

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра периодической печати и веб-журналистики

ГОРЮНОВА Дарья Алексеевна

ЛИЧНЫЙ БРЕНД ПУБЛИЦИСТА: ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Дипломная работа

Научный руководитель:
ст. преподаватель
Н.В. Саянова

Допущена к защите

«__» _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой периодической печати и веб-журналистики
доктор филологических наук, доцент С.В. Харитонова

Минск, 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

РЕФЕРАТ.....	3
РЭФЕРАТ.....	4
ABSTRACT	5
ВВЕДЕНИЕ	6
ГЛАВА 1 ЛИЧНЫЙ БРЕНД: ХАРАКТЕРИСТИКИ И СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ	8
1.1 Личный бренд: становление феномена в современной медиасреде.....	9
1.2 Блогосфера и публицистика: сопоставительный анализ	14
Выводы по 1 главе.....	20
ГЛАВА 2 ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА: ПЛАТФОРМЫ И ИНСТРУМЕНТЫ.....	21
2.1 Популярные интернет-площадки для развития личного бренда	21
2.2 Способы монетизации и алгоритмы расширения аудитории.....	30
Выводы по 2 главе.....	37
ГЛАВА 3 ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ БЛОГОВ	39
3.1 Формирование личного бренда писателя и публициста (российский опыт: С. Минаев).....	39
3.2 Популяризация творчества белорусских авторов (на примере Л. Рублевской).....	48
Выводы по 3 главе.....	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	57
ПРИЛОЖЕНИЯ	62

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы – 64 страницы. Количество использованных источников – 60.

Ключевые слова: ЛИЧНЫЙ БРЕНД, ПУБЛИЦИСТ, БЛОГОСФЕРА, МЕДИЙНОСТЬ, МОНЕТИЗАЦИЯ, МЕДИАОБРАЗ, СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА, ЛИТЕРАТУРНЫЙ БЛОГ, ВИЗУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ, ЦИФРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ, ЖУРНАЛИСТИКА.

Актуальность дипломной работы обусловлена несколькими факторами. Во-первых, в условиях быстрой цифровизации и развития медиасферы как способа монетизации, выросла конкуренция за внимание аудитории. В связи с этим, личный бренд – хороший способ запомниться и выстроить доверительную связь с читателем. Во-вторых, трансформация социальных сетей, блогосферы, платформ с длинными и короткими текстовыми форматами, заставляют авторов подстраиваться под новые тенденции, быть более гибкими, напрямую взаимодействовать с подписчиками и формировать свое имя и профессиональную репутацию.

Объект исследования – феномен личного бренда в журналистике и публицистике.

Предмет исследования – личный бренд Людмилы Рублевской, Сергея Минаева.

Цель дипломной работы – проанализировать способы и инструменты формирования личного бренда публициста в условиях развития современной цифровой медиасреды, а также продвижения и монетизации личного бренда при использовании определенных технологий и платформ на примере творческой деятельности Людмилы Рублевской, Сергея Минаева и др.

Методологическая база: описательный, компаративный методы.

Практическая значимость и новизна темы работы заключается в возможности использования научного опыта в ходе создания медийного личного бренда и блога в социальных сетях.

Дипломная работа представляет собой самостоятельно проведенное автором исследование.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай работы – 64 старонкі. Колькасць выкарыстаных крыніц – 60.

Ключавыя словы: АСАБІСТЫ БРЭНД, ПУБЛІЦЫСТ, БЛОГАСФЕРА, МЕДЫЙНАСЦЬ, МАНЕТЫЗАЦЫЯ, МЕДЫЯВЫЯ АБРАЗ, САЦЫЯЛЬНЫЯ СМІ, ЛІТАРАТУРНЫ БЛОГ, ВІЗУАЛЬНЫ СТЫЛЬ, ЛІЧБАВЫЯ ПЛАТФОРМЫ, ЖУРНАЛІСТЫКА.

Актualьнасць дыпломнай работы абумоўлена некалькімі фактарамі. Па-першае, ва ўмовах паскоранай лічбавізацыі і развіцця медыясферы як спосабу манетызацыі ўзрасла канкурэнцыя за ўвагу аўдыторыі. У сувязі з гэтым асабісты брэнд – добры спосаб запомніцца і выбудаваць даверлівыя адносіны з чытачом. Па-другое, трансфармацыя сацыяльных сетак, блогасферы, платформаў з доўгімі і кароткімі тэкставымі фарматамі прымушае аўтараў адаптавацца пад новыя тэндэнцыі, быць больш гібкімі, наўпрост узаемадзейнічаць з падпісантамі і фарміраваць сваё імя і прафесійную рэпутацыю.

Аб'ект даследавання – феномен асабістага брэнда ў журналістыцы і публіцыстыцы.

Прадмет даследавання – асабісты брэнд Людмілы Рублеўскай і Сяргея Мінаева.

Мэта дыпломнай работы – прааналізаваць спосабы і інструменты фарміравання асабістага брэнда публіцыста ва ўмовах развіцця сучаснай лічбавай медыяпрасторы, а таксама прасоўвання і манетызацыі асабістага брэнда з выкарыстаннем пэўных тэхналогій і платформаў на прыкладзе творчай дзейнасці Людмілы Рублеўскай, Сяргея Мінаева і інш.

Метадалагічная база: апісальны, кампаратыўны метады.

Практычная значнасць і навізна тэмы заключаецца ў магчымасці выкарыстання навуковага досведу пры стварэнні медыйнага асабістага брэнда і блога ў сацыяльных сетках.

Дыпломная работа з'яўляецца самастойным даследаваннем, праведзеным аўтарам.

ABSTRACT

The volume of the thesis is 64 pages. The number of sources used is 60.

Keywords: PERSONAL BRAND, PUBLICIST, BLOGOSPHERE, MEDIA PRESENCE, MONETIZATION, MEDIA IMAGE, SOCIAL MEDIA, LITERARY BLOG, VISUAL STYLE, DIGITAL PLATFORMS, JOURNALISM.

The relevance of the thesis is determined by several factors. Firstly, in the context of rapid digitalization and the development of the media sphere as a way of monetization, competition for audience attention has increased. In this regard, a personal brand is an effective way to be remembered and build a relationship of trust with readers. Secondly, the transformation of social networks, the blogosphere, and platforms with short and long text formats forces authors to adapt to new trends, be more flexible, interact directly with followers, and build their name and professional reputation.

Object of the study – the phenomenon of personal brand in journalism and publicism.

Subject of the study – the personal brand of Liudmila Rubleuskaya and Sergey Minaev.

The aim of the thesis is to analyze the methods and tools of forming a publicist's personal brand in the context of a modern digital media environment, as well as the promotion and monetization of a personal brand using specific technologies and platforms, based on the creative work of Liudmila Rubleuskaya, Sergey Minaev, and others.

Methodological basis: descriptive and comparative methods.

Practical significance and **novelty** lie in the possibility of applying scientific knowledge in the process of creating a media-based personal brand and blog on social media.

This thesis is an original research project conducted independently by the author.