

**Д.А. Козлова,
Самарский университет**

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ СОВРЕМЕННОГО ФУД-БЛОГИНГА

Большая часть интернет-блогов, посвященных теме еды, динамично развивается. Формат перешел от инерционной подачи материала к интерактивной, нацеленной на активное взаимодействие с читателем. На основе анализа контента интернет-блогов разной тематической направленности выделяются коммуникативные стратегии современных фуд-блогов.

Ключевые слова: кулинарный блог, фуд-блог, коммуникация, коммуникативные стратегии, аудитория.

**D.A. Kozlova,
Samara University**

COMMUNICATIVE STRATEGIES OF MODERN FOOD BLOGGING

Most of the Internet blogs devoted to the topic of food are dynamically developing. The format has moved from an inertial presentation of the material to an interactive one aimed at active interaction with the reader. Based on the analysis of the content of Internet blogs of different thematic orientation, the communicative strategies of modern food blogs are highlighted.

Keywords: culinary blog, food blog, communication, communication strategies, audience.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных изучению Интернет-коммуникации, остается ряд дискуссионных вопросов, требующих более детального изучения. К актуальным проблемам современного Интернет-дискурса отнесем выявление коммуникативных стратегий интернет блогов.

В сетевом дискурсе особое место занимает коммуникация, связанная с приготовлением и потреблением пищи. Жанр «кулинарный блог» стремительно развивается на современном этапе, претерпевая значительные изменения в силу своей динамики и тематической многоаспектности. Он реализуется посредством определенных коммуникативных стратегий.

Жанр «кулинарный блог» является вторичным, реализуется в письменной форме, имеет сложную структуру. Базовыми для жанра «кулинарный блог» являются жанры бытовой рассказ, кулинарный рецепт, инструкция, рекомендация, совет.

Коммуникативные цели исследуемого жанра могут быть описаны следующим образом: 1) самоактуализация автора фуд-блога, стремление выразить собственное Я, желание быть узнаваемым и поделиться знаниями; 2) привлечение внимание читателей, желание выделить свой фуд-блог в ряду других блогов; 3) желание вдохновить целевую аудиторию на определенные поступки [1].

Установление социальной идентичности авторов кулинарных блогов реализуется посредством актуальной и виртуальной самопрезентации (осуществляется путем конструирования своего «Я» самоописания, создания определенного образа в глазах окружающих) [2].

Самопрезентация авторов фуд-блогов осуществляется посредством презентационной стратегии. Основная цель презентационной стратегии заключается в том, чтобы выделить себя из множества других авторов блогов, акцентировать свою реальную или искусственно сконструированную индивидуальность.

Существует множество различных презентационных стратегий, но самопродвижение и продвижение продукта/блога являются одними из основных [3]. Рассмотрим эти стратегии подробнее.

Стратегия самопродвижения. Эта стратегия заключается в том, чтобы презентовать себя как эксперта в своей области и убедить аудиторию в своей компетентности. Для этого можно использовать следующие методы: 1) рассказать свою историю успеха и показать, каким образом вы достигли своих целей; 2) предоставить примеры своей работы и результаты, которые вы достигли; 3) привести рекомендации или отзывы от своих клиентов или партнеров; 4) участвовать в конференциях, семинарах и других мероприятиях, чтобы познакомиться с другими экспертами и расширить свой кругозор.

Стратегия продвижения продукта/блога. Эта стратегия заключается в том, чтобы привлечь внимание аудитории к своему продукту или блогу. Для этого можно использовать следующие методы: 1) рассказать о преимуществах своего блога и показать, как он может быть полезен для аудитории; 2) продвигать свой блог через социальные сети и другие онлайн-каналы; 3) предлагать бесплатные или пробные версии своего продукта или создавать полезный контент для своего блога, чтобы привлечь новых читателей.

Важно отметить, что эти две стратегии могут использоваться вместе, чтобы максимально эффективно продвигать свой бренд и продукты.

Гастрономический блог – это отличный способ поделиться своими кулинарными и гастрономическими знаниями и опытом с другими людьми. Однако, чтобы привлечь и удержать внимание своих читателей, нужно правильно взаимодействовать со своей аудиторией [4]. В этом может помочь:

1. Использование красочных и привлекательных изображений. Фуд-блог, прежде всего, должен быть визуально привлекательным. Использование красочных и высококачественных изображений является одним из самых важных элементов фуд-блога. Фотографии блюд должны быть яркими и выразительными, чтобы вызвать аппетит у читателей.

2. Написание интересных и информативных статей. Коммуникативная стратегия также должна включать написание интересных и информативных статей. Статьи должны быть легкими для чтения, содержать полезные советы и рекомендации, а также интересные истории, связанные с едой и ее приготовлением.

3. Создание общины. Фуд-блог не должен быть просто местом, где вы выкладываете фотографии блюд. Читатели должны чувствовать, что они являются частью общины, связанной с этим блогом. Для этого можно использовать такие инструменты, как форумы, чаты и социальные сети, чтобы общаться с читателями и обмениваться опытом.

Список литературы:

1. Галичкина Е.Н. Коммуникативные стратегии и тактики самопрезентации авторов кулинарных блогов // Сборник научных трудов. Астрахань, 2018.

2. Елькина О.М. Самопрезентация автора текста в компьютерно опосредованной коммуникации // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2011.

3. Яшина А.Р. Методы самопрезентации и самопродвижения личности в контексте видеоплатформ (на примере food-блогов видеохостинга YouTube) // Огарёв-Online. 2020.

4. Егошкина В.А. Речевые стратегии привлечения и удержания внимания адресата в развлекательном радиийном дискурсе // Коммуникативные исследования. 2018.