

**МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА
INTERDISCIPLINARY RESEARCH IN THE FIELD OF BUSINESS**

Оригинальная статья
Original article

УДК 331.54

DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-1-2

Симонова А. А.¹
Пить В. В.²

**Феномен блогерства в контексте новых форм удаленной
занятости**

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
и Тюменской области в рамках научного проекта № 20-410-720004

Научно-технический центр «Перспектива», ул. Миусская, 8, оф.6,
Тюмень 625000, Россия

¹e-mail: cfi-soc@yandex.ru

²e-mail: cfi-soc@yandex.ru

¹ORCID: 0000-0001-6584-7008

²ORCID: 0000-0002-0639-0447

*Статья поступила 15 января 2023 г.; принята 09 февраля 2023 г.;
опубликована 31 марта 2023 г.*

Аннотация. В статье рассматривается феномен блогерства как новой формы удаленной трудовой занятости. В современном обществе блогерство становится востребованным и популярным направлением. При этом понятие «блогерство» не оформлено в трудовом законодательстве России как определенный вид занятости или профессия. Вместе с тем блогерство весьма перспективное направление удаленной трудовой занятости, а в период пандемии коронавируса 2020-2022 гг. данное направление стало еще более актуальным, особенно для молодых специалистов. В ходе проведения исследования, посвященного феномену блогерства как новой форме удаленной занятости, применялся метод глубинных интервью с молодыми специалистами в возрасте до 29 лет, имеющих высшее образование. В статье оценивается степень научной разработанности вопросов, посвященных блогерству. Представлены результаты проведенных глубинных интервью с работающей молодежью. Изучается опыт ведения молодежью блогерской деятельности, в том числе тематики блогов. По итогу проведения исследования выделены основные навыки, необходимые для ведения успешного блога, отрицательные и положительные стороны блогерства как трудовой занятости, представлены оценки молодежью блогерства в качестве новой формы трудовой занятости, рассмотрена востребованность среди молодых специалистов профессии блогера. Результаты опроса молодых специалистов позволили сказать о позитивном отношении молодежи к блогерской деятельности, понимании причин массовой увлеченности ей и отметить, что сами опрошенные в большинстве случаев не хотели бы вести подобную деятельность.

Ключевые слова: удаленная работа; блоггерство; молодые специалисты; блоггер; фриланс; тенденции рынка труда; новые формы занятости; информационное общество

Для цитирования: Симонова А. А., Пит В. В. Феномен блоггерства в контексте новых форм удаленной занятости // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2023. 9 (1). С. 135-143. DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-1-2

UDC 331.54

Anna A. Simonova¹
Viktor V. Pit²

The phenomenon of blogging in the context of new forms of remote employment

Scientific and Technical Center "Perspektiva", 8, office 6, Miuskaya St., Tyumen 625000, Russia

¹e-mail: cfi-soc@yandex.ru

²e-mail: cfi-soc@yandex.ru

¹ORCID: 0000-0001-6584-7008

²ORCID: 0000-0002-0639-0447

Abstract. The article deals with the phenomenon of blogging as a new form of remote employment. In modern society, blogging is becoming a demanded and popular direction. At the same time, the concept of "blogging" is not formalized in the labor legislation of Russia as a certain type of employment or profession. At the same time, blogging is a very promising area of remote employment, and during the coronavirus pandemic of 2020-2022. this direction has become even more relevant, especially for young professionals. In the course of a study on the phenomenon of blogging as a new form of remote employment, the method of in-depth interviews with young professionals under the age of 29 with higher education was used. The article assesses the degree of scientific development of questions related to blogging. The results of in-depth interviews with working youth are presented. The experience of youth blogging activities, including blogging topics, is being studied. Based on the results of the study, the main skills necessary for running a successful blog, the negative and positive aspects of blogging as employment are highlighted, young people's assessments of blogging as a new form of employment are presented, and the demand among young professionals for the profession of a blogger is considered. The results of a survey of young professionals made it possible to say about the positive attitude of young people to blogging, understanding the reasons for the mass enthusiasm for it, and to note that the respondents themselves in most cases would not like to engage in such activities.

Keywords: remote work; blogger; young specialists; freelance; labor market trends; new forms of employment; information society

For citation: Simonova, A. A., Pit, V. V. (2023), "The phenomenon of blogging in the context of new forms of remote employment", *Research Result. Business and Service Technologies*, 9 (1), pp. 135-143, DOI: 10.18413/2408-9346-2023-9-1-1-2

Введение (Introduction). В современном мире с активным развитием новых телекоммуникационных технологий, внедрением инструментов цифровизации все более актуальными становятся вопросы

занятости с использованием интернет-сети, удаленной занятости. Развитие информационного общества в последнее десятилетие формирует ряд новых тенденций в реализации социальных практик, в том

числе и на рынке труда, которые в значительной мере трансформируются за счет новых способов передачи информации, под воздействием распространения дистанционных способов коммуникации (Фурсова, 2015). Весьма востребованной жизненной стратегией, как отметил З. Бауман, становится «flexibility», то есть гибкость и готовность к переменам, что в значительной степени оказывает влияние на происходящую трансформацию профессиональной сферы. Очевидно, что благодаря такой трансформации, новым технологиям формируются и новые феномены социальной жизни, новые формы трудовой занятости, новые форматы коммуникаций (RSpectr, 2019).

К одной из новых форм трудовой занятости можно отнести блогерство. Несмотря на то, что трактовка блогерства с точки зрения оформленной профессиональной трудовой занятости является спорной, нельзя не отметить определенные признаки, которые позволяют характеризовать блогерство как новую форму удаленной занятости: возможность работать дистанционно, ведение информационной деятельности, привлечение аудитории, возможность заработка. При этом в настоящий момент блогерство не является официально признанной профессией, законодательно не определены требования к квалификации блогера, отсутствуют инструменты оценки уровня квалификации блогеров, а в государственных учебных заведениях отсутствуют специальности, связанные с блогерством (Мжаванадзе, 2013). Вопросы блогерской деятельности в Российской Федерации затрагиваются в Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 №149-ФЗ. При этом в действующем законе отсутствует определение понятия «блогер». Часть 1 статьи Закона 10.2, в которой говорилось, что блогером является владелец сайта и (или) страницы сайта в сети Интернет, на которых размещается общедоступная информация и доступ к которым в течение суток составляет более 3 000 пользовате-

лей сети, утратила силу (Федеральный закон, 2006).

В широком смысле блогер – это человек, который размещает на сайте или странице сайта в сети интернет регулярно обновляемый контент (тексты, изображения, видео, аудио) и предоставляет аудитории доступ к данному контенту (Бурлаченко, 2019).

В последние годы довольно активно обсуждается профессиональный статус блогеров, вопросы о том, можно ли говорить о блогерстве как форме трудовой занятости, о том какие это форматы занятости. С этой точки зрения институализация такого вида дистанционного труда, его формализация становится важной и актуальной исследовательской темой.

Блогерство, как один из форматов трудовой занятости, достаточно тесно связано с фрилансом. А фриланс, в свою очередь, является одной из форм удаленной занятости. Фрилансер – внештатный работник, не связанный с работодателем письменными обязательствами, трудовым договором, как правило, сотрудничает одновременно с несколькими работодателями. В системе современных социально-трудовых отношений подобные формы занятости оказываются очень востребованы у молодежи. И очевидно, что большое влияние на формирование социально-трудовых отношений молодежи сейчас оказывают практики дистанционного труда, самозанятости, фриланса, которые повышают занятость молодых специалистов, их мобильность, повышают уровень самоорганизации, влияют на профессиональное совершенствование (Шубина, 2020).

В научных трудах западных и отечественных авторов все чаще фигурируют работы, посвященные фрилансу.

В отечественной социологии рассматривали социальный феномен фриланса такие ученые, как К. Горбушова, С. Кучигина, И. Погодина, А. Сорокина, В. Харченко Н. Чаплашкин, А. Шевчук и др. Анализировали новые формы трудовой занятости в своих работах Г. Бессокирная, В. Гимпельсон, Т. Заславская, О. Синяв-

ская, М. Луданик, М. Меркулов, Г. Руденко, А. Мерко.

В работах М. Вороны, И. Задорожной, Г. Чередниченко, В. Чупрова рассматривалась трансформация стратегий трудоустройства молодежи и политики занятости.

Среди зарубежных авторов можно выделить научные работы, посвященные неформальной занятости, фрилансу, Х. Бланеза, Д. Гершуни, Г. Гроссмана, П. Гутманна, М. Кастельса, А. Портекса, Р. Роуз, С. Вуда, Ч. Хэнди, Дж. Рифкина, М. Бехтеля (Castells, 2001).

Анализировали характеристики информационного общества, выделяли особенности отдельных сфер жизни индивида и социальных групп (таких как политика, образование, досуг, экономика, занятость и др.), изменяющихся и преобразующихся под влиянием социетальных трансформаций, такие авторы, как З. Бауман, У. Бек, Д. Белл, А. Горц, М. Грановеттер, М. Маклюэн, Д. Норт, Э. Тоффлер (Кульминская, 2013).

Несмотря на достаточно широкую разработанность темы новых форм трудовой занятости, фриланса и развития информационного общества, фундаментальных, комплексных работ, рассматривающих феномен блогерства, в настоящее время практически нет.

В российской социологии мало исследованы социальные и экономические аспекты блогерства как дистанционного труда, отсутствуют значимые попытки его институализации как профессии, слабо изучены вопросы социальной и профессиональной дифференциации блогеров, не конкретизировано их положение среди других категорий фриланс-работников.

В зарубежной литературе тема блогерства представлена более широко, однако в большинстве случаев рассматривается в контексте социальной активности, медиа-лидерства, определенной формы общения и самовыражения и др.

К примеру, в статье «Медиа-предпринимательство: подготовка студентов к работе в творческой профессии»

(Media entrepreneurship: Preparing students for work in a creative profession) Джанет Фултон представлены результаты исследования, целью которого было ответить на вопросы о навыках, бизнес-моделях, технологиях и успехе этих предпринимательских журналистских предприятий, то есть рассмотреть блогерство как некую форму трудовой занятости журналистов. В ходе исследования было проведено 28 полуструктурированных интервью с блогерами, ведущими широкого/узкого профиля, производителями веб-сайтов и издателями онлайн-журналов. Автор указывает, что в Австралии СМИ регулярно сообщают о нехватке рабочих мест для журналистов и других лиц, занимающихся коммуникацией. Сокращение рекламного рынка и оцифровка контента привели к массовым увольнениям, а доступных рабочих мест в традиционных СМИ для выпускников журналистики стало значительно меньше. Опираясь на идеи Пьера Бурдьё (Бурдьё, 2004) о культурном производстве и на теорию социального и индивидуального капитала, Джанет Фултон делит проведенные интервью на шесть основных тем:

- нетворкинг;
- широкая база навыков;
- поиск ниши;
- взаимодействие со своей аудиторией;
- время;
- любовь к своему делу.

Нетворкинг на местах является частью социального капитала студента. Широкая база навыков является результатом приобретения предметной области, а развитие навыков увеличивает культурный капитал. Поиск ниши демонстрирует понимание области и предпочтений в этой области, а также взаимодействие с аудиторией и время, затрачиваемое на развитие доверия аудитории. Наконец, «любовь к тому, что вы делаете, является сильным мотиватором для участия в этих видах медиа-проектов» (Fulton, J., 2019). Фактически, автор предпринимает попытки выстроить некую структурную модель профессии журналиста в онлайн-среде, отме-

чая, что оформленной и успешной деятельностью журналиста-блогера делают определенные личные и профессиональные связи, наличие определенных профессиональных навыков, постоянная коммуникация с аудиторией, достаточное количество времени и искренний интерес, любовь к своей деятельности. В данном контексте большинство зарубежных исследований представляют мотивы ведения блогов и механизмы их ведения, но мало говорят о блогерстве как трудовой занятости (Jacobs, 2003).

Цель исследования (The aim of the work). С целью изучения отношения молодежи к блогерству как к новой форме удаленной занятости, новой профессии, оценки опыта ведения личного блога, заинтересованности в блогерской деятельности в целом, в рамках пилотажного исследования было проведено 20 глубинных интервью с молодыми специалистами до 29 лет, имеющими высшее образование, постоянно проживающими в Тюменской области. Исследование было выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Тюменской области в рамках научного проекта № 20-410-720004. В качестве исследовательских задач выступали: анализ опыта удаленной работы, анализ опыта ведения личного блога, анализ навыков успешного блогера, оценка блогерства как трудовой занятости, отношение к профессии «блогер».

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). В качестве метода исследования использовались глубинные интервью.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Большинство опрошенных молодых специалистов, принявших участие в исследовании, отмечают, что не ведут в социальных сетях блогов, но имеют личные страницы (Instagram аккаунт, TikTok, YouTube, ВКонтакте, иные соцсети). Как правило, респонденты выкладывают в социальных сетях фотографии, личную информацию, делятся с подписчиками и друзьями своими мыслями и событиями в жизни. При

этом всего несколько респондентов указали, что ведут блоги, связанные с работой. Обычно это рабочие страницы бизнес-сферы, страницы-продвижения, бизнес-страницы. Два респондента отметили, что ведут блоги на тему своих интересов – один посвящен юмористическому контенту, а второй – футболу. При этом по данным Quokka Media на 2021 год в России только в Instagram насчитывается 2,4 млн аккаунтов с более чем 1 тыс. подписчиков. Далеко не все из них блогеры, скорее, просто активные пользователи социальных сетей. 60% блогеров – женщины, 24% живут в Москве. Всего 15 тыс. блогеров имеют более 100 тыс. подписчиков. И они сосредоточены в Москве: 60% блогеров с 100-1000 тыс. подписчиками и 75% с более чем 1 млн подписчиков живут в Москве (Quokka Media, 2021).

Важно рассмотреть, чем именно для молодежи привлекательна работа блогера. Отмечается, что респонденты склонны относить блогерство к творческой работе, а главными привлекающими факторами в ней является возможность делиться информацией с другими людьми, возможность совмещать личные увлечения и работу, возможность заниматься именно тем, что тебе интересно, любимым делом, наличие свободного графика работы. В некотором смысле работа блогера для молодежи – это некоторая личная и профессиональная свобода.

Во многом это перекликается с данными исследования М. Джонса и И. Алони «Блоги – новый источник анализа данных» (Blogs – The New Source of Data Analysis). Проведя анализ блогов за 7 лет, авторы выделили ряд мотивов ведения блога: потребность в самореализации, самовыражение; потребность в признании; потребность в социальных контактах, коммуникации; потребность самоанализа; потребность в новых знаниях и удовлетворение своего интереса; потребность в документации (ведении «хроники жизни») и потребность в творческой деятельности (Jones, Alony, 2008).

Значимым привлекательным фактором для опрошенных также является возможность получения значительного дохода. Однако при этом респонденты указывают, что, во-первых, для высоких заработков изначально нужно много работать, создавать интересный подписчикам контент, постоянно развивать и совершенствовать свой блог. Во-вторых, доход блогера нельзя назвать стабильным, это достаточно непостоянная величина. При этом лишь в единичных случаях респонденты относят к факторам привлекательности работы блогера популярность. В этом контексте молодежь скорее говорит о возможности делиться своим мнением на широкую аудиторию, возможности быть услышанным, возможности выступать неким экспертом в каком-либо вопросе.

По мнению респондентов, к основным навыкам, необходимым для успешного ведения блога, можно отнести коммуникабельность, профессионализм, экспертность в своей сфере, креативность, организованность. Представители молодежи уверены, что построить успешный блог, на котором можно зарабатывать, невозможно без наличия навыков ораторского мастерства, базовых знаний маркетинга, технологий интернет-продвижения, навыков написания текстов и наличия предпринимательской жилки. При этом на вопрос о том видят ли респонденты в себе навыки, необходимые для успешного ведения блога, значительное большинство отвечает, что они не смогли бы вести блог, так как не обладают такими навыками. Лишь трое опрошенных уверены, что обладают навыками для ведения успешного блога.

Респонденты считают, что массовое увлечение блогерством в настоящее время во многом связано с достаточно распространенным мнением о том, что это легкий способ заработать, практически не прилагая к этому усилий. При этом опрошенные склонны отмечать, что это неверное представление и на самом деле, чтобы стать успешным, известным блогером нужно очень много работать, инвестировать как время, так денежные средства. К другим

причинам массового увлечения блогерством респонденты относят желание стать известным, популярным, желание реализовать себя в том, что тебе интересно, желание быть свободным в своей деятельности, графике, желание хорошо зарабатывать, возможность «говорить» на широкую аудиторию. Важным фактором, обуславливающим популярность блогерства для опрошенных, также является активная цифровизация, развитие новых технологий и интернет-пространства, в том числе появление новых социальных сетей. Звучали мнения и о том, что в настоящий момент блогерство – это модная, престижная профессия.

Для сравнения, в статье «Ведение блога как социальная активность, или Вы бы позволили 900 миллионам человек прочитать ваш дневник?» (Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?) американские авторы выделяют пять мотивов ведения блогов. Среди них (Nardi, Schiano, Gumbrecht, 2004):

- информирование других о своей деятельности и местонахождении (запись событий жизни);
- выражение своего мнения, чтобы влиять на других (поделиться идеями и повлиять на мнение аудитории);
- поиск мнений и отзывов других (важность мнения аудитории);
- «думай, пиши» (использование блога как профессиональной площадки);
- снятие эмоционального напряжения, увлечение.

Мнения респондентов о том, что такое массовая увлеченность блогерством – это временное явление или перспективная, постоянная форма занятости (профессия будущего) оказываются неоднозначными. Так, около половины опрошенных считают, что это временное явление современного общества и в будущем эта увлеченность пройдет. Данная группа респондентов считает, что в настоящее время блогерство актуально в связи с активным развитием интернет-коммуникаций, появле-

нием новых социальных сетей, но в будущем эта активность будет снижаться, так как все к этому привыкнут, и это уже не будет таким интересным занятием (ведение блогерской деятельности, просмотр/чтение блогов). Опрошенные считают, что блогер – это скорее не профессия, а образ жизни, увлечение. По их словам, блогерами могут быть люди с разными профессиями. Помимо этого, респонденты отмечают, что далеко не каждый может стать успешным блогером, так как не обладает необходимыми для этого навыками. Опрошенные говорят и о том, что блогерство не будет профессией «будущего» в контексте начавшихся в России блокировок некоторых социальных сетей, которая заставила многих современных блогеров уйти из этой сферы или каким-то образом адаптироваться к новым условиям в смежных сферах.

Другая группа респондентов уверена, что блогерство – это профессия «будущего». Опрошенные указывают, что блогерская деятельность очень активно развивается в связи с активным появлением новых технологий, расширением интернет сети, появлением новых площадок, социальных сетей. Блогерство позволяет охватить большую аудиторию, стирает границы и территориальный фактор, позволяет реализовать себя, заниматься любимым делом профессионально. Респонденты предполагали, что в будущем в учебных заведениях появятся специальности, связанные с ведением блогерской деятельности.

По сути данные проведенного исследования коррелируют и с российским опросом, проведенном в 2020 году, в котором приняли участие люди в возрасте от 18 до 60 лет. Итоги данного опроса демонстрируют, что большинство респондентов склонны придерживаться мнения, что деятельность блогеров – это модное занятие, которое со временем перестанет быть востребованным (51%). И лишь 35% опрошенных склонны считать, что блогер – это профессия будущего. При этом среди молодежи доля позитивных ответов суще-

ственно выше (50% среди тех, кому от 18 до 24 лет против 27-39% в других возрастных группах) (ВЦИОМ, 2020).

В заключение респондентам было предложено выделить положительные и отрицательные стороны блогерства как трудовой занятости. К положительным участники опроса однозначно относят личную, профессиональную и творческую свободу в данном типе деятельности, возможность самому формировать свой рабочий график. Значимым плюсом блогерства для респондентов также является то, что во многом это формат удаленной работы, которая позволяет вести свою деятельность из любой точки мира и охватить большую аудиторию. К плюсам респонденты также относят возможность заниматься именно тем, что тебе нравится, возможность самореализации, возможность помогать людям (делясь полезной информацией), возможность монетизировать свое хобби, увлечение. В качестве отрицательных сторон участники опроса называют прежде всего нестабильность как трудовой занятости, так и финансовой. Здесь отмечалось, что работа блогера – это фриланс, который не гарантирует наличие постоянной занятости, профессионального успеха и постоянного заработка. Значимым минусом респонденты называют необходимость много и усиленно работать, зачастую отказывая себе в выходных и отпуске.

Заключение (Conclusions). В целом результаты опроса молодых специалистов позволяют сказать о позитивном отношении молодежи к блогерской деятельности, понимании причин массовой увлеченности ей. Однако сами опрошенные в большинстве случаев не хотели бы вести подобную деятельность, так как считают, что блогер должен обладать определенным набором навыков, которыми они сами не обладают. При этом однозначно характеризовать блогерство как перспективную форму занятости, профессию будущего, респонденты не могут. Скорее блогерскую деятельность опрошенные относят к такой форме занятости, как фриланс, имеющий свои плюсы и минусы. Среди плюсов – личная

и творческая свобода, возможность управлять своим временем, заниматься любимым делом. Среди минусов – отсутствие стабильности в занятости и заработке, необходимость самому заниматься организацией своей деятельности (в том числе ведение бухгалтерии, копирайт, видеомонтаж и т.д.).

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для декларации.

Conflicts of interest: the authors have no conflict of interests to declare.

Список литературы

Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ.

Блогеры России. Кто они? URL: <https://www.rspectr.com/articles/546/blogery-rossii-kto-oni> (дата обращения 23.12.2022).

Бурдьё П. Формы капитала / Пер. с англ. М. С. Добряковой; Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения (фрагменты книги) / пер. с фр. О. И. Кирчик // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. - 680 с.

Бурлаченко Л.С. Понимание молодежью блогинга как профессиональной деятельности // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2019. Т. 4. № 1. С. 183-198.

Кульминская А. В. Социальная общность блогеров: становление и развитие в российском обществе: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. Екатеринбург, 2013. - 21 с.

Мжаванадзе Э.А. Трудовой договор и нетипичные формы занятости // Актуальные проблемы российского права. 2013. № 8. С. 988.

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: 22.12.2022).

Рынок блогеров в России и мире, 2021. URL: <https://quokka.media/zapiski-marketologa/gynok-blogerov-v-rossii-i-mire/> (дата обращения: 23.12.2022).

Фурсова В. В., Гимадеева Д. Р. Влияние информационного общества на трансформацию профессиональной сферы: теоретический анализ // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 12. С.148-162.

Шубина И.В. Блогерство как социокультурный феномен // Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС. 2020. Т.11. № 5 (47). С.213-218.

Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano and Michelle Gumbrecht (2004), Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? Conference: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW 2004, Chicago, Illinois, USA, November 6-10, pp.222-231.

Castells M. (2001), The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business and Society (Oxford University Press, Oxford).

Fulton J. (2019), Media entrepreneurship: Preparing students for work in a creative profession, Australian Journalism Review, 41:1, pp. 67–83.

Jacobs J. (2003), *Communication over exposure – The rise of Blogs as a product of cyber voyeurism*, Australian and New Zealand Communication Association "Designing Communication for Diversity", Brisbane.

Jones M. and Alony I. (2008), Blogs – the New Source of Data Analysis 2008. URL: <http://ro.uow.edu.au/commpapers/469> (Accessed 22.12.2022).

References

Bonnie A. Nardi, Diane J. Schiano and Michelle Gumbrecht (2004), "Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary?", *Conference: Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW 2004, Chicago, Illinois, USA, November 6-10, pp.222-231.*

Bourdieu, P. (2004), *Forms of capital / Per. from English. M. S. Dobryakova; Bourdieu P. Distinction: social criticism of judgment (fragments of the book)*, transl. from fr. O. I. Kirchik, *Western economic sociology: a reader of modern classics*, M., ROSSPEN, 680 p.

Burlachenko, L.S. (2019), "Young people's understanding of blogging as a professional activity", *Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Organizational psychology and psychology of work*, V. 4, 1, pp. 183-198.

Castells, M. (2001), *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet*, Business and Society (Oxford University Press, Oxford).

Federal Law "On information, information technologies and information protection" dated July 27, 2006 N 149-FZ.

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: 12.22.2022).

Fulton, J. (2019), "Media entrepreneurship: Preparing students for work in a creative profession", *Australian Journalism Review*, 41:1, pp. 67–83.

Fursova, V. V. and Gimadeeva, D. R. (2015), "The influence of the information society on the transformation of the professional sphere: theoretical analysis", *Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice*, 12, pp.148-162.

Jacobs, J. (2003), *Communication over exposure – The rise of Blogs as a product of cyber voyeurism*, *Australian and New Zealand*

Communication Association "Designing Communication for Diversity", Brisbane.

Jones, M. and Alony, I. (2008), *Blogs – the New Source of Data Analysis 2008* [Online], available at: <http://ro.uow.edu.au/commpapers/469> (Accessed 12.22.2022).

Kulminskaya, A.V. (2013) "Social community of bloggers: formation and development in Russian society", *Abstract of the thesis. dis. ... cand. sociological Sciences*, Yekaterinburg, 21 p.

Market of bloggers in Russia and the world, 2021. [Online], available at: <https://quokka.media/zapiski-marketologa/rynok-blogerov-v-rossii-i-mire/> (Accessed: 12.23.2022).

Mzhavanadze, E.A. (2013), "Employment contract and atypical forms of employment", *Actual problems of Russian law*, 8, pp. 988.

Russian bloggers. Who are they? [Online], available at: <https://www.rspectr.com/articles/546/blogery-rossii-kto-oni> (Accessed 12.23.2022).

Shubina, I.V. (2020), "Blogging as a socio-cultural phenomenon", *Scientific works of the North-Western Institute of Management RANEPА*, V.11, 5 (47), pp.213-218.

Данные об авторах

Симонова Анна Александровна, начальник отдела социологических исследований НТЦ «Перспектива»

Пить Виктор Викторович, директор НТЦ «Перспектива»

Information about the authors

Anna A. Simonova, Head of the Department of Sociological Research STC "Perspektiva"

Viktor V. Pit, Director STC "Perspektiva"