

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра русского языка, речевой коммуникации и русского как иностранного

АВТОРЕФЕРАТ
выпускной квалификационной работы

**Речевое поведение блогера: стратегия самопрезентации
и средства её реализации**

студентки 4 курса 432 группа
направления 42.03.02 «Журналистика»
профиля «Журналистика»
Института филологии и журналистики

Бабенко Алисы Олеговны

Научный руководитель
профессор, д.ф.н.

М.А. Кормилицына

подпись, дата

Зав. кафедрой д.ф.н., доцент

А. Н. Байкулова

подпись,

Саратов 2021

За последнее время большая часть жизни человека «перетекла в Интернет».

Блогером сейчас может стать любой человек, который ведет собственный профиль в любой социальной сети. Это может быть: Instagram, YouTube, Facebook. Каждый выбирает свою площадку. Нужно отметить, что у русскоязычной аудитории Instagram популярен в качестве текстового блога. Тогда как у англоязычных пользователей эта соцсеть предназначена для публикаций фотографий с короткой подписью.

Обычно у блога есть одна или несколько тематик. Автор делится своими мыслями, умениями и знаниями. Продвигает свой личный бренд с помощью правильно разработанной самопрезентации.

Сейчас блог перестает быть просто хобби, а становится главным доходом блогера. Нужно продвигать себя и продавать свои услуги. Блогеры помимо своих постов начинают создавать информационные продукты: обучать новых пользователей правильному введению своего профиля в социальных сетях. И для успешной продажи важно грамотно выстроить свой личный бренд. Поэтому блогер выстраивает свою стратегию продвижения и ищет средства для её реализации. Главным фактором выступает самопрезентация.

Объектом исследования является блог Александры Митрошиной. Она получила известность в сети как «умный блогер».

Предмет исследования специфика самопрезентации блогера.

Цель исследования — описание речевого портрета блогера, анализ коммуникативных стратегий и тактик и средств их реализации.

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. Дать характеристику блога как средства коммуникации.
2. Провести анализ стратегий и тактик коммуникации и средств их выражения.
3. Представить речевой портрет блогера.

В исследовании были использованы общенаучные методы анализа материала: анализ, наблюдение, сравнение, классификация.

Проанализированы записи блога за 2012— 2021 годы. В работе посты цитируются с сохранением особенностей оригинала. В работе приводится 164 примера средств реализации самопрезентации блогера.

Структура работы: работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников. Это тема выбрана мной не случайно. Сейчас блогосфера набирает популярность и многие профессии перешли в интернет. Для реализации успешной стратегии продвижения личности или бренда нужно знать как представить объект в сети.

Благодаря изучению самопрезентации на конкретной личности мы можем вывести основные принципы и основы для создания блога и продвижения. Для меня эта работа имеет значимость так как я занимаюсь продвижением аккаунтов в соц сетях а именно продвижение политического лидера и аккаунта района.

Блог – является востребованной площадкой для реализации своих идей и продвижения личного бренда. Исследователи выделяют основные функции блога: коммуникативная, способ продвижения через самопрезентацию, развлекательная, реклама, саморазвитие, мемуары, сплочения и удержания социальных связей, психотерапевтическая.

Актуальность данной темы в том, что сейчас блогосфере набирает больше актуальности и для реализации успешного проекта (продвижения блога) нужно грамотно выстроить свою стратегию

В достижении любой цели стоит четкий план по реализации задуманных идей. В современном мире невозможно представить медийную личность без развития личного бренда. Именно зарекомендованное имя дает возможность заявить о себе. У любой успешной коммуникации есть определенная стратегия.

Блог – является востребованной площадкой для реализации своих идей и продвижения личного бренда. Исследователи выделяют основные функции блога: коммуникативная, способ продвижения через самопрезентацию, развлекательная, реклама, саморазвитие, мемуары, сплочения и удержания социальных связей, психотерапевтическая.

Такие особенности коммуникации в сети Интернет, как анонимность и мультимедийность, накладывают отпечаток на изучение языковой личности в блогосфере. Получая бесконечную возможность самопрезентации, блогер может создать виртуальную личность, не соответствующую реальной, однако исследователи отмечают, что значительные несоответствия раскрываются аудиторией и негативно ею оцениваются.

Блогер, который известен своей деятельностью за пределами интернет-пространства, будет с помощью блога поддерживать или корректировать собственный имидж, сложившийся в сознании общества.

Успех блога зависит от того, как автор его позиционирует. Именно образ и подача информации заставляет пользователя подписаться на конкретный профиль. Умение создавать качественный контент выделяет блогера среди других.

Благодаря тому, что автор показывает свою жизнь и делится с читателями своими мыслями и переживаниями, сближает его с аудиторией. Те, кто прочитает пост, поймет, что проблемы бывают у всех. Важную роль в том, чтобы зацепить внимания людей в большом потоке информации, является то, что нужно быть с читателями на «одной волне» и открывать себя настоящего.

Именно эмоциональность и искренность выделяет Митрошину среди других. И это помогло ей набрать большую аудиторию. Её стратегия самохарактеризации продвигает её личный бренд.

В деятельности блогера огромную роль играет правильная подача себя и своих мыслей читателям. Успех в блогосфере зависит от личности и от её жизненной позиции.

Данная исследовательская работа была направлена на изучение речевого поведения блогера и анализ самопрезентации личности в блоге. Одним из главных факторов создания блога является продвижения личного бренда.

Это исследование актуально всем, кто захочет завести свой блог и тем, кто занимается продвижением коммерческих аккаунтов. Эта работа помогла найти стратегию, которая пригодится в профессиональной деятельности.

Важно отметить, что одной из успешных стратегий в блоге является самопрезентация с использованием тактики эмоциональности и самокритики. Нужно уметь выделиться из большой массы благодаря умению вести коммуникацию с аудиторией и продвигать свой личный бренд с помощью самопрезентации.

Как было сказано ранее, блог является востребованной площадкой для реализации своих идей и продвижения личного бренда.

Таким образом, можно сказать, что в современном мире, где Интернет занимает лидирующее место, важную роль играет деятельность в блогосфере.