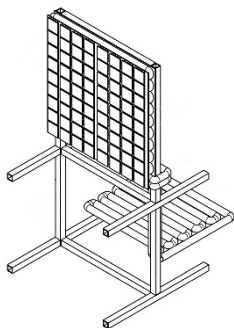


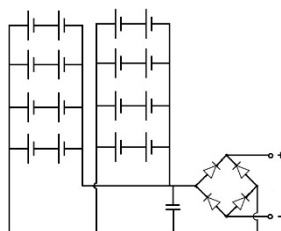
## LXX Молодёжная научная конференция



As a result of evaluating the parameters and operation characteristics of the new source, the following values were obtained for the heating temperature of the heat-absorbing side, equal to 399 K and the heating temperature of the heat-transfer side of 348 K. Maximum efficiency of the source under “daytime” conditions is 40% and at “nighttime” 49%. In the daytime, the heat-absorbing side will warm up to 126 °C, and the temperature of the heat-releasing side will be -35 °C. At night, the lunar soil will become a heater,

and cooling will be due to the low temperature of the environment (-153 °C). The maximum power from a panel with an area of 1 m<sup>2</sup> (16 elements) will be 520 (W), the maximum power allocated by the cooling system will be 780 (W). Minimum required radiator surface area is 4.6 m<sup>2</sup>. The most optimal electrical circuit was a mixed circuit.

When comparing a new source with sources currently used in space, namely, solar panels, it turned out that the maximum efficiency of solar cells is 25%, while the new source has a maximum efficiency of 40% during the day, 49% at night, and a minimum source efficiency of 23%. Thus, the new source of electricity turned out to be more efficient than modern energy sources. In lunar conditions, it is best to use a new source than other modern sources.



УДК 316

## **САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ В МОДНЫХ БЛОГАХ (НА ПРИМЕРЕ INSTAGRAM)**

А. М. Бурмистрова<sup>1</sup>

Научный руководитель: О. А. Малаканова, к.социол.н., доцент

Ключевые слова: самопрезентация, модные блоги, self-presentation, fashion blog

Феномен самопрезентации личности является сейчас достаточно привлекательным для исследований в самых разных сферах деятельности человека. Самопрезентация стала выступать в качестве предмета социально-психологических исследований в 70-х годах XX века. Поэтому

---

<sup>1</sup> Анастасия Михайлона Бурмистрова, студентка группы 5201-390401D, email: anastasiamb@yandex.ru

## LXX Молодёжная научная конференция

мы не можем сказать, что самопрезентация в модном блоге – тема совершенно новая.

Проблемой данного исследования выступает анализ и описание стратегий и подходов к самопрезентации модных блогеров в блогах о моде. Стратегии модных блогов постоянно меняются и нет единой социологической типологии, что выступает большой проблемой.

Цель выпускной квалификационной работы: проанализировать особенности формирования самопрезентации в модных блогах, на примере социальной сети Instagram.

В качестве основного ресурса для исследования самопрезентации модных блогеров была выбрана социальная сеть Instagram, активных пользователей которой насчитается более 1 миллиарда человек. Это сверхактивная платформа по количеству социальных взаимодействий и эмоционального вовлечения модных блогеров с аудиторией и самая популярная социальная сеть по количеству публикуемого модного контента, которая реализует целый ряд потребностей пользователей. Социальная сеть Instagram, как одна из крупнейших онлайн-платформ, создаёт новые цифровые субкультуры, одной из которых стали модные блогеры.

Исследование проводилось в рамках качественной методологии. Метод эмпирического исследования – контент-анализ и онлайн-интервью. Используем для метода для более глубинного анализа темы.

Отбор информантов для онлайн-интервью проводился по критерию количества активной аудитории. Было выделено 3 кластера: от 3000 подписчиков (закон о СМИ) до 100 000 (микроблогеры), от 100 000 до 500 000, от 500 000 до миллиона (инфлюенсеры). Общее количество информантов – 10. Отбор информантов для контент-анализа проводился по такой же логике.