезную для

общества. Было бы интересно более глубоко проанализировать, в чём именно молодые люди видят положительные и отрицательные аспекты этой деятельности для общества. В рамках исследования мы не стали выделять авторов блогов в отдельную категорию. Однако было бы весьма интересно проанализировать авто-образ профессии блогера, а также выяснить, как сами блогеры оценивают процесс профессионализации своей деятельности и какие меры, по их мнению, необходимо предпринять на пути к ней.

Список литературы

Балакирева С. О., Бородин И. В. Индустрия инфлюенсеров: взгляд изнутри // Социодиггер. 2021. № 5(10). С. 49-53.

Володина К. А. Теоретический анализ основных характеристик образа профессии: понятие, структура, функции // Вопросы психологии и воспитания. № 3. 2012. С. 156-158.

Климов Е. А. Введение в психологию труда. М.: МГУ. 2004. 334 с.

Макушева М. О. Как интернет-инфлюенсеры влияют на традиционные медиа, институт экспертизы и поведение пользователей // Социодиггер. 2021. № 5 (10). С. 36-41.

Мансуров В. А., Семенова А. В. Образ современного российского инженера: опыт контент-анализа научных публикаций // Социологические исследования. 2022. № 3. С. 83-89.

Митина М. Л. Личность и профессия: психологическая поддержка и сопровождение. М.: Академия. 2005. 334 с.

От блогеров – к инфлюенсерам: борьба за внимание и влияние на аудиторию. Новые тренды // Аналитический обзор ВЦИОМ. URL: <https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10560> (дата обращения: 22.12.2023).

Певная М. В., Дидковская Я. В. Социальная работа: представления о профессии // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 92-96.

Платаш Е. Ф. Формирование образа профессии экономиста у студентов в процессе изучения иностранного языка // Вестник Ставропольского государственного университета. 2010. № 69. С. 125-131.

Рожкова Л. В., Дубина А. Ш., Воробьев В. П. Отношение к труду и трудовые установки молодежи в современных условиях // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2023. № 2. С. 116-126.

Савенков В. Д. Функции блогосферы в РФ и США в XXI веке: сходства и различия // Социодинамика. 2018. №.3. С. 16-26.

Симонова А. А. Пить В. В. Феномен блогерства в контексте новых форм удаленной занятости // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. № 21. С. 135-143.

Фатхуллина Л. З., Низамова А. Х. Представления студенческой молодежи о блогосфере // Вестник экономики, права и социологии. 2023. № 2. С. 162.

Харченко В. С. Образ жизни российских фрилансеров: социологический анализ // Социологические исследования. 2014. № 4. С. 54-63.

References

Balakireva, S. and Borodin, I. (2021), "The Influencer Industry: An inside Look", *Sociodigger*, 5 (10), 49-53. (In Russian)

Volodina, K., (2012), "Theoretical analysis of the main characteristics of the image of the profession: concept, structure, functions", *Voprosy psikhologii i vospitaniya*, (3), 156. (In Russian)

Klimov, E. (2004), *Vvedenie v psikhologiyu truda*, [Introduction to the psychology of work], Moscow State University, Moscow, Russia, 334. (In Russian)

Makusheva, M. (2021), "How Internet influencers influence traditional media, the institute of expertise and user behavior", *Sociodigger*, 5 (10), 36-41. (In Russian)

Mansurov, V. and Semenova, A. (2023), "The image of a modern Russian engineer: the experience of content analysis of scientific publications", *Sotsiologicheskie issledovaniya*, (3), 83-89. (In Russian)

Mitina, M. (2005), *Lichnost i professiya: psikhologicheskaya podderzhka i soprovozhdenie*, [Personality and profession: psychological support and support], Akademiya, Moscow, Russia, 334. (In Russian)

From bloggers to influencers: the struggle for attention and influence on the audience. New trends, Analytical review of VTsIOM [Online], available at:

<https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10560> (Accessed 22 December 2023). (In Russian)

Pevnaya, M. and Didkovskaya, Ya. (2011), "Social work: ideas about the profession", *Sotsiologicheskie Issledovaniya*, (4), 92-96. (In Russian)

Platash, E. (2010), "Formation of the image of the economist profession among students in the process of learning a foreign language", *Vestnik Stavropol'skogo gosudarstvennogo universiteta*, 69, 125-131. (In Russian)

Rozhkova, L., Dubina, A. and Vorobyov, V. (2023), "Attitude to work and work attitudes of young people in modern conditions", *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedeny. Povolzhsky region. Obshchestvennye nauki*, (2), 116-126. (In Russian)

Savenkov, V. (2018), "The functions of the blogosphere in Russia and the USA in the XXI century: similarities and differences", *Sotsiodinamika*, (3), 16-26. (In Russian)

Simonova, A. and Pit, V. (2023), "The phenomenon of blogging in the context of new forms of remote employment", *Nauchny rezultat. Tekhnologii biznesa i servisa*, 21, 135-143. (In Russian)

Fatkhullina, L. and Nizamova, A. (2023), "Student youth's ideas about the blogosphere",

Vestnik ekonomiki, prava i sotsiologii, (2), 162. (In Russian)

Kharchenko, V. (2014), "The lifestyle of Russian freelancers: a sociological analysis", *Sotsiologicheskie issledovaniya*, (4), 54-63. (In Russian)

Статья поступила в редакцию 20 августа 2024 г. Поступила после доработки 01 сентября 2024 г. Принята к печати 10 сентября 2024 г.

Received 20 August 2024. Revised 01 September 2024. Accepted 10 September 2024.

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflicts of interest to declare.

Зимова Наталья Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент Высшей школы современных социальных наук, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия.

Natalya S. Zimova, Cand. Sci. (Sociological Science), Associate Professor, Higher School of Modern Social Sciences, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia.