

УДК 159.9.07

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ САМОПОНИМАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ БЛОГЕРОВ**

**Л.С. Бурлаченко**

Кубанский государственный технологический университет, г. Краснодар

Рассматриваются особенности самопонимания блогерами своей профессиональной идентичности. Представлено определение профессиональной идентичности и ее типов по классификации Л.Б. Шнейдер [7]. Проведено эмпирическое исследование по выявлению типа профессиональной идентичности блогеров Краснодарского края сети Instagram. На основе комплекса психологических методик описаны профессиональная идентичность микроблогеров регионального уровня, их понимание этого вида деятельности и своей идентичности относительно нее. Были выявлены противоречия в профессиональной деятельности блогеров. В результате обнаружены новые актуальные направления изучения блогосферы и блогинга.

***Ключевые слова:** самопонимание, профессиональная идентичность, блогосфера, блогинг.*

Самопонимание профессиональной идентичности необходимо индивиду для полноценной жизни в обществе, поскольку помогает найти своё предназначение и заниматься делом, закрывающим основные потребности. Категория самопонимания в нарративной психологии раскрывается как процесс постоянного понимания собственного поведения, опыта на основе «текста», который может быть реализован посредством любых доступных инструментов [6]. Блог является таким инструментом, позволяющим индивиду фиксировать собственный опыт, формировать и поддерживать собственную идентичность.

Поскольку сегодня у одного индивида может быть несколько профессий и видов занятости, можно сделать предположение, что профессиональная идентичность также становится изменчивой и вероятностной на данном этапе развития общества. Это согласуется с теориями подвижной идентичности индивида. Например, концепция Х. Маркуса и П. Нуриуса аспект стабильности/изменчивости идентичности раскрывает как вопрос вероятности появления определенного образа себя в ситуации конкретного социального взаимодействия и/или коммуникации [4].

Сегодня понятия «труд», «профессия», «профессиональная деятельность» претерпевают изменения как в восприятии в массовом сознании, так и ввиду появления новых технических и технологических процессов производства и организации труда [1]. Блогинг представляет собой новую форму деятельности, которую одни исследователи относят

к профессиональной, а другие – к досуговой деятельности. Этот тезис также нашел своё подтверждение в авторском исследовании репрезентации блогинга как профессиональной деятельности в сознании молодежи: 54,8 % респондентов считают, что блогинг – это не профессиональная деятельность, и, соответственно, 45,2 % рассматривают блогинг как профессиональную деятельность [2].

Цель настоящего исследования – изучение особенностей самопонимания профессиональной идентичности микроблогеров регионального уровня.

Задачи: выделить маркеры профессиональной идентичности на основе теоретического анализа; определить ведущий тип профессиональной идентичности респондентов по классификации Л.Б. Шнейдер [7, с. 66]; выявить и описать представления блогеров о собственных карьерных ожиданиях, профессиональных ценностях и целях; охарактеризовать самопонимание блогерами своей профессиональной идентичности с помощью личного интервью.

Эмпирическая база исследования – 20 блогеров социальной сети Инстаграм города Краснодар в возрасте от 20 до 29 лет (15 женщин и 5 мужчин). Аудитория блогов составляет от 1 000 до 40 000 человек, что относит респондентов к группе микроблогеров. Выборка формировалась согласно фактору доступности и методом «снежного кома».

Для решения поставленных задач и цели исследования были использованы методика изучения профессиональной идентичности Л.Б. Шнейдер; структурированное интервью, направленное на выявление и описание профессиональной идентичности блогера; проективная методика по типу «незаконченные предложения» («Я блогер»), сформированная на основе опросника Л.Н. Ожиговой.

При теоретическом анализе источников было сконструировано общее определение профессиональной идентичности индивида. Профессиональная идентичность представляет собой внутреннее переживание индивидом своего места в профессиональной структуре общества и отнесение себя к той или иной профессии и/или профессиональной группе.

Исследователи выделяют следующие компоненты, характеризующие профессиональную идентичность: разделение ценностей и норм профессиональной группы; личные ожидания от профессиональной деятельности; соотнесение целей и задач профессии со своими личными целями; осознание и реализация собственного реального образа профессионала и идеального будущего, к которому индивид будет стремиться; усвоение необходимых навыков и знаний для профессиональной деятельности и одновременно рассмотрение этой деятельности как способа реализации себя и раскрытия своего потенциала. Важный поведенческий компонент профессиональной идентичности – ее формирование «только на достаточно высоких

уровнях овладения профессией и представление как устойчивое согласование основных элементов профессионального процесса [3; 5; 6].

На основе описанных выше маркеров профессионалкой идентичности был построен опросный лист для интервьюированная блогеров.

*Результаты исследования.* Полученные данные структурированы и сгруппированы по основным маркерам профессиональной идентичности: осознание себя как представителя данной профессии, понимание и знание ее ценностей, целей, собственных мотивов, видение профессионального карьерного роста.

Практически все респонденты на вопрос о своей профессии или основном занятии называют любую другую профессию, кроме блогинга. Это и те, для кого блогинг является основной деятельностью и приносит основной доход. В ходе интервью часть респондентов все же отмечает, что они являются блогерами и занимаются этой деятельностью в удовольствие (65 %). Но скорее они относят ее к хобби, чем к профессии. При этом некоторые респонденты называют себя «инфлюенсерами», «лидерами мнений» и говорят, что им не нравится само название «блогер». Хотя в ходе интервью обнаруживается, что они занимаются абсолютно идентичной деятельностью с блогерами (табл. 1).

Для описания своей идентичности характерны следующие формулировки ответов респондентов: «Я говорю, что блогер – это скорее всего мое хобби. Называешь себя блогером? Отчасти да. Потому что есть уже ответственность за аудиторию». «Я написала, что я культурный блогер. Это способ самовыражения. Но есть и монетизация».

В табл. 1 представлены типы профессиональной идентичности блогеров, выявленные по методике Л.Б. Шнейдер [7].

Таблица 1

Статус профессиональной идентичности блогеров

Представление об основной деятельности	Тип профессиональной идентичности, % чел.			
	Достигнутая позитивная идентичность	Мораторий	Диффузная	Псевдо-позитивная
Я блогер	30	10	10	20
Я инфлюенсер / лидер мнения	–	5	–	–
Не считаю себя блогером	–	5	–	–

Важным составляющим компонентом профессиональной идентичности являются ценности, представляющие собой идеалы, на которые стоит ориентироваться в профессии. Большинство блогеров отмечают, что необходимо придерживаться общечеловеческих ценностей. При этом вопрос вызывал трудности у респондентов, но прослеживается общая тенденция ответов. В таблице ниже представлены наиболее популярные среди блогеров ценности (табл. 2). Общий процент – больше 100 из-за возможности называть несколько вариантов ответов.

Таблица 2

Профессиональные ценности блогера	
Ценности	% чел.
Открытость/коммуникабельность	45
Честность	60
Ответственность	30
Искренность	15
Объективность	10
«Те же ценности, что и у обычного человека»	25

Личные преимущества от выполнения определенной деятельности являются мотивационным компонентом и показателем согласованности целей профессиональных с личными. В табл. 3 представлены основные выгоды и преимущества, которые называют блогеры. Сюда также включены ответы из проективной методики на предложение «Я блогер, и мне нравится... И у меня есть возможность».

Таблица 3

Личные преимущества, получаемые от блогинга	
Преимущества и выгоды от ведения блога	% ответов
Новые знакомства / общение с единомышленниками	85
Бесплатные услуги / доход от рекламы, путешествия	65
Любимая деятельность / саморазвитие и самореализация	55
Писать / высказываться на волнующие темы / делиться с аудиторией мыслями	45
Получать отклик и обратную связь от аудитории	30
Посещение закрытых мероприятий	15
Повышается уверенность в себе	10
Дневник / рефлексия	10
Мобильность	5
Дисциплина	5

Удалось выделить качества, необходимые для ведения эффективного блога. Они представлены в табл. 4. Первый столбец носит название «Условно профессиональные», поскольку эти качества связаны напрямую с блогингом как профессиональной деятельностью, но сами блогеры их таковыми не считают, поскольку блогинг склонны рассматривать как хобби.

#### *Интерпретация результатов исследования*

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что блогеры обладают устойчивой достигнутой профессиональной идентичностью, несмотря на то что в интервью они часто говорят, что не считают себя блогерами. Возможно, эта особенность связана с неоднозначными оценками общества этой деятельности, что сами респонденты отмечают в своих ответах. «Никогда не говорю, что я блогер, хотя я имею постоянный и единственный доход от блогинга», «У нас в обществе как-то не рассматривают это как профессию. Говорю, что

фрилансер и что занимаюсь своим делом. Пока еще не называю себя блогером». «Я блогер. Я родственникам говорю, что работаю в рекламе, потому что им сложно объяснить, чем я занимаюсь».

Таблица 4

Профессиональные и личные качества необходимые блогеру

Условно профессиональные	% ответов	Личные	% ответов
Умение работать с фото-видео-контентом: снимать, обрабатывать, монтировать	65	Искренность, открытость, честность, отзывчивость	45
Грамотно писать, формулировать собственные мысли	60	Терпение, стрессоустойчивость	35
Высокая коммуникативность	30	Чувство стиля, креативность	20
Работа с информацией, проверка источников	25	Мобильность, активность, гибкость	25
Навыки маркетолога	10	Харизма, уверенность	15

Как видно из ответов, у блогеров словно существует как минимум два вида профессиональной идентичности: один относится к их «основной» профессии, а второй – к блогингу. Они склонны рассматривать блогинг как хобби, даже если он приносит им ощутимый доход. Возможно, это связано с тем, что для того чтобы начать вести блог, не нужно проходить привычные ступени инициации традиционной профессиональной деятельности: обучение в учебном заведении, поиск места работы, прохождение собеседования, адаптация в трудовом коллективе и т.д. Индивид может просто начать вести блог, и поэтому эта деятельность рассматривается скорее как хобби, даже если начинает приносить доход. Часть респондентов склонна рассматривать блогинг в качестве хобби, а часть – как профессиональную деятельность, при условии, что у блога крупная аудитория и есть доход.

Несмотря на неоднозначность самопонимания своей профессиональной идентичности, блогеры отмечают многие маркеры именно профессиональной деятельности. Например, социальную ответственность перед аудиторией. «Если ты имеешь влияние на какого-то другого, то ответственность есть, ты должен понимать, что у тебя есть статус и имя». «Как и журналисты несут ответственность». «Должна быть писательская этика и указание цитат и источников».

Респонденты отмечают, что блогеры представляют собой определенную профессиональную группу, что подтверждает наличие коммуникационной структуры представителей одного вида деятельности и выступает маркером профессиональной идентичности. «Инстаграм очень сближает людей и позволяет найти новых друзей», «мне очень хотелось познакомиться и пообщаться со всеми этими блогерами, а потом я сама стала одной из них».

Значительная часть респондентов указала на тот момент, что блогингу индивид начинает учиться сразу на практике путем проб и

ошибок. При этом блогеры ясно представляют свой карьерный путь. Блогер начинает вести блог как дневник, в котором ищет поддержку для решения жизненных ситуаций и отклик от аудитории. Если он хочет развивать блог, то старается делать качественный интересный вовлекающий контент, чтобы обеспечить органический рост аудитории. Обычно на этом этапе появляются первые сотрудничества, из которых важно выбрать хорошие предложения, интересные для аудитории. Блог продолжает расти, увеличиваются сотрудничества, рекламные кампании, марафоны и конкурсы для аудитории. После блогер создаёт свой продукт: курсы, одежду, кафе и т. п., таким образом он выходит из рамок онлайн-блога в реальность.

Многие блогеры видят перспективы именно в создании актов коммуникации в оффлайне, будь то собственный бизнес, сотрудничества, мероприятия или путешествия, которые реализуются с помощью блога.

В этой деятельности органично переплетаются личные цели самореализации индивида с целями профессиональными по развитию блога, поскольку 70 % респондентов рассматривают блог как онлайн-инструмент, который поможет им развить их проекты в офф-лайне. Эта особенность характерна для достигнутой позитивной профессиональной идентичности.

Таким образом, к особенностям самопонимания профессиональной идентичности блогеров можно отнести: понимание себя сначала профессионалом «основной» деятельности, а потом уже блогером; восприятие блогинга одновременно и как хобби, и как профессиональной деятельности; оценку блогинга как профессии с низким статусом в глазах общества.

В результате проведенного исследования получены следующие выводы: блогинг можно назвать деятельностью «переходящего» характера от досуговой к профессиональной, поскольку для нее характерны как маркеры профессии, так и особенности хобби и приятного времяпрепровождения; блогеры с достигнутой позитивной профессиональной идентичностью ведут блог регулярно, получают от него определенные материальные выгоды, рассматривают группу блогеров как определенную социально-профессиональную общность и соотносят себя с ней.

Блогеры с профессиональной идентичностью диффузного характера (или моратория) имеют небольшую аудиторию – от 1 000 до 5 000 человек. И, возможно, с ростом блога и дохода от него профессиональная идентичность будет укрепляться. Это еще одна гипотеза, которая также делает актуальным изучение крупных блогеров с аудиториями, исчисляемым сотнями тысяч и миллионами читателей.

## **Список литературы**

1. Белинская Е.П. Изменчивость Я: кризис идентичности или кризис знания о ней? // Психологические исследования: сетевой журн. 2015. URL: <http://docs.cntd.ru/document/gost-r-7-0-5-2008> (дата обращения: 5.04.2019).
2. Бурлаченко Л.С. Понимание молодежью блогинга как профессиональной деятельности // Организационная психология и психология труда: сетевой журн. 2019. № 4. URL: <http://work-org-psychology.ru/cntnt/bloks/dop-menu/tekstoviy-blok/t4-n1/tom-4-1/ponimanie-molodeju-blogginga-kak.html> (дата обращения: 5.04.2019).
3. Малютина Т.В. Профессиональная идентичность, ее структура и компоненты // Омск. научн. вестн.: сетевой журн. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/professionalnaya-identichnost-ee-struktura-i-komponenty> (дата обращения: 5.04.2019).
4. Поваренков Ю.П. Уточнённая характеристика типов и видов деятельности профессионала // Организационная психология и психология труда. 2018. Т. 3. № 2. С. 4–6.
5. Сидорина Т.Ю. Жизнь без труда или труд во спасение? СПб.: Алетейя, 2018. 188 с.
6. Тучина О.Р. Основные направления исследования феномена самопонимания в современной психологии // Совр. исследования социальных проблем: сетевой журн. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-napravleniya-issledovaniya-fenomena-samoponimaniya-v-sovremennoy-psihologii> (дата обращения: 5.04.2019).
7. Шнейдер Л.Б. Личностная, гендерная и профессиональная идентичность: теория и методы диагностики. М.: МПСИ, 2007. 128 с.

## **SOCIO-PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF SELF-UNDERSTANDING OF PROFESSIONAL IDENTITY OF BLOGGERS**

**L.S. Burlachenko**

Kuban State Technological University

Discusses the features of self-understanding by bloggers of their professional identity. Blogging is a new form of activity that requires studying its features of functioning in society. However, in the scientific world, works are presented that reflect only the ideas and opinions of either the researchers themselves or the views of social groups and communities regarding bloggers who show ambiguity of results. There is a need to explore self-understanding by bloggers of their own professional identity. Blogging as a complex activity affects different aspects of a personality, and contains reflection, including simultaneously acting as a tool to help an individual understand himself and find his vocation, and as a conscious choice of the main human activity. On the basis of a complex of psychological methods, the article describes the professional identity of micro-bloggers at the regional level, their understanding of this type of activity and their identity relative to it. As a result, new relevant trends in the study of the blogosphere and blogging were discovered.

**Key words:** *self-understanding, professional identity, blogosphere, blogging.*

*Об авторе:*

БУРЛАЧЕНКО Лариса Сергеевна – аспирант ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический университет» (350072, г. Краснодар, ул. Московская, д. 2); e-mail: [larisa-lulu@yandex.ru](mailto:larisa-lulu@yandex.ru)