

смыслы: свет, вода, благородство, мистика, нечистая сила, зависть и болезнь. Значительное количество фразеологизмов с использованием слова «белый», свидетельствует о высоком потенциале фразеологической активности для передачи чувств и эмоций краткими выражениями, которые разнообразны и эффектны как в русском, так и английском языках. Изучение и сравнение ассоциативных полей цветов в разных языках вызывает особый интерес, так как они являются отражением народного самосознания, специфики культурно-исторического развития, помогают составить более точное представление о языковой картине мира разных народов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Воевода, Е.В. Цветовосприятие и ассоциативные поля в русском и английском языках / Е.В. Воевода // Научный Вестник ВГАСУ. – 2012. – No 2. - с. 113-123.
2. Фразеологический словарь русского языка: Свыше 4 000 словарных статей / Л.А. Войнова, И.П. Жуков, А.И. Молотков, А.И. Федоров; Под ред. А.И. Молоткова. – 4-е изд., стереотип. – М.: Русский язык, 1987. – 543 с.
3. Longman dictionary of English language and culture / Ed. director Della Summers. - Harlow (Essex): Longman, 1992. – 31, 1528, 27 с.

Таранко Л.С., студент 420б группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Гутько О.Л.,
кандидат культурологии, доцент кафедры

**БЛОГЕРИНГ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ:
ТИПОЛОГИЯ И ХАРАКТЕРИСТИКА**

Общеизвестно, насколько важно для бизнеса быть представленным во множестве социальных сетей. Социальные сети позволяют при выборе правильной стратегии продвижения в сети Instagram в краткие сроки найти новых клиентов, повысить лояльность существующих, стать экспертом в отрасли, к мнению которого прислушиваются и доверяют.

Цель статьи – выделить и охарактеризовать пользователей социальных сетей, уделив внимание коммерчески успешным блогерам.

Основной метод познания, применяемый в нашем исследовании, – включенное наблюдение за деятельностью блогеров в социальных сетях.

Многие пользователи социальных сетей – очень часто зарекомендовавшие себя в качестве блогеров Instagram – успешно зарабатывают деньги, развивают свой бизнес, используя социальные сети в качестве стабильного дополнительного или основного источника доходов. Прибыль блогерам приносят миллионы пользователей, подписанные на их каналы и личные аккаунты. Поэтому тысячи блогеров охвачены идеей создать широкую аудиторию пользователей, которая могла бы стать коммерчески успешным проектом при условии верно выбранной стратегии раскрутки блога, прибыль которого только начинает расти. Прибыльные посты в Instagram раскрывают тему рекламной продукции – размещаются оплачиваемые рекламные посты при выполнении аудиторией пользователей несложных заданий, таких как подписка, «лайк», комментарий о продаже товаров и услуг, как собственных, так и чужих, имея свой сервис или программу.

Заработать можно на оказании услуг Social Media Marketing (SMM). Это удаленная работа по продвижению и раскрутке страничек в сети Instagram. Заработок на рекламе, при высоком рейтинге аккаунта, может составить месячный доход. На партнерских программах в день заработок ниже, и самые низкие доходы можно получить от «лайков». Прямые

продажи, продажа снимков и продвижения собственных услуг начальной суммой не ограничены.

Коммерческая реклама станет возможной при наличии актуального и уникального контента. Есть несколько способов, которые позволят монетизировать рекламу. Первый и наиболее простой – рекламодатель самостоятельно находит блогера, желающего распространять его продукцию. Средняя цена за рекламный пост невысока, но популярные западноевропейские блогеры в Instagram, с числом подписчиков от ста тысяч могут рассчитывать на значительный доход за рекламный пост. Таким образом, на уровень заработка инстаграм-блогеров влияют всего несколько факторов – тематика, качество контента, количество и активность подписчиков. Российское исследовательское агентство блогеров (РИАБ) подсчитало доходы популярных и коммерчески успешных блогеров. В исследовании приняли участие пользователи YouTube, Instagram, LiveJournal, пользовательская аудитория которых превышает миллион человек. При анализе данных учитывались лишь те посты в Instagram и YouTube, в которых присутствует реклама, а расценки на ее размещение были уточнены у официальных представителей блогеров. Исследования, которые проводились с октября по декабрь 2021 года, опубликованы на сайте ZIEH. Согласно полученным результатам, самым богатым блогером признан Влад Бумага. Вслед за ним расположился Кокобай, затем Таня Кирьянова, Юлия Годунова. В исследовании «Самый дорогой блогер» лидирует Ивангай. На втором месте Катя Клеп. За ней следуют Марьяна Ро, Стас Давыдов. Замыкает пятерку лидеров Саша Спилберг.

Если вышеперечисленные блогеры в социальных сетях продвигают общепризнанные ценности, в социальных сетях существует много блогеров с неопределенной гендерной принадлежностью, часто жалующиеся на ненависть и оскорбления в социальных сетях. Женоподобные юноши собирают вокруг себя всех рекламодателей, охотно раздают бьюти-советы,

уроки макияжа и эпатируют виртуальную публику. Тем не менее, с каждым новым десятком подписчиков увеличивается и количество унижительных оскорблений и даже угроз, которые блогеры читают на своей странице. Юношей оскорбляют и угрожают расправой. Журналист «Лайфа» связался с наиболее известным андрогинном Андреем Петровым и узнал, какую цену блогеру пришлось заплатить за свои представления о красоте и внезапно свалившуюся на его плечи популярность. Андрей Петров [1] имеет 1 миллион подписчиков. 1 сентября исполнилось 25 лет, блогер получил популярность в соцсетях и сделал несколько пластических операций. Молодой человек ежедневно пользуется косметикой, красит глаза и губы, а также ведет видеоблог на сервисе YouTube и Instagram. Как выяснилось, Интернет – единственный источник заработка юноши, однако на доходы он не жалуется и с удовольствием рекламирует бьюти-новинки. «Мое преобразование в личность, которой я сейчас являюсь, было постепенным, с момента моего рождения, если быть точнее. Тот социум, в котором я был, тот Интернет, в котором я сидел, сделали меня таким, и я благодарен всем и всему за эти изменения, потому что это именно то, чего я всегда хотел», – поделился с «Лайфом» Андрей Петров.

Андрей Петров обожает декоративную косметику и обижается, когда его сравнивают с девушками, ведь ни одну из них он не считает достойной себя по степени ухоженности. Глазам уделяется особое внимание с помощью стрелок и накладных ресниц. Блефаропластика стала необходима тогда, когда губы перестали приносить доход и популярность к его персоне спала. Операция по коррекции разреза глаз проводилась на «заработанные» деньги в YouTube. Петров считает, что главная цель его карьеры – пропагандировать свободу от предрассудков и шаблонов. Кроме того, ему искренне жалко собственных родственников, общение с ним продолжает только двоюродная сестра. «Я обожаю косметику, а косметика обожает меня, у нас полное взаимопонимание, и никаких границ в наших отношениях быть не может, я

делаю мейк и офф-лайн («в повседневной жизни» – примечание автора). Негативные комментарии есть, и их большинство, тысячи негативных комментариев в день сыплются на мои фото и видео в Instagram и YouTube – везде, включая жизнь вне Интернета. К таким комментариям я отношусь нейтрально, потому что большинство людей на этой планете лишь глупая гора мяса, я это уже давно понял и с этим смирился. Из близких у меня хорошие отношения лишь с двоюродной сестренкой, а друзья у меня все такие же классные и сильные, как и я, мы никогда не ссоримся, разве что из-за помады», – Андрей утверждает, что родные даже не пытались его понять, как и многие сверстники. По словам юноши, ему важна только собственная жизнь. – «Может быть, мои родственники и хотели бы меня поддержать, но для них это слишком сложно, поэтому нет. Ведь легче жить, ничего не понимая. Также говорят сотни тысяч других моих сверстников и сверстниц, мой случай не единственный, к сожалению. Я думаю, что это из-за шаблонов в голове. Может быть, они и поймут меня, если будут пытаться, но на это нужно время. К счастью для меня и для общества, моя популярность растет. Я веду лишь блог на YouTube и свой профиль в Instagram, и это мой основной вид деятельности. Между прочим, делать селфи – это нелегкая работа, может быть, даже такая же, как и работать шахтером, если количество селфи переваливает за тысячи».

Блогеры как тип пользователей в социальной сети характеризуются широкими возможностями распространения видео- и фотоконтента разнообразной тематики. Предположительно, что деятельность блогера может стать коммерчески успешной. Каждый из блогеров испытывает виртуальный троллинг (критику) в свой адрес по поводу своей личности и деятельности, что не мешает им продолжать заниматься выбранным типом деятельности в виртуальном пространстве социальных сетей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Андрей Петров, фан аккаунт [Электронный ресурс] / Instagram. – Режим доступа : https://instagram.com/_petrovxsoul_?utm_medium=copy_link. – Дата доступа : 15.03.2022.
2. Виды социальных сетей [Электронный ресурс] / Dark site of marketing. – Режим доступа : <https://darksiteofmarketing.com/stati/vidy-socialnyh-setei-klassifikacija-i-predstaviteli.html>. – Дата доступа : 15.03.2022.

Терещенко К.С., студент 120н группы
дневной формы обучения

Научный руководитель – Гутковская С.В.,
кандидат филологических наук, доцент

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕПЕРТУАРА КОЛЛЕКТИВОВ БЕЛОРУССКОЙ НАРОДНОЙ МУЗЫКИ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ХОРЕОГРАФИЧЕСКОЙ КОМПОЗИЦИИ

Музыка является неотъемлемой частью истории каждого народа, сопровождая разные периоды её развития. Музыкальные произведения – показатель национального самосознания, в них отражаются темперамент и характер народа, его художественные вкусы и представления об окружающей действительности. На становление музыкального творчества и формирование национальных особенностей музыки белорусского народа повлиял фактор исторически-территориального расположения государства и культура соседних народов.

Музыкальное искусство непосредственно тесно взаимосвязано с народным танцевальным творчеством. Одним из ярких проявлений данного синтеза является огромное количество сценических хореографических