

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

## Деконструкция образа блогера в российской медиасреде

*Николаева Мария Витальевна*

*Сотрудник*

Кубанский государственный университет, Факультет управления и психологии, Кафедра социальной работы, психологии и педагогики высшего образования, Краснодар, Россия

*E-mail: masha\_pershina93@mail.ru*

В статье рассматривается рейтинг самых популярных блогеров в России в социальных медиа за 2021 год[1]. Целью статьи становится изучение дискурсивного медиаконтента, продуцируемого самыми популярными блогерами в своих аккаунтах. Сравнительный анализ медиаконтента топовых российских блогеров позволяет выявить пользовательский запрос со стороны пользователей социальных медиа и сделать вывод о том, что в качестве основных паттернов восприятия медиаконтента лидирующими становятся блогеры, транслирующие развлекательный, игровой и визуально привлекающий контент. У самых популярных блогеров практически отсутствует образовательный и развивающий контент, проанализируемые нами аккаунты популярных блогеров насыщены контентом «селфи», любования своим телом, активно развивается стриминг, реклама, пародийные видео, а также любого вида развлекательный контент.

Концептуализация выбранной темы исследования основывается на теории социального конструирования реальности[1]. Несмотря на то, что в современных медиакommunikationных реалиях символическое конституирование представляет собой своего рода алгоритм действий, позволяющих, в частности, сконструировать образ блогера, изучение кейсов последних лет заставляет указать на нетипичность ряда сюжетов, вследствие чего устоявшиеся стратегии оказываются неэффективными[2]. На данном основании следует обратить внимание на явление деконструкции образа блогера, которая связана с изменением популярности пользовательского контента.

Эмпирическую базу исследования составили стали дата-сеты (все посты блогера) за 2021 год, которые были собраны кампанией Медиалогия. Дата-сеты были получены методом сплошной выборки и подвергнуты комплексному анализу, который состоял из применения визуальных и лингводискурсивных методик.

В сентябре 2021 года известная журналистка Ксения Собчак берет интервью у популярного блогера и телеведущей, Анастасии Ивлеевой. Программа, которая транслируется в видеохостинге YouTube, и набирает около 9 миллионов просмотров и 30 тысяч комментариев. В медиасреде данное интервью вызывает высокий резонанс, так как многие пользователи замечают, что А.Ивлеева не владеет знаниями по школьной программе. Она не смогла ответить на вопросы ведущей, но затем возмутилась и сказала, что «она может жить без этих знаний и зарабатывать деньги».

Первый тренд свидетельствует о том, что в медиасреде популярным становится не тот, кто умнее или образованнее, а тот, кто создает и публикует контент, который отличается высоким спросом. В случае с А.Ивлеевой доказывает, что демонстрация незнания базовых знаний позволила ей увеличить количество подписчиков и создать информационный повод.

Вторым трендом на контент в онлайн-пространстве является популярность игровых практик, которые публикуются такими блогерами как Влада Бумага и Магмюк. Они завоевали свою популярность при обзоре игровой индустрии, транслируя игровые новинки и тенденции в игровом мире. Выпустив летсплей на популярную в молодежной среде игру

Minecraft, блогер получил известность в юношеских кругах, которые повысили количество подписчиков.

Преобразование блогеров в лидеров общественного мнения связано с укреплением горизонтальных социокоммуникационных связей в поле интернета, из-за чего усиливается символическое значение репрезентируемого в глобальной сети (в частности в социальных медиа и блогинге) медиаконтента, который, исходя из заложенной в него смысловой нагрузки, вступает в конкуренцию с медиаконтентом «традиционных» СМИ.

Исходя из обладаемых и наделяемых черт (внешний вид, системное самопозиционирование, транслируемый дискурс относительно резонансных прецедентов социальной действительности), некая публичная личность потенциально вписывается в классический портрет инфлюенсера, однако в результате доминирования в медиапространстве противоположных фрейма и интенций происходят неконтролируемые и непрогнозируемые последствия для конструирования имиджа и продвижения личного бренда[3]. В случае с А.Ивлеевой мы продемонстрировали, что происходит деконструкция образа современного блогера, об этом свидетельствуют: увеличение публичного капитала, использования положительного фрейма, а также публикация постов, пригодных для восприятия массовой аудитории.

Таким образом, мы приходим к выводу, что в медиапространстве видоизменяется образ блогера, конструируется однонаправленный контент, который позволяет создать фрейм медиалидера. Чтобы быть популярным, необходимо создавать и публиковать контент сквозь оптику современных медиатенденций, включающих не только содержание контента, но и в целом позитивное общественное мнение в отношении блогера, визуально привлекательный внешний образ, включенность в топовые сценарии современного медиапространства.

### Литература

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности.Трактат по социологии знания. - М.: «Медиум», 1995.323с.
2. Катермина В.В., Гнедаш А.А., Николаева М.В. Комплексный анализ лингвистических паттернов коммуникации топовых российских журналистов в официальных аккаунтах социальных платформ ВКонтакте, Facebook, Instagram, Twitter. Вестник Чувашского государственного педагогического университета им.И.Я.Яковлева// 2020. №4. С.49-62.
3. Ефанов А. А. Деконструкция образа инфлюенсера в современном медиапространстве// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. No 5. С. 32—46. [https:// doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1958](https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.5.1958).

[1]Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 20-012-00033 «Лингвистические модели социально-политической коммуникации в online-пространстве: дискурсивные поля, паттерны и гибридная методология анализа сетевых данных» (2020-2022 гг., рук. В.В.Катермина).