

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»

Институт гуманитарных наук
Кафедра теории и практики журналистики

Жанрово-тематические особенности блога Антона Лядова «The люди»

выпускная квалификационная работа
(бакалаврская работа)

Выполнила студентка
4 курса, группы 808
Беляева Анна Валерьевна

(подпись)

Научный руководитель,
доктор филол. наук,
профессор
Лукашевич Елена Васильевна

(подпись)

Допустить к защите
зав. кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

(подпись)

« ____ » _____ 2024 г.

Выпускная
квалификационная
работа защищена
« ____ » _____ 2024 г.

Оценка _____

Председатель ГЭК
Пашаева Ольга Александровна

(подпись)

Барнаул 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ БЛОГА	6
1.1. Понятие блога и тематических трендов в современной блогосфере	6
1.2. Жанры в современных медиа и блогах, и их особенности.....	16
1.3. Влияние блогов на формирование общественного мнения	25
ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЖАНРОВО- ТЕМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ БЛОГА АНТОНА ЛЯДОВА «THE ЛЮДИ»	37
2.1. Особенности блога Антона Лядова и анализ актуальных тем и трендов в блоге «The люди»	37
2.2. Жанровое разнообразие блога Антона Лядова «The люди» и использование в контексте медиа и блогосферы	44
2.3. Воздействие блога Антона Лядова на формирование мнения общественности	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	65
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	68

ВВЕДЕНИЕ

В современном мире блоги стали одной из востребованных форм интернет-коммуникации. Они позволяют авторам выражать свои мысли, чувства, идеи, делиться опытом и взглядами с другими людьми, а также обсуждать актуальные темы и проблемы в современном медиапространстве. Одним из ярких представителей блогосферы является Антон Лядов, который освещает различные аспекты жизни современного общества.

Актуальность исследования определяется растущей популярностью жанра тревел-журналистики и ютуб-канала «The Люди», в котором рассказывается о жизни обычных людей, об их финансовых и жилищных проблемах.

1) Исследование жанрово-тематических особенностей блога Антона Лядова позволит выявить основные темы, которые интересуют его аудиторию, и определить их актуальность в современном обществе;

2) анализ жанров, используемых в блоге, поможет понять, каким образом автор привлекает внимание читателей, какие приемы и стилистика используются для создания контента;

3) исследование также позволит выявить особенности взаимодействия блогера с аудиторией, способы коммуникации и воздействия на читателей;

4) полученные результаты и выводы могут быть полезны для аналитиков, маркетологов, журналистов и других специалистов, интересующихся тематикой публичных коммуникаций и влиянием блогеров на общественное мнение.

Объектом исследования является блог Антона Лядова «The люди».

Предмет исследования: основные тематические направления, жанровые особенности блога А. Лядова «The люди», а также способы взаимодействия блогера с аудиторией.

Цель данного исследования – выявить жанровые особенности анализируемого блога, изучить основные темы и понять, какие приемы

используются блогером для привлечения зрителей на примере материалов блога Антона Лядова «The люди».

Цель работы достигается за счёт выполнения исследовательских **задач**:

- 1) определить понятие блога и тематические тренды в блогосфере;
- 2) охарактеризовать жанры в современных медиа и блогах, и их особенности;
- 3) выявить влияние блогов на формирование общественного мнения;
- 4) исследовать блог Антона Лядова «The люди» и проанализировать актуальные темы и тенденции в блоге;
- 5) определить жанровое разнообразие блога и уникальные особенности использования в контексте медиа и блогосферы;
- 6) исследовать воздействие блога Антона Лядова на формирование мнения общественности.

Степень изученности темы. Подходы к основным понятиям «блога» связаны с именами таких исследователей, как Т. В. Евсюкова, Т. М. Гермашева, В. В. Корабельская, Е. Г. Лебедева. Блогинг как направление профессиональной деятельности, особенности и перспективы изучалась Э. Х. Карагуляном, М. М. Восканян, Б. Б. Ониковой, С. Э. Галавановой, В. О. Микрюковым.

Видеохостинг «youtube» как пространство размещения рекламы, канал влияния на общественное мнение и особенности продвижения представлен в трудах Ю. А. Аймалова, Р. Джалилова, Б. С. Нурпеисова, М. А. Давлетьярова, Р. А. Волосникова, А. Э. Нагаевой, А. О. Коновальцевой, Л. А. Кругловой и др.

Эмпирической базой для исследования являются четырнадцать публикаций в блоге на YouTube канале. Публикации для тематики подбирались исходя из структуры блога: «Как живут люди», «С места событий», «Podcast», «Интервью» и «Спецреп», в каждой из их этих тем, находится ряд видеоматериалов. Для анализа жанрового разнообразия

видеоматериалы подбирались исходя из разных жаргов, использованных в видео.

В процессе исследования была выдвинута следующая **научная гипотеза**: блог Лядова сочетает в себе особенности различных жанров, что делает его сложным и многогранным объектом, блогер использует свои навыки для подбора актуальных тем, затрагивает актуальные социальные проблемы и обладает всеми необходимыми инструментами для успешной коммуникации со своей аудиторией.

Методы исследования. Основным методом исследования является контент-анализ. Суть данного метода заключается в систематическом анализе материала в блоге с целью выявления ключевых тем, жанровых черт и стилистических особенностей. Используется метод интервью с автором, анализ отзывов и комментариев зрителей.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что оно расширяет знания о жанровых особенностях блогосферы, позволяет исследовать, какие жанры преобладают и какие темы затрагивает автор, какие инструменты использует для создания определенного эффекта. Такое исследование позволяет лучше понять специфику творчества конкретного блогера в частности.

Практическая значимость исследования видится в том, что работа и ее выводы представляют интерес для тех, кто хочет развиваться в сфере блогерства и стремится создавать успешный и привлекательный контент, чтобы удерживать внимание аудитории, какие инструменты использовать для эмоциональной и психологической вовлеченности читателей.

Структура работы состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и эмпирической базы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ БЛОГА

1.1. Понятие блога и тематических трендов в современной блогосфере

Блоги давно стали неотъемлемой частью современной интернет-культуры. Это широко распространенный формат, основной областью применения которого является написание постов. Исходное слово «блог» родом из английского «weblog», и в первоначальном значении оно обозначало онлайн-дневник, позволяющий людям раскрывать в нем свои мысли и впечатления. Однако в течение времени блоги в корне изменились и стали не столько способом самовыражения автора, сколько площадкой обмена информацией, самостоятельного творческого проявления и выражения собственного отношения к определенным вещам [Евсюкова 2015, с. 234-239].

По мнению Т. В. Евсюковой, «блог – это небольшой сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, изображения и мультимедиа с очень простой системой управления и возможностью обратной связи с читателем» [Евсюкова 2015, с. 234].

В своей сущности блог – это форма коммуникации, любой желающий может создать свое собственное онлайн-пространство и делиться в нем содержательным контентом с остальными пользователями. В список публикуемых материалов входят статьи, фотографии, видео или аудиозаписи, прочие файлы и материалы. Иными словами, блог предоставляет возможность общаться людям, заинтересованным в описываемой тематике, или просто взглянуть на мир. Блоги помогают расширить свой кругозор, изучить что-то новое и получить новые перспективы [Вокуев 2011, с. 156-163].

Н. Е. Вокуев считает, что «блоги бывают личными, коллективными и общественными, в связи с чем следует уточнить, что для нас представляют

интерес преимущественно личные текстовые блоги как наиболее традиционная форма активности в блогосфере» [Вокуев 2011, с. 156].

Существует несколько типов блогов, каждый из которых имеет свои особенности:

1. Личный блог. Это самый распространенный тип блога, где автор делится своими мыслями, рассказывает о своей жизни, интересах и достижениях. Личные блоги служат платформой для самовыражения, общения с друзьями и близкими, а также средством документирования своей жизни.

2. Тематический блог. В таком блоге автор фокусируется на определенной теме, которая ему близка или вызывает его интерес. Это может быть блог о путешествиях, кулинарии, моде, фотографии или любой другой теме, которая может привлечь аудиторию, разделяющую эти интересы.

3. Корпоративный блог. Многие компании и организации запускают блоги, чтобы предоставить дополнительную информацию о своих товарах и услугах, делиться углубленными представлениями или привлекать новых клиентов. Корпоративные блоги способствуют укреплению связи между компанией и ее клиентами, а также повышению доверия к бренду.

4. Новостной блог. В таком блоге автор публикует новости и актуальную информацию по определенной тематике. Новостные блоги являются важным источником информации для многих людей, которые хотят быть в курсе последних событий и тенденций.

Все эти условия дают авторам и читателям блогов массу возможностей. Блоги – это место обмена знаниями и информацией, инструмент критического и логического мышления, способ в развитии коммуникативной компетенции. Они также являются одним из основных инструментов создания и поддержания онлайн-сообщества, что дает право рассмотреть их как основной источник распространения информации в сети [Ирхин 2015, с. 6-17].

История блогов уходит в 1990-е годы, когда в интернете стали появляться первые онлайн-дневники или журналы. Эти дневники позволяли людям публиковать свои мысли, делиться новостями и интересными фактами со всем миром.

С развитием социальных сетей в начале 2010-х годов многие пользователи стали предпочитать использовать такие платформы, как YouTube или Вконтакте для выражения своих мыслей и обмена информацией. Блоги остались популярными среди людей, желающих более глубокого общения и более детальной передачи информации о своих интересах и занятиях [Константюк 2012, с. 42-51].

Первая характеристика блога – это интерактивность. Новый производственный ресурс обеспечивает возможности взаимодействия с аудиторией, и таким образом блоги позволяют создавать более динамичный и активный контент, чем традиционные СМИ.

Вторая характеристика блогов связана с их стилем – неформальность. Грубо говоря, все блоги имеют дело с тематикой официальных, новостных и иных публикационных сайтов, что означает, что стиль, тон и даже сам подход к созданию содержания далек от зависимости. Как правило, у блогера нет необходимости подчиняться строгим жанровым установкам.

Третья характеристика – многообразие тематики: от путешествий и кулинарии до моды и политики. Блогер всегда выбирает тему на свой вкус и цвет. В связи с тем, что на разнообразие тем затрачено множество времени, интернет-платформа предложит зрителю, чтобы тот обязательно выбрал для себя интересное.

Четвертая характеристика заключается в том, что вы являетесь тем, кто вы есть. Блоги позволяют авторам продемонстрировать свою индивидуальность и создавать свою «марку». Одна из замечательных особенностей блогов заключается в том, что все они посвящены людям, стоящим за ними, – их мнениям, их материалам, их жизни. Авторы блогов могут расширить свою аудиторию, привлекая людей, которым нравится то, о

чем они пишут. Ведение блога поможет подружиться со своими читателями и создать настоящую онлайн-группу.

Пятое, что нужно, это обратная связь. Блоги позволяют узнать, что думает аудитория. Это помогает блогерам понять, что думают их читатели, нравится ли им их контент и как они могут его улучшить. «Получение обратной связи делает контент лучше, а продукт более привлекательным» [Карагулян 2022, с. 47-54].

В целом, блоги – это совершенно особый вид коммуникации, который сочетает в себе интерактивность, неформальность, разнообразие тем и привязку к различным личностям автора. Блоги позволяют создавать контент и устанавливать близкие связи с аудиторией. Это стало возможным благодаря развитию интернета и цифровых технологий, что делает блоги незаменимым инструментом для самовыражения и общения в современном обществе.

В современной эпохе блогосферы, где каждый может создать свой собственный блог, становится все более важным быть в курсе последних трендов. Блогеры уделяют особое внимание выбору тематики для своих публикаций, стремясь привлечь большую аудиторию и оставаться актуальными. «Тематические тренды играют ключевую роль в определении успеха блога – от выбора темы до стиля и формата представления контента» [Пак 2011, с. 283-292].

Одним из наиболее значимых трендов в современных блогах является персонализация. Пользователи все больше стремятся к индивидуальности, поэтому блогеры должны находить способы выделиться из толпы. Это можно достичь путем подбора тематики, которая соответствует интересам и потребностям целевой аудитории, а также созданием оригинального контента, который поможет заложить основу для лояльности зрителей. Важно также следить за трендами в дизайне блога, чтобы он отражал индивидуальность автора и был привлекательным для посетителей.

С другой стороны, можно заметить, что в современных блогах наблюдается значительный рост популярности различных тематических сообществ и коллабораций. Блогеры все чаще и чаще объединяются в некие группы или создают свои сообщества с единой тематикой, чтобы расширить свою и без того немаленькую аудиторию и обменяться ценным опытом. Такие сообщества чаще всего могут представлять собой блоги на определенную полюбившуюся им тему или объединять авторов с большим количеством интересов, но имеющих одну или несколько общих целей – как создание очень качественного контента. Это не только позволяет увеличить количество зрителей, но и обеспечить более широкий охват своей аудитории [Панюкова 2018, с. 122-128].

Одним из особенно важных влияний социальных сетей на блогосферу является возможность очень быстрого и удобного распространения контента. Блогеры непосредственно могут легко поделиться своими хорошими видеороликами или фотографиями в своих популярных аккаунтах в социальных сетях, тем самым привлекая особое внимание своих подписчиков и создавая вирусный эффект, также очень важным аспектом является массовое участие аудитории. Блогеры могут проводить различные опросы, организовывать дискуссии на своих страницах в социальных сетях, вовлекая свою аудиторию в процесс создания контента. Это не только повышает уровень взаимодействия между блогерами и их аудиторией, но и позволяет намного лучше понять интересы и потребности своей целевой аудитории.

Социальные сети дают огромную возможность блогерам создавать свои личные бренды и непосредственно повышать их авторитет в определенной теме. Блогеры часто активно участвуют в дискуссиях, делясь своим экспертным мнением и демонстрируя профессиональное знание в соответствующих группах и сообществах. Это позволяет им выделиться среди своих конкурентов. Социальные сети в большинстве случаев имеют отрицательное влияние на развитие блога. Они скорее могут стать причиной быстрого разброса аудитории, так как сами зрители могут быть разбросаны

по разным социальным сетям, а не сосредоточены только на одной платформе блога. Что скорее всего затруднит монетизацию блога и уменьшит его эффективность. Блогеры часто сталкиваются с критикой и ненавистью в открытых дискуссиях в социальных сетях, сейчас практически ни один блог не живет без критики, что негативно сказывается на их мотивации и продолжительности их деятельности [Базенков 2013, с. 357-394]. По мнению Н. И. Базенкова, «Основными задачами информационно-аналитической поддержки пассивной и активной работы с социальными сетями являются мониторинг и анализ социальных сетей (для достижения понимания происходящих в социальных сетях процессов)» [Базенков 2013, с. 357].

Высокое качество блога – самый важный аспект, так как качество очень влияет на популярность блога. Современные блогеры все больше стремятся быть в тренде, поэтому они постоянно следят за тематическими трендами.

С каждым днем появляется все больше и больше новых инструментов, которые очень помогают блогерам создавать наиболее качественный контент и привлекать аудиторию. Один из важнейших инструментов для блогеров – социальные сети. YouTube, Вконтакте – это только платформы, которые блогеры очень активно используют для продвижения своего контента. Здесь они могут делиться фотографиями, видео, статусами и другими нужными материалами, привлекая внимание разной публики и получая от них обратную связь [Коновальцева 2020, с. 351-359].

Еще один не менее трендовый инструмент для блогеров – умные гаджеты. Смартфоны, фитнес-браслеты, профессиональные камеры и многие другие устройства помогают блогерам быть всегда на связи со своей аудиторией и создавать свой особенный контент из любой точки мира. Благодаря различным приложениям и функциям, доступным на этих устройствах, блогеры создают и редактируют видео, фотографируют и делают многое другое.

Использование видео формата контента. YouTube – это платформа, где видеоролики играют очень значимую роль, и блогеры все чаще и чаще обращаются к такому простому формату для создания своих материалов. Видео контент позволяет детально передать информацию более наглядно и более эмоционально, что привлекает аудиторию и увеличивает ее особую вовлеченность [Козлова 2020, с. 79-83].

Использование социальных медиа для создания своего персонального бренда. Блогеры активно строят особенный имидж и хорошую узнаваемость, используя свои платформы в качестве хорошего цифрового портфолио. Они публикуют собственную стилистику и личность.

Не стоит забывать и о главном тренде использования подкастов. Это аудиоформат, который позволяет практически всем блогерам делиться своими мыслями, идеями и опытом с помощью звуковых записей. Подкасты становятся все более популярными, так как аудиоконтент можно слушать в любой момент, например в дороге, в спортзале, во время приготовления пищи и др.

Блогеры становятся довольно влиятельными личностями, которые имеют значительно большее влияние на мнение своих зрителей. Самые разные бренды признают эту силу и все больше и больше сотрудничают с блогерами, чтобы быстро и надежно продвигать свои продукты или услуги.

При таком сотрудничестве бренды получают возможность привлечь большую аудиторию и повысить узнаваемость, а блогеры получают дополнительный заработок и повышают рейтинг. Еще одним из трендов является использование интерактивных форматов в блогах. Помимо изменений в контенте, интерактивные форматы помогают привлекать зрителей к участию, что делает его завораживающим.

По сути, такой подход позволяет удерживать аудиторию, а также создавать более глубокое взаимодействие автора со зрителем. Интерактивные форматы помогают привлекать зрителей к участию, делая сюжет еще более захватывающим и еще более интересным. Это позволяет не

только удерживать внимание аудитории, но и создать более глубокое взаимодействие между автором и зрителем.

Популярным трендом являются опросы и голосования. Они позволяют зрителям активно участвовать в создании контента блогера, выражать свое мнение и ощущать себя частью сообщества. Опросы особым образом могут быть использованы для получения обратной связи от аудитории, а также для определения некоторых тем, которые больше всего интересуют зрителей. Кроме того, опросы помогают создать впечатление о том, что мнение каждого зрителя имеет значение и ценится.

Еще одним интерактивным форматом, который становится все более популярным, являются конкурсы и розыгрыши. Они не только привлекают внимание аудитории, но и мотивируют зрителей активно участвовать и делиться контентом с друзьями. Конкурсы могут быть связаны с написанием комментариев, отсылкой фотографий или выполнением определенного задания. Такие форматы помогают не только создать взаимодействие между автором и аудиторией, но и увеличить охват блога за счет активного распространения информации в социальных сетях.

Интерактивные форматы позволяют привлечь зрителей к участию, создать более активное сообщество вокруг блога. Таким образом, использование интерактивных форматов в блогосфере является актуальным трендом.

Актуальным для многих блогеров являются новые возможности для заработка:

1. Контент-маркетинг

Одна из самых популярных и прибыльных форм монетизации блогов – это контент-маркетинг. Это могут быть промоакции и тому подобное. Такой вид сотрудничества позволяет не только получать дополнительный доход, но и расширять свою аудиторию и повышать популярность.

2. Продажа собственных продуктов или услуг

Еще одна интересная возможность для заработка в блогосфере – продажа собственных продуктов или услуг. Блогеры, которые имеют специфическую экспертизу или навыки, могут создавать и продавать свои собственные курсы, электронные книги, видеоматериалы, онлайн-консультации, тренинги и многое другое. Это позволяет не только получать дополнительный доход, но и устанавливать свою авторитетность и экспертность в определенной области.

3. Реклама на платформах для блогеров

С появлением специализированных платформ для блогеров стали возможны новые способы монетизации. На таких платформах блогеры могут размещать свои материалы и получать доход от рекламы, которую размещают на их страницах. Это может быть показ рекламы в виде баннеров, вставок в видео рекламы. Такая платформа позволяет блогерам сосредоточиться на создании интересного и полезного контента, не отвлекаясь от поиска рекламодателей и управления рекламными кампаниями [Боднарчук 2020, с. 28-31].

4. Сотрудничество с вебинарами и платформами для онлайн-обучения

Вебинары и онлайн-курсы стали очень популярными средствами обучения, особенно в последнее время. Блогеры могут сотрудничать с вебинарными платформами или самостоятельно проводить онлайн-курсы по своей тематике. Участие в таких мероприятиях позволяет зарабатывать на продаже билетов или доступа к записям, а также устанавливать долгосрочные отношения с участниками и продвигать свои услуги и продукты.

5. Подписка на эксклюзивный контент

Еще один актуальный тренд в монетизации блогов – это предложение подписки на эксклюзивный контент. Блогеры могут создавать приватный контент, который доступен только подписчикам-платникам. Это может быть доступ к эксклюзивным статьям, видео, подкастам, обновлениям, вебинарам

и т.д. Подписка может быть ежемесячной, ежеквартальной или ежегодной, что позволяет получать стабильный и предсказуемый доход.

Любой блог представляет собой огромный и разнообразный мир, в котором каждый может найти что-то интересное и полезное для себя. Как и любая другая сфера деятельности, блогосфера находится в непрерывном процессе развития и изменения. С течением времени предполагается, что будущее блогосферы будет связано с появлением новых технологий, что предоставит ещё больше возможностей как для блогеров, так и для их аудитории.

Одним из главных направлений развития блогосферы будет увеличение количества видеоконтента. В настоящее время популярность видеоблогинга уже заметно выросла, и ожидается, что тенденция будет только усиливаться. Благодаря постоянно улучшающимся технологиям, доступности камер и монтажного оборудования, создание видеоконтента становится все более привлекательным и доступным для блогеров различных профилей. Видеоблоги позволяют создавать более наглядный и запоминающийся контент. Также с увеличением числа блогеров и ростом конкуренции в блогосфере важно будет придумывать неординарный разогрев аудитории. Успешные блогеры будут выделяться своей способностью предлагать что-то новое и интересное.

Технологический прогресс и изменяющиеся потребности аудитории будут определять новые тренды и возможности в развитии блогов. Это включает увеличение роли видеоконтента, использование социальных сетей для продвижения и взаимодействия с аудиторией, а также необходимость быть оригинальным. Следуя этим трендам, блогеры смогут не только успешно приспособиться к будущим изменениям, но и использовать их в свою пользу, чтобы добиться большего успеха и популярности в блогосфере.

1.2. Жанры в современных медиа и блогах и их особенности

Современные блоги – это платформы, на которых люди постоянно могут делиться своими мыслями, своими идеями и своим опытом с другими пользователями интернета. Однако в мире существует огромное разнообразие жанров, каждый из которых имеет свои определенные цели. Некоторые блогеры объединяют в себе несколько жанров, например, блогеры тревел-блоги затрагивают огромное количество жанров [Дебердиева 2022, с. 44-49].

По мнению И. И. Дебердиевой, «блог (канал) – один из «неформальных, дискуссионных, наиболее явно и ярко совмещающих письменное и разговорное начало жанров, наряду с форумом, чатом, электронным дневником, для которых характерна спонтанность речи» [Дебердиева 2022, с. 46].

Одним из популярных жанров в блогосфере является личный блог. В личных блогах авторы делятся личными мыслями, эмоциями и опытом. Личные блоги могут быть посвящены различным темам – от путешествий до родительства, от кулинарии до личностного роста. Основной целью авторов таких блогов является общение с аудиторией и создание сообщества единомышленников. Блогеры часто откровенно говорят о своих проблемах, радостях и разочарованиях. Они рассказывают о личном опыте и уроках, которые они извлекли из каких-либо ситуаций. Когда блогер откровенно говорит о своих переживаниях и чувствах, это создает близость и связь со зрителем. Это позволяет зрителям лучше понять и сопереживать автору блога, а также поддерживать его в трудные моменты. Еще одной причиной популярности личных блогов является их автобиографичность. Блогеры используют свои личные истории, чтобы помочь другим людям. Они могут делиться советами, предлагать практические решения для повседневных проблем. Важно отметить, что успех личных блогов зависит от того, насколько блогер может создать связь с аудиторией. Ключ к этому –

искренность и подлинность. Зрители хотят видеть реального человека за блогом и чувствовать его искренность [Темникова 2016, с. 999-1008].

Лайфстайл-блог – это так называемый онлайн-журнал, в котором так же, как и в личном блоге, авторы делятся своими мыслями, идеями, личными достижениями, но только в другом формате. Создатели представляют свою личность и свой неповторимый стиль жизни через контент, который они публикуют в shorts, что тоже является важным для привлечения аудитории.

В таких блогах можно найти рецепты блюд, советы о красоте и уходе за собой, рекомендации по путешествиям, обзоры косметики и модных трендов, истории из личной жизни авторов и многое другое. Лайфстайл-блоги часто содержат красочные видео, что делает контент более привлекательным и увлекательным для аудитории. Авторы таких блогов обычно являются профессионалами в определенной области или имеют обширный опыт и знания, которыми они готовы делиться со своими зрителями. Блогеры могут зарабатывать на своем контенте через платные рекламные публикации от брендов и компаний, участвовать в партнерских программах. Некоторые из них даже становятся популярными медийными личностями и звездами социальных сетей [Кириллов 2020, с. 235-239].

Кроме того, лайфстайл-блоги могут быть отличным способом развития и продвижения своего бренда или бизнеса. Создание такого блога требует времени, усилий и таланта, но может принести значительные результаты и удовлетворение от творчества и общения с аудиторией. Кроме того, важно создать хорошо организованную структуру блога.

Еще одним самым популярным жанром являются тревел-блог, это блоги про путешествия, в которых авторы делятся своими приключениями. Путевые блоги часто сопровождаются демонстрацией интересных мест и советами по путешествиям. Они позволяют аудитории исследовать новые места и получать полезную информацию о перелетах, проживании и досуге в других странах.

Блогеры, путешествующие по всему миру, часто характеризуются интересным и живописным описанием мест, которые в которых они были. Они делятся своими впечатлениями, погружая зрителей в атмосферу путешествия. Блогеры делятся своими лайфхаками и рекомендациями, чтобы помочь своим зрителям сделать свое путешествие незабываемым. Одной из главных привлекательных сторон блогов о путешествиях является их личный подход. Блогеры позволяют зрителям более глубоко понять их опыт и вдохновить на самостоятельные приключения. Многие блогеры-путешественники общаются со своей аудиторией через комментарии, социальные сети и даже организуют встречи и мероприятия. Это создает сообщество единомышленников, которые делятся своими интересами и взглядами на мир.

Блоги о путешествиях могут быть как личным дневником путешественника, так и источником полезной информации для тех, кто планирует свои следующие приключения. В любом случае они являются источником вдохновения и мотивации для открытия новых мест и культур.

Документальный репортаж представляет собой создание видеоматериала о реальных событиях, людях или явлениях. Рассказать о чем-то важном, вызвать у читателя или зрителя интерес и понимание. Документальный репортаж обычно состоит из нескольких частей. В начале автор дает краткое введение в проблему или событие, о котором будет рассказывать далее, затем следуют основные факты, интервью с участниками или свидетелями событий, анализ ситуации и выводы.

Документальный репортаж может быть создан для того, чтобы более подробно рассказать о сложных событиях или явлениях, которые невозможно уместить в одну статью или видеоматериал. Это помогает зрителю получить более полное представление о теме и сделать собственные выводы.

В отличие от художественного репортажа, здесь акцент делается на объективности и достоверности информации, а не на творческом стиле

автора. Основными особенностями документального репортажа является объективность, блогер должен представить информацию без собственных предвзятых мнений и оценок, а лишь в виде фактов и данных. Вся информация, представленная в документальном репортаже, должна быть проверена на правдивость и подтверждена независимыми источниками. Документальный репортаж должен отражать текущие события и проблемы общества. Репортаж должен быть структурирован и логично построен, чтобы зритель мог понять основные идеи.

Документальный репортаж является важным инструментом общественной информации и укрепления правдивости в медийном пространстве. Он позволяет зрителям получить объективную картину происходящих событий и сформировать собственное мнение на основе представленной информации.

Интервью-блог представляет собой контент, в котором автор постоянно делится своими беседами с различными людьми или экспертами в определенной области, эти беседы могут делиться на несколько частей или выпусков. Такой формат позволяет более полно и детально раскрыть тему, задать очень глубокие и очень интересные вопросы, а также показать развитие событий или мыслей. Одной из особенностей интервью-блогов, является глубокое погружение в тему. Благодаря разделению на части автор может более детально рассмотреть каждый аспект интервью, задавая уточняющие вопросы и углубляясь в дискуссию. Зрители могут наблюдать за эволюцией мыслей и идей гостя блога через несколько частей интервью, что делает контент более увлекательным и информативным. Они рассказывают о своих приключениях, делятся советами и рекомендациями, которые не найти в туристических брошюрах. Зрители также могут задавать вопросы авторам или гостям блога, выражать свое мнение и делиться своими мыслями на тему интервью, создавая интересный и вовлекающий диалог.

Интервью во время путешествия позволяет расширить кругозор и узнать о новых увлекательных местах для поездок. Каждый человек излагает

свои впечатления и рассказывает о видении своего региона, что делает контент более разнообразным и интересным. Это добавляет аутентичности и свежести контенту, делая его более привлекательным для зрителей. Таким образом, блоги о путешествиях с интервью являются отличным источником информации для всех, кто любит путешествовать или мечтает об этом. Вся эта информация делает блоги не только интересными, но и очень полезными для каждого, кто хочет узнать больше о мире и себе.

Существуют блоги-новостники, которые освещают актуальные события и новости в определенной области. Это могут быть блоги о политике, спорте, культуре и другие. Авторы таких блогов анализируют ситуацию и предлагают свой взгляд на происходящее. Основная цель таких блогов – донести до своих зрителей актуальную информацию, предоставить обзоры на новые продукты и услуги, а также дать полезные советы по различным вопросам. Одной из особенностей информационных блогов является их постоянное обновление. Авторы стремятся следить за текущими событиями и предлагать свежие новости. Это позволяет зрителям быть в курсе последних событий. Блоги построены так, что их авторы публикуют новые статьи, которые относятся к скандалам, интригам и любовным историям разных звездных пар, чтобы поддерживать интерес аудитории какой-то сенсацией. Такие блоги часто становятся источником информации для многих людей, которые предпочитают получать новости через интернет. Авторы таких блогов обладают определенными навыками журналистики и умением отобрать самые интересные и значимые события для своей аудитории. Они предлагают полезные советы, помогая своей аудитории быть в курсе последних событий и справляться с различными вопросами.

Еще одним популярным жанром в блогосфере являются бьюти-блоги. Они пришли из мира моды и стиля и стали очень популярными. Многие блогеры, у которых блог нацелен на путешествия, тоже затрагивают тему моды, но только уже в разных странах и городах мира, что является очень полезным [Вайнштейн 2015, с. 226-234].

В модных блогах авторы делятся своими советами по выбору стильной одежды, аксессуаров и макияжа. Некоторые блогеры предпочитают делиться темами традиционных нарядов разных культур. Блоги этого жанра часто сопровождаются фотографиями образов и рецензиями на новые коллекции. В таких блогах можно найти множество полезных советов и рекомендаций, а также узнать о последних модных тенденциях и трендах разных стран. Блогеры следят за модными показами, выставками и событиями, чтобы быть в курсе всех новинок. Регулярно публикуют обзоры новых коллекций косметики. Они делятся своим мнением о качестве продукции, удобстве и практичности в использовании. Многие блогеры описывают свой собственный стиль и предлагают идеи для создания образов. Они делятся секретами успешного сочетания вещей и основными правилами гардероба. Некоторые блогеры проводят фотосессии, видеообзоры на покупки и даже ездят в другие страны для покупки каких-либо товаров. Нередко блогеры делятся советами по уходу за кожей, волосами и ногтями. Они рассказывают о своих любимых продуктах и процедурах по уходу за собой [Болотнова 2012, с. 211-216].

Блоги о моде – это отличный источник вдохновения и информации для тех, кто интересуется модой с разных уголков стран и следит за последними тенденциями. Здесь можно найти массу полезных советов и идей, чтобы создать стильный и модный образ или же подобрать спокойный классический стиль.

Юмористические блоги – это специфический stand-up жанр в интернете, который предназначен для развлечения и поднятия настроения у своих зрителей. В таких блогах часто можно найти шутки, анекдоты, карикатуры, комиксы и другие развлекательные материалы. Юмористические блоги часто имеют оригинальный и неповторимый стиль, который отличает их от других жанров блогов. Авторы могут использовать игру слов, иронию, сарказм и другие приемы для создания юмористического контента. В таких блогах часто можно встретить пародии на известных

личностей, фильмы, песни и другие объекты, что делает контент еще более занимательным для зрителя. Юмористические блоги часто освещают актуальные события и темы, но делают это в юмористической форме, что позволяет привлечь большее внимание к сложным или серьезным вопросам. Тревел-блогеры довольно часто используют в своем контенте юмор, они помогают зрителям расслабиться и отвлечься от повседневных забот. Такие блоги часто становятся источником не только развлечения, но и вдохновения для новых приключений и путешествий.

В целом, юмористические блоги – это замечательный способ провести время с пользой и поднять свое настроение. Зрители могут наслаждаться остроумными постами и веселыми материалами, которые помогут им расслабиться и отвлечься от повседневных забот.

Кулинарные блоги. С появлением популярных кулинарных шоу на телевидении кулинарные блоги стали еще одним из самых востребованных жанров. Некоторые блогеры пробуют блюда в разных уголках мира и делятся впечатлениями, рецептами и секретами приготовления различных блюд. Кулинарные блоги часто сопровождаются красивыми фотографиями готовых блюд, что делает их еще более привлекательными. Кулинарные блоги – это популярный вид веб-ресурсов, на тему кулинарии. Они пользуются большой популярностью у тех, кто интересуется готовкой и хочет научиться готовить новые блюда и познать много нового. Основным содержанием кулинарных блогов являются рецепты блюд различных кухонь, а также советы по выбору продуктов, их обработке и приготовлению. Важным элементом кулинарных блогов является качественная съемка, под нужным ракурсом с соблюдением всех этапов готовки или же съемка чувств, испытываемых от еды. Они позволяют зрителям видеть, как должно выглядеть блюдо в итоге, и могут служить источником вдохновения для приготовления своего кулинарного шедевра. Авторы кулинарных блогов часто делятся своими личными историями, впечатлениями. Это добавляет блогам индивидуальность и делает их более привлекательными для зрителей. Аудитория чаще всего оставляет

комментарии именно под кулинарными блогами. Кто-то задает вопросы, кто-то делится рецептами. Это позволяет установить контакт с аудиторией, получить обратную связь и улучшить качество контента.

Кулинарные блоги могут быть как хобби для любителей готовки, так и средством заработка для профессиональных поваров, кулинаров и кулинарных журналистов. Они позволяют делиться своими знаниями и страстью к кулинарии и создавать общество увлеченных готовкой.

Распространены блоги о здоровом образе жизни. В них авторы делятся своими советами по правильному питанию, физическим упражнениям и возможным способам улучшения здоровья. Блоги этого жанра часто сопровождаются фотографиями со здоровыми блюдами и видео инструкциями по упражнениям. Такие блоги могут содержать советы врачей разных специальностей.

Блоги о здоровом образе жизни становятся востребованными в современном мире, где все больше людей стремятся к здоровой и активной жизни. Они делятся рецептами здоровых блюд, рекомендациями по питанию и информацией о питательных свойствах различных продуктов. Они помогают своим зрителям изучить все тонкости, чтобы поддерживать свое здоровье и вести активный образ жизни. В блогах о здоровом образе жизни можно найти разнообразные тренировки и упражнения для развития силы, выносливости и гибкости. Блогеры делятся своим собственным опытом о тренировках и помогают начинающим спортсменам разобраться в тонкостях фитнес-индустрии. Одной из основных проблем при соблюдении здорового образа жизни является мотивация. Блогеры помогают своим зрителям понять важность психологической стойкости и дисциплины для достижения своих целей. Блогеры часто делятся своими отзывами о различных товарах и устройствах, которые помогают поддерживать здоровье и активность. Это могут быть спортивные трекеры, смарт-фитнес-устройства, косметика для ухода за кожей и волосами, и многое другое [Абросимова 2021, с. 207-216].

Блоги о здоровом образе жизни помогают людям побороть свои привычки и начать вести здоровый образ жизни. Благодаря им можно выработать мотивацию, новые знания и поддержку по улучшению своего здоровья и физической формы.

Коллективные блоги – это платформа, где группа блогеров сходятся для обмена чем-либо. Такие блоги часто создаются для обсуждения определенной тематики или для выполнения групповых проектов. Сотрудничество в коллективных блогах – один из основных принципов их работы. Участники помогают друг другу развиваться. Они могут комментировать и дополнять друг друга, что помогает создать общество людей, заинтересованных в общей теме. Блогеры могут делиться своими навыками и опытом работы, что помогает другим изучить новые техники и методики. Такой обмен опытом позволяет каждому расти профессионально. Коллективные блоги – отличная площадка для сотрудничества. Они позволяют участникам развиваться профессионально, общаться с коллегами и получать новые знания и навыки [Андреев 2011, с. 545-551].

По мнению А. С. Андреева, «в настоящее время блоги становятся все популярнее, к ним появляется интерес, увеличивается посещаемость, следовательно, компания с корпоративным блогом имеет больший имидж» [Андреев 2011, с. 551].

Жанры в современных медиа и блогах охватывают широкий спектр тематик и стилей. Однако в современной блогосфере существуют и другие, менее популярные, но также интересные жанры блогов, такие как мамин блог, животноводческий блог, музыкальный блог и многие другие. Особенности каждого жанра определяются его целевой аудиторией, например, кто-то предпочитает просто посмотреть на то, как живет блогер, поэтому смотрит личный блог или лайф, кто-то планирует путешествие и хочет узнать подробнее про страну и правила, чтобы понимать, как вести себя с людьми, некоторым нравится смотреть на эстетику, либо узнать новые

фишки о красоте, включая бьюти-блог, а кто-то хочет просто посмеяться [Когалова 2019, с. 13-25].

Каждый имеет свои особенности и свою личную аудиторию, которая делает блог ценным дополнением к медийному контенту. Жанры в современных блогах разнообразны и отражают характер и интенции их авторов, от политических и социальных проблем до повествования о личных событиях. Блоги становятся платформой для самовыражения и общения с аудиторией, в частности сочетая в себе черты как традиционных СМИ, так и классических дневников, создавая уникальный культурный феномен. Авторы блогов могут использовать разные коммуникативные стратегии, меняя маски и роли, чтобы передать свои идеи и эмоции. Таким образом, блоги становятся не только средством информации, но и способом самовыражения [Давлетшина 2017, с. 80-86].

Жанр блога предлагает свою комбинацию содержания, что делает блоги разнообразными для зрителя. Блоги позволяют аудитории получать интересную информацию, делиться опытом и получать вдохновение. С развитием интернета и появлением социальных сетей, блоги становятся все популярней для самовыражения и обмена информацией.

1.3. Влияние блогов на формирование общественного мнения

Блоги, как средство коммуникации и обмена информацией, в последние годы заняли особое место в интернет-пространстве. Они позволяют людям высказывать свои мысли, делиться опытом и влиять на мнение аудитории. Блогеры стали новыми авторитетами, которые формируют тренды и направления развития различных сфер жизни.

Сегодня блоги играют ключевую роль в формировании общественного мнения. Множество пользователей активно подписываются на интересующие их блоги и следят за новостями, мнениями и советами блогеров. Благодаря этому они не только получают информацию, но и

приобретают возможность выразить свое мнение и вступать в дискуссии на разные темы. Блоги стали своеобразным форумом для обмена мыслями и создания сообществ единомышленников. Однако следует помнить, что влияние блогеров нельзя оценить однозначно. С одной стороны, они могут давать объективную информацию и помогать аудитории принимать правильные решения. С другой стороны, некоторые блогеры могут злоупотреблять своей популярностью и вводить людей в заблуждение. Поэтому крайне важно развивать критическое мышление и умение анализировать информацию, получаемую из блогов [Волосников 2019, с. 83-90].

По мнению Р. А. Волосникова, «проблема влияния социальных медиа на формирование и функционирование общественного мнения требует анализа такого феномена, как блогосфера. Блогосфера – совокупность всех интернет-блогов» [Волосников 2019, с. 85].

Многие люди обращаются к блогам для получения рекомендаций. Первое, что делает блоги особенными, это то, что они предоставляют возможность обычным людям высказаться. В отличие от традиционных СМИ, где редакторы и журналисты определяют, что будет опубликовано, блогеры имеют полную свободу выбора тем и формата своих публикаций. Это позволяет им выражать свое мнение без цензуры и предвзятости. Таким образом, блоги создают разнообразие голосов и точек зрения, которые могут влиять на мнение аудитории [Соломатин 2019, с. 91-99].

Многие блогеры являются экспертами или имеют опыт в определенной области, поэтому их мнение и советы имеют вес. Когда люди ищут информацию или решают, какой продукт или услугу выбрать, они могут обратиться к блогам, чтобы узнать о личном опыте других людей.

Блоги также играют роль в создании общественного диалога. Они предоставляют площадку для обсуждения важных тем и проблем. Блогеры могут поднимать вопросы, которые не получают достаточно внимания, и тем самым сдвигать фокус общественного дискурса. Комментарии также

способствуют обмену мнениями между блогерами, что создает более глубокий и интерактивный опыт [Вартанова 2019, с. 224].

Интернет, и особенно медиа, в последние годы стали неотъемлемой частью нашей жизни. Еще одним аспектом влияния блогов является их способность задавать повестку дня. Блогеры часто создают контент, который зрители не могут обойти стороной. Их мнения и комментарии могут вызывать смену взглядов на определенные вопросы. Например, блогеры-активисты могут поставить важные социальные и политические вопросы, которые могут сформировать новые точки зрения и взгляды у аудитории. Неотъемлемым аспектом влияния блогов на массовое сознание является их способность формировать тренды и моду. Блогеры, особенно в индустрии моды и красоты, имеют огромное влияние на то, как люди одеваются, что покупают и как выглядят. Советы, рекомендации и обзоры блогеров могут стать решающим фактором при принятии решения о покупке. Поэтому многие компании и бренды сотрудничают с блогерами для продвижения своих продуктов и увеличения продаж. Наконец, блоги играют важную роль в образовании и информировании аудитории. Многие блогеры делятся своими знаниями и опытом в различных областях, таких как технологии, кулинария, фотография и многое другое. Через блоги аудитория может получить доступ к информации и научиться новым навыкам. Однако необходимо отметить, что блогеры не всегда являются авторитетными и достоверными источниками информации. Поэтому важно оценивать и проверять информацию, получаемую из блогов, и не полагаться только на один источник [Аймалова 2022, с. 10-22].

Факторы, определяющие успех блогов в формировании мнения аудитории. При анализе факторов, которые определяют успех блогов в формировании мнения аудитории, можно выделить несколько ключевых аспектов. В первую очередь, важно иметь релевантный контент. Блоги, которые предлагают информацию и мнения, соответствующие интересам и потребностям аудитории, имеют больше шансов на успех. Пользователи

ищут блоги, которые предлагают полезную информацию в определенной области. Однако качество контента – это только один из аспектов. Важно также уметь его продвигать и делать доступным. Эффективный маркетинг и привлечение аудитории являются критическими факторами. Блоги, которые хорошо продвигаются через социальные сети, поисковые системы и другие каналы, имеют больше шансов привлечь новых зрителей и удержать старых. Также важно уметь поддерживать активную обратную связь. Взаимодействие со зрителем, ответы на комментарии позволяют установить личную связь и доверие. Кроме того, важную роль играет и визуальное оформление блога. Аккуратный и привлекательный дизайн помогает привлечь внимание аудитории и сделать чтение более приятным. Элементы дизайна, такие как шрифты, цвета и макет, должны быть гармоничны и соответствовать стилю блога.

Важным фактором успеха блога во влиянии на мнение аудитории является авторитетность автора. Зрители ищут блоги с признанным экспертом, например, со звездами шоу-бизнеса или же людьми, которые добились успехов в спорте и стали знаменитыми.

Еще одним из преимуществ блогов является их децентрализованная структура. В традиционных СМИ информацию фильтруют редакторы, что может приводить к манипуляциям и скрытию определенных фактов. Блоги, напротив, позволяют каждому высказать свое мнение и поделиться считающейся им информацией без посредников. Это создает больше пространства для разнообразия взглядов и позволяет отразить больше мнений.

Блоги также отличаются большей гибкостью в выборе форматов. Традиционные СМИ зачастую ограничены размерами статей и строгими границами в выборе тем. Блогеры же могут выбирать любые темы и подходящие им форматы – тексты, фото, видео, подкасты и т.д. Это позволяет им более гибко и эффективно передавать свои идеи. В комментариях к постам можно найти обсуждение разных точек зрения, что

способствует развитию общественной дискуссии. Такие блоги сильнее укрепляют связь между автором и аудиторией, в частности благодаря возможности непосредственного общения через социальные сети. Однако блоги имеют и некоторые недостатки как средство влияния на общественное мнение. В отличие от традиционных СМИ, где редакторы отвечали за проверку достоверности информации, блоги не всегда проходят такую же проверку. Это может привести к распространению недостоверной информации и фейк-новостей. Кроме того, из-за децентрализованной структуры блогов, нет обязательного регулирования, что оставляет открытой возможность для появления ненадежных и манипулятивных источников информации. Еще одним недостатком блогов как средства влияния на общественное мнение является неравномерное распределение информации. Значительная часть таких блогов имеют более ограниченную аудиторию и меньшую важность [Исаншина 2012, с. 38-52].

Современный мир переживает настоящий бум блогов – личных интернет-дневников. Тенденции развития блогов и их будущее в контексте влияния на аудиторию являются важной темой для исследования. Если вначале блоги были больше в качестве хобби, то сейчас все больше людей начинают создавать блоги с целью заработка денег. Реклама в блогах стала популярным способом привлечения покупателей, и это еще один аргумент в пользу значимости блогов. Какому блогу верить, какие мнения считать весомыми? Увеличение числа блогеров ведет к тому, что люди начинают выбирать мнения, которые совпадают с их собственными, что создает проблему погружения в «пузырь» убеждений, где люди слушают только «своих» [Сомова 2020, с. 119-126].

Времена, когда общественная дискуссия ограничивалась только традиционными СМИ и официальными каналами коммуникации, позади. Сегодня блоги влияют на общественную дискуссию, становясь платформой, которая усиливает голоса и мнения людей, ранее не имевших доступа к массовым СМИ. Блоги становятся каналом для выражения голоса

меньшинств, неудобных правительству или крупным компаниям. Это помогает разнообразить общественную дискуссию и привлечь внимание к проблемам, которые могут быть замалчиваемыми.

Как правило, блогеры обладают своей аудиторией, которая привержена их идеям или заинтересована в обсуждении определенных вопросов. Влияние блогеров на общественное мнение проявляется не только в информировании и анализе, но и в активном участии в общественной жизни. Многие блогеры активно выступают на публичных мероприятиях, организуют митинги или поддерживают различные инициативы. Их голос имеет большой вес и может оказывать влияние на принятие решений, которые порой бывают не верными. В некоторых случаях блогеры могут использовать свою популярность и распространять недостоверную информацию. Это может привести к разрушительным последствиям, таким как паника, недоверие к власти или ненависть к определенным группам людей.

Смотреть блоги могут люди со всего мира, что значительно расширяет круг обсуждающих и позволяет услышать различные точки зрения. Блоги также предоставляют возможность вести дискуссию анонимно, что позволяет людям быть более откровенными и высказываться без страха осуждения. Блоги позволяют высказывать мнение каждому, вне зависимости от его статуса или профессиональных навыков. Они становятся площадкой для голосования и выражения общественной позиции. Блоги могут быть инструментом активизации гражданского общества и мобилизации людей для совместного действия.

Одним из главных преимуществ блогов является их доступность. Многие блоги имеют опции подписки, позволяющие пользователям получать уведомления о новых публикациях, от которых они заинтересованы.

Блоги могут стать причиной публичного разногласия и конфликтов. Комментарии к блогам иногда становятся площадкой для оскорблений и противостояния, что может негативно сказываться на общественном диалоге и повышать напряжение в онлайн-сообществах.

Есть способы повысить качество и значимость блогов для общественной дискуссии:

1. Фактчекинг и модерация. Распространение дезинформации является одной из главных проблем блогов. Для борьбы с этим необходимо создать специальные команды, которые занимаются проверкой фактов и модерацией контента. Также можно разработать автоматизированные инструменты для обнаружения и фильтрации фейковой информации.

2. Привлечение экспертов. Блогеры, которые имеют опыт или образование в определенной области, могут быть более аргументированными и достоверными источниками информации. Таким образом, возможно создание платформ, где блогеры-эксперты смогут вносить свой вклад в общественную дискуссию и распространять качественный контент.

3. Установление этических стандартов. В блогосфере часто наблюдаются случаи использования ненормативной лексики, оскорблений или других форм неприемлемого поведения. Введение этических правил и контроля над их соблюдением поможет создать уважительную и конструктивную атмосферу в блогах, что привлечет еще большее количество зрителей.

4. Расширение доступности. Чтобы блоги смогли оказывать положительное влияние на общественную дискуссию, важно расширять их доступность для широкой аудитории. Это может быть осуществлено путем разработки удобных интерфейсов, улучшения скорости работы платформы и снижения стоимости доступа.

5. Сотрудничество с традиционными СМИ. Большинство блогеров не сотрудничают со СМИ, хотя могут, чтобы создать более точную и всестороннюю картину событий. Это может быть достигнуто через совместные проекты, интервью и взаимную ссылку на материалы.

Блогеры активно используют различные платформы социальных медиа, такие как YouTube, Вконтакте, чтобы поделиться своими мыслями, идеями и рекомендациями со своей аудиторией. Они создают контент,

который может быть просто развлекательным или информативным. Блогеры могут использовать свою платформу, чтобы обратить внимание на социальные проблемы, политические вопросы или экологические проблемы, привлечь к ним внимание и мотивировать людей к действию. Их присутствие в онлайн-пространстве позволяет им преодолевать географические и языковые барьеры. Одной из основных причин, почему блогеры так сильно влияют на общественное мнение, является их близость к аудитории. Блогеры – это не абстрактные персоны, которые можно увидеть только в телевизоре или посмотреть в интернете. Они являются живыми людьми, с которыми можно лично общаться [Джалилов 2020, с. 51-55].

Основные стратегии, которыми пользуются блогеры для достижения определенных целей:

1. Создание личного бренда. Блогеры уделяют большое внимание созданию и поддержанию своего собственного образа и стиля коммуникации. Отличительные черты, оригинальные идеи и стильные образы позволяют им выделиться на фоне других авторов контента и привлечь внимание аудитории [Сафиуллин 2024, с. 24-30].

2. Активное использование социальных сетей. Блогеры активно пользуются популярными платформами. Они постоянно поддерживают свои профили, публикуют интересные и полезные материалы, используют хэштеги и другие инструменты продвижения, чтобы привлечь и удержать внимание своей аудитории [Куницына 2022, с. 205-210].

3. Использование эмоциональной привлекательности. Блогеры понимают, что эмоции играют важную роль в формировании мнений и убеждений людей. Поэтому они стараются вызвать у аудитории яркие эмоции, используя свою индивидуальность и творческие подходы. Они активно используют истории, анекдоты, визуальные эффекты и другие способы, чтобы оставаться в памяти зрителей и слушателей.

4. Использование аргументации и фактов. Помимо эмоциональной привлекательности, блогеры также основывают свои аргументы на фактах,

исследованиях. Они стремятся представлять комплексную информацию и использовать авторитетные источники, чтобы подтвердить свои утверждения. Это позволяет им создавать доверие и убеждать аудиторию в правильности своих идей.

Все эти стратегии помогают блогерам изменять общественное мнение. Они создают сильный образ, вызывают эмоции и основывают свои утверждения на фактах. Все вместе эти стратегии формируют мнения людей.

Важные этические аспекты, которые блогеры должны учитывать при формировании общественного мнения. Во-первых, они должны быть честными и прозрачными. Они не должны скрывать связи с компаниями или продуктами, которые они рекламируют. Скрытая реклама может ввести людей в заблуждение и подорвать доверие к блогерам. Поэтому блогеры должны ясно и открыто обозначать, когда их мнение является рекламным [Прохоров 2012, с. 32-40]. Во-вторых, блогеры должны быть ответственными за свои слова и действия. Они должны внимательно проверять информацию, которую они распространяют. Распространение информации, которая может нанести ущерб людям или обществу в целом, недопустимо. Они не должны распространять непроверенные или опасные идеи. Блогеры имеют возможность достигать до широкой аудитории и передавать им знания и информацию. Поэтому важно, чтобы они осознавали свою роль в образовании людей и относились к этому с серьезностью и ответственностью. Блогеры не должны использовать свое влияние для распространения ненависти, дискриминации или насилия. Честность, ответственность, образованность и уважение к публике – ключевые принципы, которыми должны руководствоваться блогеры. Только в таком случае их влияние станет положительным и повысит качество общественного мнения [Нурпеисова 2017, с. 277-283].

По мнению Б. С. Нурпеисовой, «Изучая влияние интернет-ресурсов на общественное мнение, прежде всего мы имеем ввиду процесс и результат

изменения поведения граждан общества, их установок, намерений, представлений и оценок в ходе взаимодействия» [Нурпеисова 2017, с. 280].

Примеры успешных случаев изменения общественного мнения благодаря блогерам. Один из ярких примеров успешного изменения общественного мнения благодаря блогерам – движение Black Lives Matter. Это глобальное движение, которое возникло в США после убийства афроамериканского парня Трэявона Мартина. Блогеры активно использовали свои платформы для привлечения внимания общественности к проблеме системного насилия и расизма. Они делились информацией о произошедших случаях, исследованиями и статистикой, а также организовывали протесты и акции против полицейского насилия. Благодаря их усилиям вопрос о неравенстве и расизме стал одной из главных тем обсуждения не только в США, но и во всем мире.

Не менее важной является также роль блогеров в изменении мнений о климатических изменениях. Глобальное потепление – одна из самых серьезных проблем современности, и блогеры играют важную роль в привлечении внимания к этой проблеме. Они записывают видео о последствиях климатических изменений, делятся статистикой и фактами, а также поднимают тему устойчивости и экологически чистого образа жизни. Это помогает повысить осведомленность общественности и определить степень ответственности каждого отдельного человека за будущее нашей планеты. Хотя бывают случаи, когда блогеры используют свою платформу для распространения неправдивой или провокационной информации, в целом их роль в изменении общественного мнения является положительной. Они предоставляют альтернативную точку зрения, которая может отсутствовать в главных потоках информации. Это способствует деконструкции стереотипов и ложных представлений и обогащает публичную дискуссию [Мельникова 2011, с. 214-216].

Будущее блогеров. Первое, что можно ожидать, это увеличение числа блогеров и, следовательно, конкуренцию за внимание публики. В настоящее

время количество людей, создающих контент в интернете, стремительно растет, и этот тренд не собирается замедляться. Это означает, что блогерам придется бороться не только за привлечение новых подписчиков, но и за их внимание. Второе изменение, которое мы можем наблюдать, – это меньшее доверие к блогерам. С ростом числа блогеров многие люди становятся более осведомленными о маркетинговых техниках и тенденциях. Это может привести к тому, что люди будут более критично относиться к сообщениям блогеров и будет необходимо уделять больше внимания убеждению аудитории в подлинности и достоверности представленной информации. Третьим для блогеров может стать растущая потребность избегать политических контекстов. Политические мнения и дискуссии могут быть спорными и вызывать конфликты в аудитории. Блогеры сталкивающиеся с таким ситуациями, в дальнейшем будут вынуждены быть более осмотрительными в своих публикациях и выбирать темы, которые не вызывают острых споров [Рубан 2022, с. 844-846].

Влияние блогеров на общественное мнение в перспективе будет иметь свои особенности. Конкуренция, снижение доверия и избегание политических контекстов – все это потенциальные проблемы, с которыми блогеры столкнутся в будущем. Однако с развитием технологий и увеличением доступности интернета блогеры все равно смогут продолжать играть важную роль в формировании общественного мнения и заменять традиционные СМИ как источник информации и платформу для выражения мнения.

Выводы по первой главе

Для исследования жанрово-тематического своеобразия тревел-блога использовался анализ научной литературы по данной проблеме, благодаря которому удалось выявить характерные для каждого из авторов направления и понять направление развития тревел-журналистики на платформе YouTube.

Можно утверждать, что у разных авторских блогов может быть совершенно разная жанрово-тематическая палитра материалов. Могут различаться качество и количестве их использования, степень внимания к той или иной тематике и т. д. Можно с уверенностью говорить, что это относится и к тревел-блогам. Например, традиционные СМИ тревел-направления преимущественно используют путевой очерк и беседу, в то время как интернет-среда стала больше использовать интервью, документальное кино и расследование.

Жанры блогов предлагает свою комбинацию содержания, что делает блоги разнообразными для зрителя. Блоги позволяют аудитории получать интересную информацию, делиться опытом и получать вдохновение. С развитием интернета и появлением социальных сетей, блоги становятся все популярнее для самовыражения и обмена информацией.

Во второй главе мы проанализируем жанрово-тематические особенности блога Антона Лядова, разнообразие тематики и значимость наиболее актуальных тем, а также охарактеризуем проблемы, связанные с аудиторией и ее предпочтениями.

ГЛАВА 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ БЛОГА АНТОНА ЛЯДОВА

«THE ЛЮДИ»

2.1. Особенности блога Антона Лядова и анализ актуальных тем и трендов в блоге «The люди»

Блогер и журналист Антон Лядов в июле 2017 года создал свой собственный блог под названием «The люди», в котором он рассказывает о своих путешествиях по разным уголкам мира, количество его подписчиков составляет 5,33 млн. Название блога связано с тем, что сам блог в основном ориентирован на людей, в его видеосюжетах часто можно услышать фразы: «Люди, вы слышали?», «Люди, вы же знаете?», «Люди, сегодняшний выпуск про...». Само слово «люди» в каждом видео произносится по несколько раз. Русско-английское название говорит о том, что его сюжеты связаны с разными странами мира.

Антон Лядов, работая на ВГТРК, проявил себя как настоящий корреспондент, который никогда не боится рисковать и не ищет компромиссов. Критики часто указывали ему на его прямолинейность и остроту речи, утверждая, что его поведение было обусловлено защитой со стороны федерального канала, что, по их мнению, позволяло ему избегать последствий за свои необдуманные действия.

Хотя его карьера на канале «Россия-1» началась успешно, к 2017 году ситуация сильно изменилась. Тогда Антону пришлось покинуть ВГТРК из-за неоднократных скандалов, в которых он был часто инициатором, что привело к серьезным разногласиям с редакционной.

Лядов, начав свою карьеру на ВГТРК, проявил себя как смелый человек. Он никогда не избегал командировок в зоны военных действий, природных бедствий или места массовых протестов, а даже, наоборот, стремился туда. Продолжая карьеру в качестве блогера, он не отказался от своей страсти к освещению сложных тем и начал создавать видео о жизни

людей в разных уголках мира. В качестве оператора он самостоятельно снимал документальные фильмы, посвящённые этой тематике. Среди прочих мест Антон посетил Венесуэлу, где исследовал опасный город Каракас, а также побывал в Южном Судане, Мексике, Северной Корее и других странах, где пребывание сопряжено с рисками по различным причинам. Например, в выпуске «Самый опасный город мира / Венесуэла / Как люди живут» [Лядов, www, 2019] он рассказал о опасной съёмке, которая состоялась в Венесуэле. Несмотря на то, что страна обладает огромными запасами нефти, правление Мадуро привело к ужасному дефициту продуктов и даже туалетной бумаги. На улицах царило беззаконие, где вооруженные люди могли отобрать все, что есть у человека, и ничто не могло остановить их из-за отсутствия работающих больниц и электричества.

Несмотря на все опасности, он все же решил рискнуть жизнью и отправиться туда. После прибытия в аэропорт Каракаса сотрудник посольства строго запретил телевизионной команде покидать территорию отеля из-за опасности, но это их не остановило, так как они все равно пошли делать съёмку.

Хотя прошло уже более четырех лет с момента съёмки, но Антон до сих пор вспоминает ужас, который видел: «Как так случилось, что страна с огромными нефтяными ресурсами оказалась в таком ужасном положении? Как так могло случиться, что даже туалетной бумаги не хватало в магазинах?» [Лядов, www, 2019].

Основная цель блога Антона Лядова – познать мир таким, какой он есть. С одной стороны, вдохновить людей на путешествия и помочь им сделать это максимально комфортно и интересно, а с другой – показать, какие проблемы есть в той или иной стране. Он старается предоставить полную информацию о достопримечательностях, местных традициях и культуре каждого места, чтобы зрители могли получить максимальную пользу после просмотра. Вообще блог Лядова очень разнообразен, и в нем независимо от того, интересуетесь ли вы спокойным отдыхом, опасными для

жизни приключениями или культурными путешествиями, найдется что-то для каждого зрителя. Один из главных принципов блога Антона Лядова – быть открытым для новых приключений и искренним в своих исследованиях мира. Он ставит перед собой задачу познать и понять мир, а не просто посетить новые места. Путешествовать для Антона – значит погрузиться в местную атмосферу, узнать о жизни и культуре местных жителей, а также попробовать местную кухню. Антон демонстрирует, как можно побывать в неизведанных местах, а также встретить интересных людей по всему миру и войти с ними в диалог. В блоге Антона Лядова дается много советов и рекомендаций о том, как составлять маршруты. Антон показывает, что можно увидеть и сделать за ограниченное время в каждом городе, помогает с выбором активностей, а также дает советы о том, как избежать туристических ловушек.

Структура блога Антона Лядова включает несколько тематик:

Как люди живут

Это самая популярная тема в блоге Лядова, почти каждый свой выпуск он начинает со слова «Люди». В выпуске «Самый необычный отель Бали / Остров для райского отдыха или перспективного бизнеса?» [Лядов, www, 2024]. Лядов рассказывает про заброшенный отель и самый необычный отель самолет на Бали. Этот выпуск он снимал вместе с женой, одну ночь они ночевали в заброшенном отеле, и, когда они приехали туда, местные жители не хотели их сопровождать из-за якобы призраков, его так и называют отель-призрак. Вторую ночь они провели в необычном отеле-самолете, красивые виды, рассказ про то, как строился этот отель. На протяжении всего видео шло сравнение этих отелей, что впечатляло еще больше. Несмотря на то, что видео длилось меньше часа, примерно половину сюжета заняла реклама про то, как можно построить бизнес на Бали и мелкие рекламы по типу Билайн, Альфа-банка и другие. Выпуск получился довольно интересным и полезным.

2. С места событий

В этом разделе он ведет репортаж с места событий. Одним из мест, которые он посетил, была Гаити. Выпуск назывался «Почему Гаити не Доминикана? / Страна вечного хаоса» [Лядов, [www](#), 2024]. На островах между Америками, в самой бедной стране континента, царят хаос и беззаконие. Гаити, с ее столицей, где битва за власть ведется между двумя сотнями банд, стала ареной игры престолов без правил. Последние события на улицах, по мнению блогера, заставляют задуматься, кто на самом деле захватил власть в этой стране. Полиция оказалась парализованной, люди в панике обращаются за помощью с помощью радио. В этой передаче А. Лядов показал, как живут и выживают люди в Гаити, где с каждым днем ситуация становится все опаснее. Рекламы в этом выпуске практически не было.

3. Podcast

Выпуск «Афганистан / Вуду на Гаити / Леонид Пашковский: Хочу Домой» [Лядов, [www](#), 2021]. На протяжении всего видео он разговаривал с Леонидом Пашковским, который является известным журналистом и блогером, его блог «Хочу домой» как и у Лядова нацелен на опасные путешествия, скорее всего интерес к творчеству одного жанра и сподвиг их на совместное интервью. Они обсуждали разные темы: об обстановке в Кабуле и обманчивом ощущении безопасности, о культе Вуду и вере в зомби, о чрезмерной агрессии людей на Гаити, о воспитании и наказании детей в Шаолине, о ролике, в котором фотограф получает премию за снимок убитой в горячей точке девочки и ответственности журналистов, какие впечатления оставила поездка и многое другое. В этом выпуске затрагиваются вопросы безопасности и меры предосторожности в путешествиях, делятся своими личными впечатлениями и наблюдениями. Выпуск получился довольно большим, и из него можно узнать много нового и интересного, о чем не принято говорить. Рекламы в этом выпуске было немного.

4. Интервью

«Украина. Вопрос: Как Жить, Если Записали В “Предатели”: Буллинг, Хейт, Ссоры С Родными» [Лядов, [www](#), 2022]. В этом выпуске говорится о

том, как преодолеть стресс и найти новые идеи для работы в условиях блокировки социальных сетей. Специальный гость – Яков Кочетков, директор центра когнитивной терапии, кандидат биологических наук, клинический психолог. Он поделился своими советами по преодолению тревоги и эмоций. Они обсудили влияние близких людей на наше психическое состояние и как развивать способность для лучшего понимания окружающих, как избегать стресса и переключаться между разными темами для поддержания психического здоровья. Темы мужества и выживания, упоминая примеры людей, умеющих выражать свои убеждения даже в самых сложных условиях. Интервью было не очень интересным, по сравнению с тем, какие он выкладывает репортажи с места событий. С нашей точки зрения, можно сказать, что вообще неинтересный выпуск: про психологию людей в наше время стали очень много говорить, и сейчас уже никого не удивишь тем, как можно справиться со стрессом и быть мужественнее в сложных ситуациях. Рекламы в этом выпуске, как ни странно, вообще не было.

5. Спецреп

«Украина Последствия / Как Закрылся Самый Народный Магазин России Икеа» [Лядов, www, 2022]. В выпуске говорится о том, что сеть магазинов ИКЕА закрывается на территории России, а последний день работы был запланирован на 30 июня. В последние дни магазины переполнены людьми, которые стоят в очередях как на входе, так и на кассах. Люди закупаются всем, чем могут. Среди покупок – товары, с которыми символизируется магазин, например, искусственные цветы. Многие покупают мебель, посуду и другие бытовые вещи, составляющие большую часть интерьера их домов. В разных городах России люди стоят в очереди, чтобы успеть купить необходимые товары. Несмотря на негативное отношение к закрытию, драк и ссор в очередях не происходит. ИКЕА, основанная в Швеции в 1943 году, перевернула правила дизайна интерьеров и стала популярной во всем мире. Закрытие магазинов ИКЕА в России

означает конец эпохи для многих покупателей, которые продолжают приезжать в магазины даже после объявления о закрытии. Этот выпуск, как мне показалось, очень важный, потому что люди должны узнать о том, как вся страна выходит из зоны комфорта и лишается того, что им действительно важно. Реклама в видео присутствует.

В своих путешествиях Антон Лядов больше предпочитает исследовать неизведанные места, которые привлекают его своей экзотикой и опасной репутацией, чем более приятные курорты. В своих путешествиях в опасные города Лядов уделяет особое внимание не только их физической опасности, но и языковым и стилистическим особенностям. Он интересуется местными диалектами и уникальностью местной культуры. Благодаря своим способностям быстро обучаться и адаптироваться к новым языкам Лядов может легко общаться с местными жителями и получать новые истории и впечатления.

Понятно, что путешествие в опасные города требует от Лядова особой подготовки и предосторожности. Он тщательно изучает информацию о конкретном месте, обращается к профессионалам и экспертам, чтобы быть готовым к любым возможным ситуациям. Лядов не рискует своей жизнью, а, наоборот, стремится продемонстрировать, как справиться с опасностями в таких местах и сохранить свое здоровье и безопасность.

Лядов сумел привлечь огромную аудиторию в свой блог. Читатели любят его за отвагу и смелость, а также за интересные и захватывающие рассказы о его приключениях. Лядов продолжает исследовать новые города и делится своими впечатлениями и советами с читателями, вдохновляя их на смелые и увлекательные путешествия.

Еще одна важная хитрость, которую он использует в своем блоге: знание культурных особенностей города. В каждой стране существуют свои негласные правила и обычаи, которые следует учитывать при общении с местными жителями. Например, побывав в Лондоне «Реальный Лондон: нищие и богатые районы / Выпуск Лядова / Как люди живут» [Лядов, www,

2023] Лядов утверждал, что «Британцы славятся своей вежливостью и соблюдением правил, что проявляется в их языке и поведении. Они стремятся быть максимально корректными и не доставлять неудобства окружающим. Для представителей других культур такая степень вежливости может оказаться непривычной, однако в британской культуре это принятое правило». Не стоит забывать и о том, что язык – это не только слова и фразы, но и мимика, жесты и тон голоса. В разных городах могут быть свои особенности невербальной коммуникации. Поэтому полезно знать и понимать особенности невербальной коммуникации города, в котором находишься. Важно также учитывать различия в формальности речи в разных городах. Поэтому стоит учиться адаптироваться к разным уровням формальности в речи в разных городах. Стоит отметить, что существуют различные истины, которые заключены в понятиях и языке каждого отдельного города. Каждый город имеет свою историю и культуру, которые отражаются в его языке. Поэтому, чтобы на самом деле понять город и его обитателей, важно не только знать основы языка, но и вникнуть в его особенности и отличительные черты.

Антон Лядов советует своим зрителям разрабатывать план действий в случае чрезвычайных ситуаций. Желательно иметь план эвакуации и контактную информацию для экстренных случаев, которую всегда следует хранить при себе. Также рекомендуется находиться в контакте с посольством или консульством страны, чтобы быть в курсе текущей ситуации и получить помощь в случае необходимости. Еще одним советом Антона Лядова является использование безопасного транспорта. Он рекомендует выбирать надежные и лицензированные компании автотранспорта, такси или общественный транспорт, особенно в странах с высоким уровнем преступности или мало развитой транспортной инфраструктурой. Он советует быть бдительным и не подвергать себя ненужным рискам. Антон Лядов призывает избегать темных и пустых улиц, особенно ночью, и не носить слишком много дорогих вещей. Но сам этих правил не

придерживается, подвергая свою жизнь опасности. Подчеркивает важность общения с местными жителями и следования их советам. Местные жители лучше знают свой город и могут предупредить вас о возможных опасностях или региональных особенностях. Им также легче ориентироваться в местной культуре и поведении, что может помочь избежать нежелательных ситуаций. Например, в Венесуэле люди несколько раз предупреждали Лядова как лучше себя вести в разных районах города Каракаса. В некоторых районах, по мнению местных жителей, стоит быть особенно бдительным и осторожным [Лядов, www, 2019].

Одним из главных трендов Лядова является сделать путешествие захватывающим, несмотря на то, опасное это место или самое безопасное.

Путешествия стали важной частью жизни для многих людей. Они помогают расширить горизонты, открыть новые культуры и познакомиться с разными обычаями. Блог Антона Лядова «The люди» является своего рода гидом для путешественников, рассказывающим о различных странах. Он делится личными историями о том, как путешествия изменили его жизнь. Он подчеркивает, что каждая поездка – это возможность расти и развиваться как личность. Путешествия помогают Антону раскрывать свой потенциал. Он часто ставит перед собой задачи, связанные с преодолением себя, выходом из зоны комфорта и освоением новых навыков. Например, он регулярно принимает участие в разных мероприятиях, чтобы преодолеть свои страхи и познавать новые ощущения. Такие задачи помогают ему стать сильнее и самостоятельнее, а также находить новые возможности для личностного роста.

2.2. Жанровое разнообразие блога Антона Лядова «The люди» и использование в контексте медиа и блогосферы

Жанровое разнообразие блога Антона Лядова «The люди» – один из ключевых аспектов его блога. Можно найти как информативные видео о

самых интересных уголках планеты, так и захватывающие видеообзоры опасных мест.

Основным жанром блога Антона Лядова является тревел-блог. Он часто путешествует по разным странам и городам, делаясь своими впечатлениями и открывая для зрителей интересные места. В видеороликах Лядов использует динамичный монтаж, множество профессиональных планов и быструю речь. Лядов исследует различные явления природы и культуры, рассказывая интересные факты и истории. Он показывает достоверные источники информации, включая интервью, архивные материалы и собственные наблюдения, чтобы создать увлекательный и познавательный контент; использует яркие и красочные съемки, чтобы показать всю красоту или весь ужас этих мест.

Важным аспектом жанрового разнообразия в блоге Лядова является использование различных медиаинструментов. Видео является основным форматом контента в блоге, но Лядов также активно использует фотографии. Фотографии помогают подчеркнуть визуальную составляющую контента или дополняют видео.

Например, если взять жанр документального репортажа, то в выпуске «Реальная жизнь в Северной Корее / Ложь и правда Ким Чен Ына / Как Люди Живут» [Лядов, www, 2019] были прикреплены фотографии (см. рисунок 2.2.1).



Рисунок 2.2.1. Реальная жизнь в Северной Корее / А. Лядов

// YouTube. 18.09.2019.

Он использует различные медиаинструменты в этом выпуске для создания своих видеоматериалов, что позволяет ему передать разные настроения и идеи. Например, он иногда снимает видео в жанре документального кино, рассказывая о истории и культуре посещаемого места. Такие ролики позволяют зрителю погрузиться в атмосферу страны, узнать интересные факты (см. рисунок 2.2.2).



Рисунок 2.2.1. Реальная жизнь в Северной Корее / А. Лядов

// YouTube. 18.09.2019.

На просторах интернета люди называют его видео документальным фильмом и по количеству просмотров составляет 41 миллион, это самое большое количество просмотров за всю историю его блога. Многим пользователям было интересно узнать, как на самом деле живут люди в одной из самых изолированных стран в наше время. Люди в Северной Корее почти полностью отрезаны от внешнего мира. В репортаже было несколько моментов, которые потрясли. История девушки из Северной Кореи, которая смогла бежать из страны, и история американца, который попал в беду из-за лозунга, оставленного в отеле, заставили задуматься о реальности жизни в этой стране. Особенно запомнился момент с попыткой конфискации карты

памяти у Лядова в поезде. Но ему удалось сохранить записи и показать их людям.

Если подробнее рассказывать о структуре и жанровой специфике, это документальный репортаж, съемка идет от первого лица. Используются реальные кадры исторических событий, истории людей и мастерски смонтированные рассказы главного героя. Полное отсутствие цензуры, что делает репортаж еще более реалистичным, но в то же время оставляет негативный след из-за огромного количества нецензурной лексики в кадре. Финал заставляет задуматься о том, как Антону удалось избежать неприятностей после публикации материала.

Однако Антон не ограничивается только документальным жанром. Он часто снимает интервью с местными жителями, чтобы передать их точку зрения и опыт. Такой подход позволяет зрителю более полно понять историю и культуру отдельных стран.

В блоге Антона Лядова присутствует жанр лайфстайл. Этот жанр можно использовать как основной и совмещать его с другими, а можно, наоборот, как Антон Лядов совмещать этот жанр со своим основным. Он активно показывает скрытые истории жизни народа, свободу и открытость.

Одним из самых популярных и востребованных медиаинструментов в блоге Антона являются отзывы и сравнения, что также присуще лайфстайл-блогам. Он сравнивает различные отели, рестораны, достопримечательности и дает свою честную оценку каждому из них. Такие видеоролики помогают зрителям выбирать место для отдыха или путешествия, основываясь на реальных отзывах и рекомендациях. Например, побывав в Лондоне «Реальный Лондон: нищие и богатые районы / Выпуск Лядова / Как люди живут» [Лядов, www, 2023]. В видео присутствует сравнение и обзор нищих и богатых районах Лондона, статусных клубах и привилегиях членов аристократического общества, что позволяет зрителям получить новые знания о британской культуре и образе жизни. Кроме того, блогер

рассказывает о важности вежливости и соблюдения правил в обществе, что актуально для различных культур и стран.

Еще одним важным медиаинструментом является насыщенность аудио. Присутствует высококачественный звук. Антон Лядов добавляет к видеоряду различные эффекты, фоновую музыку, что позволяет зрителю получить более полное представление о том, что происходит во время путешествий. Это также помогает усилить эмоциональную составляющую роликов. Музыкальное сопровождение делает его более запоминающим.

Важным инструментом является его работа как оператора, создает красивые и динамичные кадры, передающие атмосферу Лондона и жизни его обитателей, но в этом видео ему помогал снимать и другой оператор. Это было замечено, когда он беседовал с девушкой Эмми, его снимали в момент, когда снимал он (см. рисунок 2.2.3).



Рисунок 2.2.3. Реальный Лондон: нищие и богатые районы / А. Лядов / Как люди живут // YouTube. 30.12.2023.

Стоит отметить умение блогера поддерживать интерес зрителей на протяжении всего видеоролика, делая его насыщенным и информативным. Профессиональное использование различных медиаинструментов для привлечения аудитории. В видео есть еще много интересных моментов, которые в самом деле заслуживают внимания.

Еще один жанр в его блоге – интервью – рассмотрим на примере нескольких публикаций.

Первая «ИВАНГАЙ – о трудном детстве и зарплате / От Мэддисона до наших дней / История Российского Videоблога» [Лядов, [www](#), 2017]. Хотя это довольно старый его выпуск, и Иван Рудской уже не такой популярный, как раньше, в этом выпуске Лядов проявил себя как настоящий корреспондент, тогда он работал еще на телеканале и чувствует, что в этом видео он еще журналист, а не блогер. Выпуск достаточно неординарный и не соответствует стандартам современного блога, но все равно очень интересный.

Еще один небольшой пример – это из видео про Лондон [Лядов, [www](#), 2023]. В начале видео он сидел за столиком с девушкой, местной жительницей Лондона и брал у нее интервью, она рассказывала о том, что британцы очень вежливый народ и что этим они отличаются от других народов. Антон выбрал правильного собеседника для интервью, местную жительницу, которая преподает английский язык в Лондоне, это позволило получить более объективную и интересную информацию о жизни в городе из первых рук и создать более аутентичное и интересное интервью. Антон задавал вопросы девушке таким образом, чтобы она могла детально рассказать о своем мнении и опыте, что делает интервью более содержательным и ценным. Грамотность выбора вопросов также позволило рассмотреть тему более полно и раскрыть ее со всех сторон. В результате грамотного построения вопросов интервью получилось понятным и четким для зрителей. Это важно, чтобы информация, получаемая из интервью, была доступной и понятной для широкой аудитории.

Помимо того, что Антон Лядов умеет брать интервью, он умеет их и давать, это наглядно показывается в подкасте «Три чашки чая» [YouTube, [www](#), 2021], который ведет Леонид Пашковский.

Они обсуждают значимость обеспечения безопасности во время путешествий и в процессе работы над различными проектами. Особое

внимание уделяется роли специалистов по безопасности, которые помогают организовать съемки и обеспечить безопасность команды. Подчеркивается, что зачастую платят за их труд, в то время как герои интервью обычно не получают вознаграждения за свое участие. Также обсуждают важность разработки сценариев и удаленной работы, отмечая, что часто приходится менять планы и снимать истории, которые оказываются более увлекательными и интересными. Лядов упоминает о том, что не имеет офиса или редакции, но сотрудничает с людьми над различными проектами.

Антон делится своими впечатлениями от поездок в разные страны и регионы России. Он отмечает, что каждая культура учит его быть более открытым и гостеприимным, а также осознавать важность семьи и родственных связей. Высказывает уважение к Ненецкому автономному округу, где, по его словам, жители ценят свою жизнь и хорошо устраиваются.

Он подчеркивает значение уважения к правам человека и свободе слова, особенно в свете его опыта на войне в Нагорном Карабахе. Высказывает глубокое уважение к ценности людей и их взаимоотношениям, назвав это самым дорогим в мире. Также Лядов выражает надежду на продолжение своей работы, считая, что только начал свой путь и хочет заниматься тем, что действительно нравится.

Антон Лядов иногда проводит онлайн-трансляции в социальных сетях во время своих путешествий, где зрители имеют возможность задавать вопросы и получать ответы в режиме реального времени. Такой подход позволяет поддерживать активное взаимодействие с аудиторией и делает блог более динамичным.

Он не только рассказывает о своих приключениях, но и позволяет зрителю почувствовать адреналин и опасность, с которой сталкивается. Часто в его видео присутствуют экстремальные виды спорта. Подобные эпизоды привлекают зрителей, вызывая у них интерес и восхищение по отношению к авантюристическому стилю путешествий.

Еще хотелось бы отметить такой жанр как travel-блог, этот жанр является основным жанром в блоге Антона Лядова, но особенности жанра рассмотрим на конкретном примере «Антарктида / На маленькой лодке через самое штормовое место / Большой Выпуск Лядова» [Лядов, www, 2023]. Одной из особенностей использования видеоматериалов в блоге Лядова является передача реальных эмоций. Видео позволяют зрителям погрузиться в атмосферу путешествия, почувствовать интригу и напряжение при исследовании опасных условий. В сочетании с живым комментарием Лядова видеоматериалы передают настоящие ощущения. Через подготовку и проведение увлекательных видео экспериментов он позволил зрителям окунуться в самые невероятные приключения и рискованные ситуации.

Он отправился в увлекательное путешествие в Антарктиду, начав свое приключение с маленького городка. Он предоставляет детальные описания посещенных мест, дает информацию о достопримечательностях. На яхте вместе с командой из 13 человек через пролив Дрейка, который славится своей суровой погодой. Во время пути Лядов столкнулся со множеством трудностей, включая непогоду, морскую болезнь, и очень сильно повредил плечо.

Несмотря на сложности, он достиг Антарктиды и смог насладиться удивительной красотой этого холодного континента. Он исследовал жизнь на морском судне, встретился с морскими слонами, пингвинами и китами, а также посетил станцию «Беллинсгаузен».

Лядов совершил смелый поступок, прыгнув в ледяные воды Антарктиды, чтобы показать зрителям свой боевой характер и смелость. Все это заставило его задуматься о важности сохранения этого места и объединении народов мира для его защиты, так как делая рискованные поступки можно не только повредить себя, но и окружающую природу. Таким образом, Лядов продемонстрировал, что смелость и решимость могут привести к невероятным приключениям и открытиям, даже в самых суровых условиях. Этот выпуск получился очень большим, много экстрима.

Благодаря своей харизме и профессионализму Лядов ставит перед собой цель проиллюстрировать, какой может быть риск и что надо делать, чтобы исключить его. В видео можно найти полезные советы и рекомендации, которые могут быть полезными для тех, кто мечтает отправиться в путешествие в Антарктиду или другие экстремальные места. Качество видео было очень высоким, в основном его снимали операторы. А звуковое сопровождение очень дополняло красоту природы.

В блоге Антона Лядова можно увидеть жанр коллективного блога [Андреев 2011, с. 545-551]. Коллективный блог – это форма онлайн-публикации контента, которую ведет группа людей. Основной принцип коллективного блога заключается в том, что его участниками выступают разные люди, каждый из которых вносит свою точку зрения, свой опыт, свои знания в общее дело. Антон является инициатором и ведущим канала, а его напарники – второстепенные персонажи, которые вносят в контент свежие идеи и впечатления. Например, в видео «Гонконг: обратная сторона самого дорогого города мира / Миллионеры, Китай, человеиники» [Лядов, www, 2024]. Антон снимает видео вместе с молодым человеком, имя которого нигде не указано. В этом видео они позволяют представить широкий спектр мнений и подходов к конкретной теме с разных сторон, способствуют динамичному обмену идеями, обсуждению различных точек зрения и созданию интересного контента для аудитории. Наблюдая за жизнью Гонконга с позиции местных жителей, можно понять различия и сходства между горожанами и пригородными жителями, увидеть особенные аспекты жизни в этом городе и задуматься о цене достойной жизни в Гонконге.

Формат, используемый в видео, позволяет более наглядно и динамично показать тему, которую рассматривают авторы. В данном видео про Гонконг зритель имеет возможность увидеть разнообразные виды города, услышать интересные факты и мнения об истории, культуре и жизни местных жителей. Такой подход делает контент более привлекательным и понятным для зрителей. Аудиоформат также сыграл важную роль в создании атмосферы

видео. Музыкальное сопровождение, голосовой комментарий, звуки окружающей среды, все это важные элементы, которые добавляют эмоциональный налет и глубину контенту. Работа оператора в жанре коллективного блога также играет важную роль. В видео можно увидеть профессиональную работу Антона как оператора, который делает контент более привлекательным и качественным.

Все это в совокупности делает контент блога более интересным для широкой аудитории. Выпуск сам по себе спокойный, нет экстрима, оставляет приятные и познавательные ощущения, благодаря рассказам о истории города.

Антон Лядов в своем блоге использует много жанров не только во всем блоге, но и в одном видео. Видео «Крокус: что произошло / Репортаж с места: Что говорят очевидцы / Лядов о главном» [Лядов, www, 2024] относится к новостному жанру. Видео с места событий снимал его напарник Александр Потоцкий, репортер канала «The люди». В этом выпуске Потоцкий рассказал, что в пятницу вечером в Крокус Сити Холл разразилась настоящая трагедия. Группа вооруженных людей в камуфляже ворвалась в здание всего за 5 минут до начала долгожданного концерта группы «Пикник». Тысячи зрителей оказались в зале, когда началась стрельба, вызвавшая панику среди присутствующих. Некоторые из нападавших даже подожгли здание, создавая еще больший хаос. Трагическое происшествие привело к огромному количеству пострадавших.

Корреспондент Александр Потоцкий прибыл на место происшествия, чтобы расспросить очевидцев и разобраться в ужасной ситуации. Он рассказал о героическом поступке одного из зрителей, который смог спасти несколько людей из ада. Одна из зрительниц даже притворилась мертвой, чтобы спастись от нападавших. Очевидцы рассказали, как нападавшие ворвались в здание и начали стрелять, наводя ужас на всех присутствующих.

На следующий день Крокус Сити Холл выглядел опустошенным. Это ужасная трагедия, которая потрясла всю страну. Благодаря этому новостному репортажу многие узнали подробности с места трагедии.

Жанровое разнообразие блога Антона Лядова предлагает множество возможностей для публикации путешествий и не только. Использование различных медиаинструментов привлекает внимание зрителей и позволяет передать всю сущность путешествия. От познавательных видеоматериалов до репортажей и влогов. Активное использование видео-, аудио- и интерактивных элементов делает его живым, наглядным и эмоционально насыщенным. Вместе с тем блог также обладает жанровыми особенностями виртуального туризма, что позволяет зрителям познавать мир, не выходя из дома.

2.3. Воздействие блога Антона Лядова на формирование мнения общественности

Глобальное информационное пространство, в котором мы живем сегодня, диктует свои правила формирования мнений общественности. Блогеры становятся влиятельными фигурами, которые могут повлиять на мышление и восприятие большого числа людей. Один из таких блогеров – Антон Лядов, автор популярного блога «The люди».

Блог Антона Лядова стал площадкой для активного обсуждения и популяризации экстремальных путешествий. Он часто рассказывает своим читателям о своих приключениях и экстремальных ситуациях, с которыми сталкивается во время путешествий. Такие рассказы вызывают интерес у большого числа подписчиков блога.

Влияние на восприятие опасных путешествий может быть двояким. С одной стороны, рассказы блогера о приключениях привлекают и мотивируют молодых и активных людей к посещению опасных мест. Они видят в его историях азарт и адреналин и хотят испытать что-то подобное. Таким

образом, блог Антона Лядова может стимулировать рост популярности опасных приключений и поездок.

С другой стороны, блог Антона Лядова может нести определенные риски и потенциально негативное влияние на общественность. Его рассказы могут создавать иллюзию безопасности в экстремальных ситуациях. Молодые и неопытные путешественники, вдохновленные его историями, могут не учитывать возможные опасности и подвергать себя риску. Блогер не всегда отображает реальную опасность путешествий, что может привести к неправильному восприятию действительности.

Также стоит отметить, что блог Антона Лядова может повлиять на мнение общественности в целом. Его рассказы могут вызвать у людей разные эмоции в видео, где он просто путешествует по приятным местам и где подвергает себя опасности, отличаются в эмоциональном плане. Его истории привлекают, и множество людей соглашаются на активное путешествие и испытание своих сил. От каждого зрителя зависит, как он будет воспринимать и использовать информацию из блога и как в итоге это будет влиять на активность.

Активность в блоге очень важна. Если проанализировать статистику с 21 апреля по 19 мая 2024 года, то можно увидеть, что за этот период было опубликовано 3 видео: с 21 апреля количество просмотров достигло 1 178 429 просмотров, с 2 мая количество просмотров 951 877 тысяч и с 15 мая за 4 дня видео набрало 888 212 тысяч просмотров.

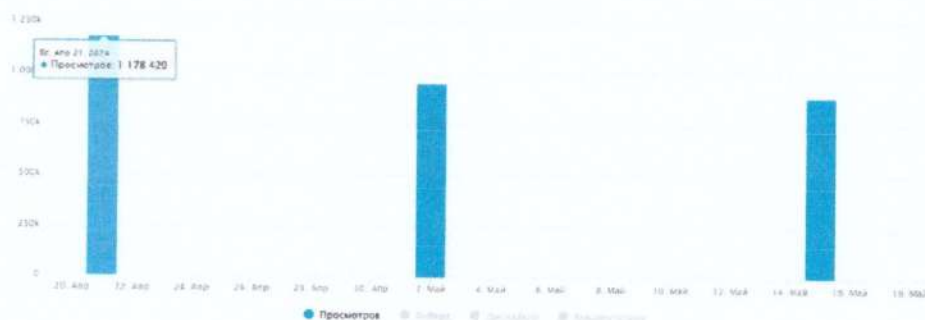


Диаграмма 2.3.1. Количество просмотров видео (апрель-май 2024 год)

Количество лайков с 21 апреля составляет 29 337 тысяч, со 2 мая 23 486 тысяч, а с 15 мая 18 680 тысяч.

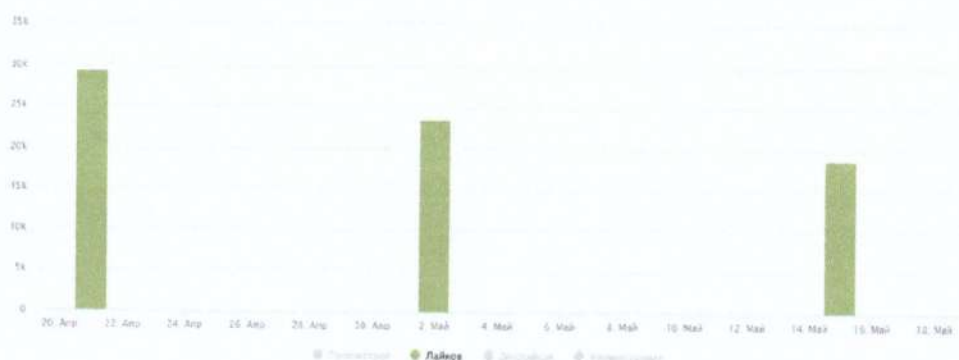


Диаграмма 2.3.2. Количество лайков

Количество комментариев обычно намного меньше, чем лайков. С 21 апреля количество комментариев составило 2 940, со 2 мая 1 753 и с 15 мая 2 035.

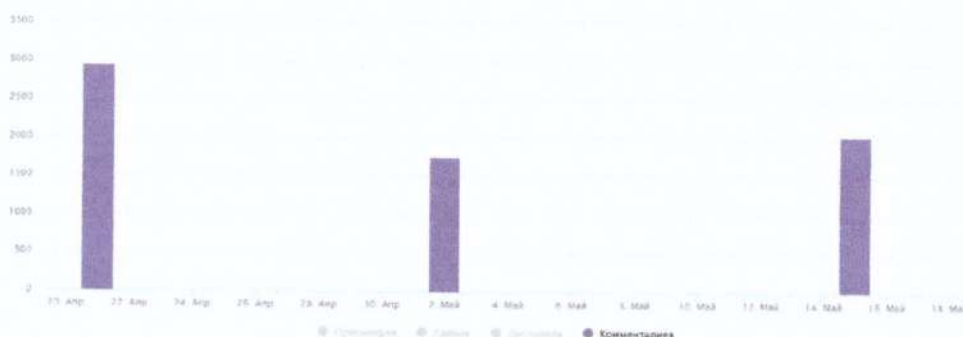


Диаграмма 2.3.3. Количество комментариев

Если смотреть общую статистику, можно увидеть общее число просмотров, подписчиков и публикаций.



Диаграмма 2.3.4. Общее количество просмотров, подписчиков и публикаций
Общее количество просмотров за месяц увеличилось на 6,5 миллионов.

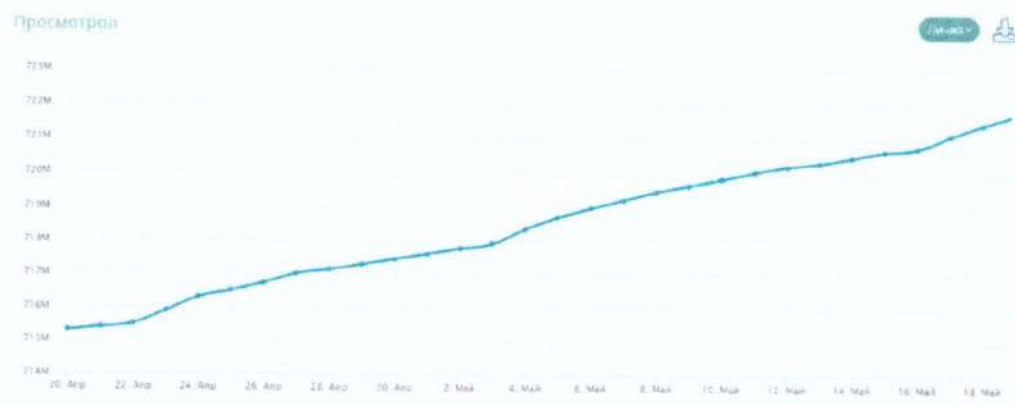


Диаграмма 2.3.5. Динамика количества просмотров

А график подписчиков практически не изменился, потому что их количество увеличилось всего на 10 тысяч.

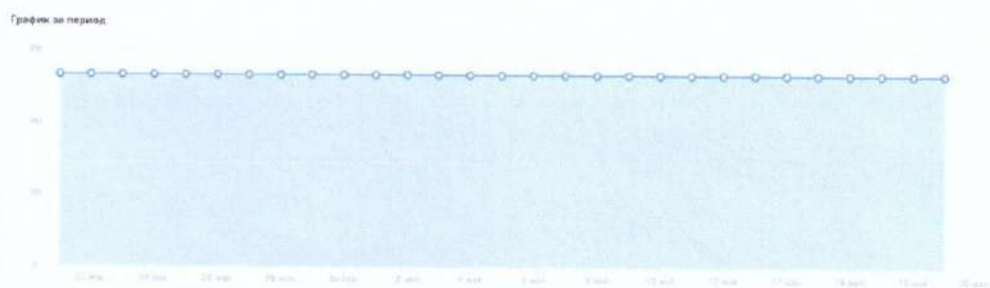


Диаграмма 2.3.6. График подписчиков

Исходя из этих данных, можно убедиться, что блог действительно популярный.

В блоге «The люди» рассказывается о соблюдении правил экологии и сохранении природных ресурсов. Это вызывает у зрителей положительные эмоции и осознание важности сохранения и охраны окружающей среды. Такая информация обязательно оказывает влияние на мнение общественности, поскольку путешествия и туризм иногда могут негативно влиять на окружающую среду. Наконец, блог Антона Лядова играет важную роль в преодолении стереотипов о путешествиях. В своих материалах он активно показывает разнообразие культур, традиций и образа жизни в различных уголках мира. Это помогает читателям расширить горизонты и осознать, что туризм – это не только отдых и развлечения, но и возможность

познавать и учиться. Благодаря такой информации общественность пересматривает свои представления о путешествиях и начинает видеть их как ценный ресурс для развития личности и познания мира.

Блог Антона Лядова обладает большим авторитетом у подписчиков и внушает доверие своей аудитории. Поскольку он является экспертом в своей области, люди охотно принимают его мнение во внимание. Блогер распространяет информацию о своих путешествиях в режиме реального времени, благодаря чему аудитория может следить за всеми событиями и впечатлениями автора. Это создает ощущение участия в путешествии и позволяет общественности формировать свое мнение на основе наблюдений и эмоций блогера. Его блог порой становится площадкой для обсуждения и обмена опытом, что позволяет формировать мнения и позиции общественности. Если в блоге Антона Лядова будут активные дискуссии о том, стоит ли рисковать и посещать опасные районы или страны, это может существенно повлиять на мнение читателей и сформировать нейтральное или отрицательное отношение к этим местам.

Благодаря проведенному нами опросу среди 72 человек, которые предпочитают смотреть блог Антона Лядова, нам удалось выявить возраст и предпочтения подписчиков. Было задано 9 вопросов.

В среднем возраст людей составляет 20-30 лет.

Какой у вас возраст

72 ответа

 Копировать

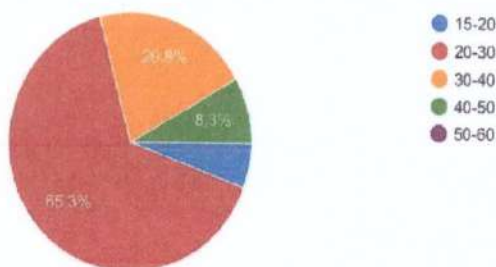


Диаграмма 2.3.7. Возрастной состав подписчиков блога

Среди предложенных тематик люди больше выбирают «Как живут люди».

Какую тематику вы больше предпочитаете в блоге Антона

 Копировать

72 ответа

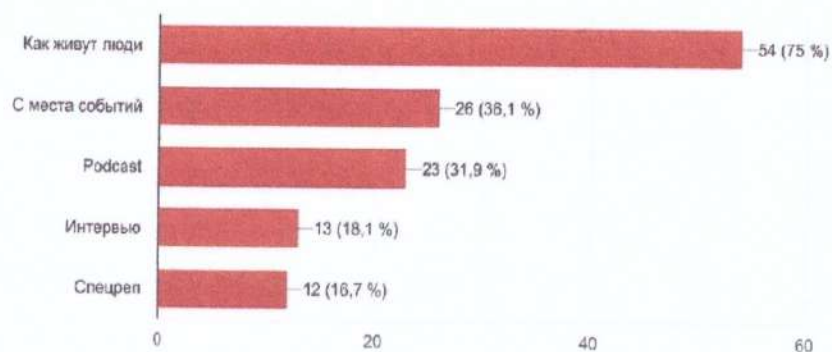


Диаграмма 2.3.8. Тематические предпочтения аудитории

Зрители предпочитают и экстремальные путешествия и более спокойные.

Какой сюжет вам нравится больше

 Копировать

72 ответа

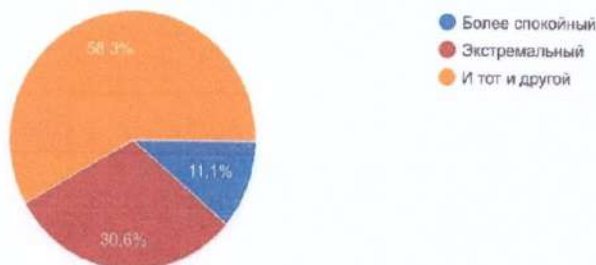


Диаграмма 2.3.9. Сюжетные предпочтения аудитории

Люди реже всего руководствуются выбором путешествий, смотря его блог.

Часто ли вы руководствуетесь его блогем в выборе путешествий

72 ответа

 Копировать

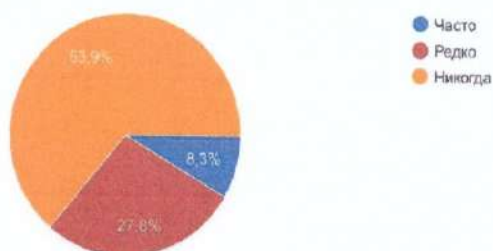


Диаграмма 2.3.10. Влияние на выбор путешествий

Выяснилось, что опрошиваемые отвечают на комментарии, но редко.

Оставляете ли вы комментарии под постами

72 ответа

 Копировать

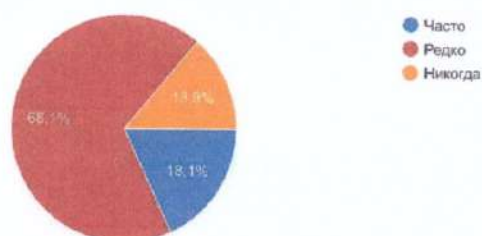


Диаграмма 2.3.11. Обратная связь в виде комментария

Аудитория следит за выходом выпусков, но большинство не всегда следят.

Следите ли вы за выходом выпусков

72 ответа

 Копировать

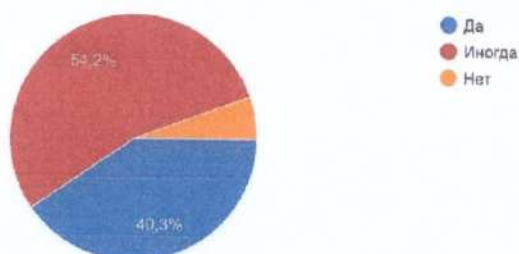


Диаграмма 2.3.12. Частотность просмотров выпусков

Чаще всего аудитория предпочитает смотреть выпуски в свободное время.

Когда чаще всего смотрите выпуски

72 ответа

 Копировать



Диаграмма 2.3.13. Особенности потребления контента

Большинство опрашиваемой аудитории блога к рекламе относится нейтрально.

Раздражает ли вас реклама в блоге

72 ответа

 Копировать

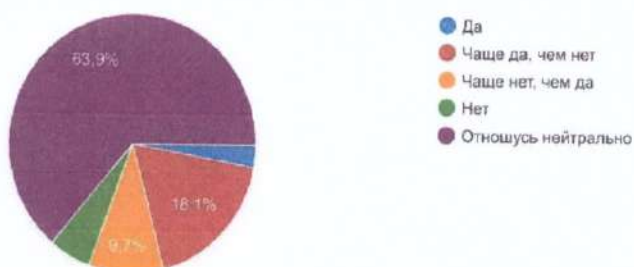


Диаграмма 2.3.14. Отношение к рекламе в блоге

Последний заданный вопрос: принимает ли отпрашиваемая аудитория участие в конкурсах, которые блогер проводит в конце выпуска и выяснилось, что большинство аудитории иногда принимает участие.

Принимаете ли вы участие в конкурсах блогера

72 ответа

 Копировать

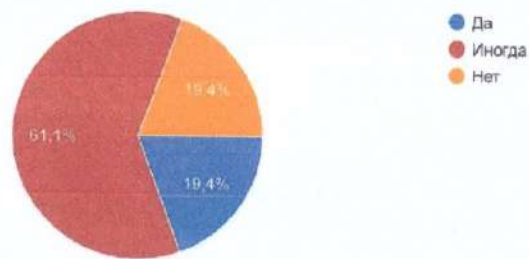


Диаграмма 2.3.15. Участие аудитории в конкурсах

В связи с ответами можно предположить, что аудитория блога Антона Лядова в основном молодые люди, заинтересованные в разнообразных тематиках, которые связаны с путешествиями. Зрители ценят личные истории, интересуются жизнью людей из разных уголков мира. Они комментируют сюжеты, но не всегда следуют за выходами выпусков. В целом, аудитория относится к блогу с доверием и интересом, нередко участвуют в конкурсах.

При освещении опасных путешествий блогеры обязаны давать объективную и точную информацию, настоятельно уделять внимание безопасности и рекомендовать читателям не рисковать своей жизнью. В случае размещения недостоверной информации или побуждения к опасным действиям они могут не только нанести вред физическому состоянию своей аудитории, но и потерять доверие своих читателей.

Важным элементом в блоге Антона Лядова является реклама. Его видео привлекают миллионы подписчиков, которые следуют его рекомендациям и советам. Блогер активно сотрудничает с различными брендами и компаниями, что позволяет ему зарабатывать на своем блоге и поддерживать актуальность контента. Однако возникает вопрос о том, насколько аудитория блога осознает, что некоторые публикации являются рекламными и как это влияет на отношение подписчиков к данным продуктам или услугам.

Исходя из данных на Диаграмме 2.3.14, можно понять, что большинство подписчиков относится к рекламе нейтрально, с пониманием того, что она приносит блогеру финансовую выгоду. Реклама в блогах стала популярным инструментом маркетинга. Блогеры, такие как А. Лядов, стали своеобразными рекламными агентами, которые способны влиять на мнение и поведение своей аудитории. Некоторые считают, что блогеры должны быть «прозрачными» в финансовом отношении и указывать на рекламные публикации, чтобы избежать введения аудитории в заблуждение. Другие же считают, что блогеры имеют право зарабатывать на своем труде и реклама является неотъемлемой частью их работы.

Учитывая важность доверия в отношениях блогера с аудиторией, Антон Лядов должен быть особенно внимателен в выборе рекламируемых продуктов и услуг. Он не должен пожертвовать своей репутацией ради краткосрочной выгоды от сотрудничества с компаниями. Практика показывает, что Антон использует вполне проверенную рекламу. Например, рекламу сотовой связи «Билайн», банка «Альфа-банк», реклама авиабилетов «Авиасейлс» и др. Изучение реакции аудитории на рекламные материалы в блоге Антона Лядова является важной частью анализа взаимодействия блогера с аудиторией, впрочем, как и анализ реакций аудитории. Анализ комментариев, проведение опросов и анализ статистических данных позволяют понять, насколько блог соответствует интересам и потребностям аудитории.

Выводы по второй главе

Наш анализ жанрово-тематических особенностей блога А. Лядова позволяет сделать вывод, что Антон более всего раскрыл себя в таких жанрах, как репортаж и расследования. Он использовал эту выразительную жанровую палитру для наибольшего погружения в актуальную проблематику той или иной страны. Лядов стремится показать проблемы региона. Мы можем утверждать, что авторские блоги о путешествиях хотя и объединены

общей тематикой, но различаются в использовании жанров, подходах к связи с аудиторией и т. д.

Проект А. Лядова «The Люди» наиболее ярко выделился своим подходом к выбору тем, силе подачи и разнообразию жанров. Лядов начинал свою деятельность как интервьюер, целью которого было рассказать об известных личностях и сложных социальных темах (например, современное рабство). Впоследствии он смог найти свой собственный стиль и подход в блогерстве. Сейчас он делает больший упор на социально-проблемные места России и мира (например, Сомали или Судан). Его основная задача – рассказать о значимых явлениях и социальных проблемах стран. Когда А. Лядов путешествует по России, то прежде всего посещает те места, где есть сложности с экологией и защитой прав людей. Когда он путешествует по миру, то отдает предпочтение странам с тяжелой обстановкой в сфере социальной жизни, образования и безопасности. Блог также отличается разговорная и экспрессивная речь: автор не стесняется в выражениях и может ярко описать те эмоции, которые испытал, пока находился в определенном месте. Можно утверждать, что тревел-блог Антона Лядова интересен аудитории в использование разных тематик, жанров блога и медиаинструментов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можно уверенно утверждать, что тревел-блог Антона Лядова «The люди» является одним из популярных российских блогов. Главным отличием его блога является жанровое разнообразие, разнообразие тематики и широкий круг аудитории. В блоге можно найти увлекательные рассказы о путешествиях по всему миру, полезные советы для путешественников, а также интересные обзоры культурных событий и мероприятий. Основная цель блога Антона Лядова – познать мир таким, какой он есть. Количество просмотров в блоге очень большое, может достигать десятки миллионов.

Для блога «The люди» характерно использование множества жанровых форм, таких как репортажи, интервью, жанр документального кино, новости и др. Это позволяет блогеру достичь большой популярности. Важным жанром в блоге А. Лядова является документальный репортаж. Он публикует интересные факты и информацию из разных областей жизни, а также историю города, места и известных личностей. Лядов сделал так, чтобы его блог был интересным с помощью различных инструментов видео и фотомонтажа, добавив в свои видео различные звуковые сопровождения под определенную ситуацию и с помощью навыков предоставления профессионального операторского высококачественного материала делает свой блог более востребованным.

Разнообразие тем, затронутых в блоге, также играет важную роль в его успехе. В его блоге используются разные тематики: «Как живут люди», «С места событий», «Podcast», «Интервью» «Спецреп» исходя из анализа аудитории самая популярная «Как живут люди», в ней действительно больше видеосюжетов и она намного интереснее в отличие от «Спецреп». Его сюжеты часто касаются актуальных социальных событий и всегда содержат оригинальный взгляд на них. Блогер старается держаться в курсе последних новостей и предлагает своей аудитории новые и интересные темы для обсуждения. Больше всего привлекло то, что в его блоге используются свои

фишки, например, в начале каждого видео он говорит «люди, вы слышали?», «люди, вы же знаете?», «люди, сегодняшний выпуск про...», для большего привлечения внимания. Он погружает в разные аспекты путешествий и открывает новые горизонты для своих зрителей.

Лядов регулярно рассматривает различные популярные темы, события и делает свои откровенные выводы. В своих постах он часто задает риторические вопросы, размышляет над ними и пытается дать ответы. Это позволяет аудитории подумать и поставить себе аналогичные вопросы, узнать точку зрения и принять свое решение, что тоже является ценным инструментом в его блоге. Такие видео делают блог не просто источником развлечения, но и способом пообщаться на разные темы.

Анализ аудитории блога Лядова показывает, что аудитория выбирает для просмотра разные жанры и темы. Люди ищут развлечение и информацию, а блог Лядова предлагает оба этих элемента. В процессе исследования было использовано анкетирование. Мы создали опросник с вопросами о предпочтениях аудитории блога «The люди». Опрос был размещен в социальных сетях, а также распространен среди комментариев блога. Блог посещают люди разных возрастных категорий и интересов. Большая часть аудитории состоит из молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет. Зрители блога ценят его за яркий и оригинальный стиль написания, а также за качественное содержание. Они комментируют и обсуждают блог.

Антон Лядов не просто дает информацию о местах, которые посетил, он делится с аудиторией своими не совсем оптимистичными эмоциями, впечатлениями и мыслями, что делает его блог особенно ценным. Его искренность и страсть к путешествиям ощущается в блоге, что позволяет читателям по-настоящему погрузиться в мир путешествий. Да, конечно, ему бы не помешало бы сделать блог более цензурным, но порой, когда смотришь на то, что у него происходит в видео, начинаешь понимать, почему нет цензуры.

Помимо того, что А. Лядов не использует в своем блоге цензуру, есть еще определенные риски, которые негативно влияют на общественность. Его рассказы могут создавать иллюзию безопасности в экстремальных ситуациях. Молодые и неопытные путешественники, вдохновленные его историями, могут не учитывать возможные опасности и подвергать себя риску. Блогер не всегда отображает реальную опасность путешествий, что может привести к неправильному восприятию действительности.

А. Лядов распространяет информацию о своих путешествиях в режиме реального времени, благодаря чему аудитория может следить за всеми событиями и впечатлениями автора. Это создает ощущение участия в путешествии и позволяет общественности формировать свое мнение на основе наблюдений и эмоций блогера.

Активное использование фото-, видео-, аудио- и интерактивных элементов делает его живым, наглядным и эмоционально насыщенным. Реклама в блоге Антона занимает не последнее место, он часто рекламирует известные компании.

В настоящее время завоевать популярность и любовь публики может лишь тот, кто предложит что-то оригинальное и будет кардинально отличаться от всех. Блоги как объекты медийного интернет-пространства вызывают огромный интерес для исследования, ведь это открытые площадки для обсуждения любых вопросов и тем. Популярность видеоблогов разного тематического формата объясняется тем, что в видеоблогинге, в отличие от журналистики, нет устоявшихся жанровых канонов. Если автор хочет опубликовать видео, не подпадающее под его привычный формат, он просто создает новый на своем канале, не переживая за то, что это не вписывается в общую концепцию. Если новый формат успешен среди подписчиков, то автор продолжает выпускать аналогичные видео. А другие видеоблогеры, в свою очередь, заимствуют этот новый формат, немного персонализируя его на своих каналах. Таким образом и происходит жанровая интеграция и трансформация контента.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абросимова Е. Е. Видеоблогосфера: социально-психологический аспект / Е. Е. Абросимова, В. Р. Малахова // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2021. Т. 15. № 3. С. 207-216.
2. Аймалова Ю. А. YouTube как канал влияния на общественное мнение // Вестник науки. 2022. Т. 1. № 3 (48). С. 10-22.
3. Андреев А. С. Разновидности корпоративных блогов и аспекты их применения в бизнесе компании / А. С. Андреев, Е. Е. Карпович // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). 2011. № S6. С. 545-551.
4. Базенков Н. И. Обзор информационных систем анализа социальных сетей / Н. И. Базенков, Д. А. Губанов // Управление большими системами: сборник трудов. 2013. Вып. 41. С. 357-394.
5. Блогинг как направление профессиональной деятельности: особенности и перспективы / Э. Х. Карагулян, М. М. Восканян, Б. Б. О니кова [и др.] // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 4. С. 47-54.
6. Боднарчук П. С. Реклама в блогах и социальных сетях / П. С. Боднарчук, А. М. Чернышева // Скиф. 2020. № 12 (52). С. 28-31.
7. Болотнова Н. С. О некоторых жанрово-стилистических особенностях блога в аспекте регулятивности // Вестник ТГПУ. 2012. Вып. 1 (116). С. 211-216.
8. Вайнштейн О. Б. Повесть о кровавой кутикуле: каноны и конфликты в бьюти-блогах // Шаги/Steps. 2015. Т. 1. № 2. С. 226-234.
9. Варганова Е. Л. Теория медиа: отечественный дискурс. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. 224 с.

20. Когалова Е. А. Специфика социальных медиа: фонетический аспект // Вестник Московского гос. лингвистического университета. Гуманитарные науки. 2019. № 9 (825). С. 13-25.
21. Козлова О. А. Специфика новостных программ на платформе YouTube // Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 8: Литературоведение. 2020. № 1 (19). С. 79-83.
22. Коновальцева А. О. Российские телевизионные каналы на платформе YouTube / А. О. Коновальцева, Л. А. Круглова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2020. Т. 25. № 2. С. 351-359.
23. Константюк В. А. YouTube: желание в медиа и серийность // Международный журнал исследований культуры. 2012. № 3 (8). С. 42-51.
24. Корабельская В. В. Роль видеоблога в современной интернет-коммуникации // Хроноэкономика. 2020. № 4 (25). С. 63-70.
25. Куницына Н. В. Культурологический дискурс сетевой платформы YouTube / Н. В. Куницына, Ж. С. Алексанян, И. Сунь // Социально-гуманитарные знания. 2022. № 6. С. 205-210.
26. Лебедева Е. Г. Интервью в отечественной блогосфере // Меди@льманах. 2021. № 3. С. 73-79.
27. Мельникова Т. С. Политические интернет-коммуникации в процессе формирования общественного мнения в современной России // Вестник СГСЭУ. 2011. № 2 (36). С. 214-216.
28. Нагаева А. Э. Функциональные особенности платформы YouTube // Colloquium-journal. 2021. № 18 (105). С. 33-34.
29. Нестеренко Н. Ю. Особенности продвижения компании при помощи YouTube [Электронный ресурс] // Вестник науки и образования. 2019. № 11 (65). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prodvizheniya-kompanii-pri-pomoschi-youtube> (дата обращения: 16.05.2024).

10. Вокуев Н. Е. Между дневником и массмедиа: особенности блога как средства коммуникации // Аналитика культурологии. 2011. № 19. С. 156-163.
11. Волосников Р. А. Влияние социальных медиа на формирование и функционирование общественного мнения // Социологический альманах. 2019. № 10. С. 82-90.
12. Грабельных Т. И. Трансформация пространств самопрезентации молодежи в цифровом обществе / Т. И. Грабельных, Е. И. Багрий, Е. А. Мохрякова // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2023. № 1 (58). С. 16-20.
13. Давлетшина С. Р. Перспективы развития традиционных СМИ в условиях конкуренции с социальными медиа // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. 2017. № 2 (25). С. 80-86.
14. Дебердиева И. И. Система жанров сетевой речи в русскоязычном цифровом дискурсе // Филология и культура. 2022. № 4 (70). С. 44-49.
15. Джалилов Р. Видеохостинг «youtube» как пространство размещения рекламы // Челябинский гуманитарий. 2020. № 1 (50). С. 51-55.
16. Евсюкова Т. В. Основные подходы к определению понятий «блог» и «блогосфера» в лингвистике / Т. В. Евсюкова, Т. М. Гермашева // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2015. № 11. С. 234-239.
17. Иванова Л. В. К вопросу о кризисе критического мышления в дискурсе политической блогосферы // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 102-111.
18. Ирхин Ю. В. Коммуникативный, политический и управленческий потенциал блогосферы // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2015. № 8 (5). С. 6-17.
19. Исаншина Т. Н. Социальные сети – перспективный инструмент управления имиджем фирмы // Лингвокультурология. 2012. № 6. С. 38-52.

30. Нурпеисова Б. С. Интернет-ресурсы как интерактивные средства влияния на общественное мнение / Б. С. Нурпеисова, М. А. Давлетьярова // Теория и практика современной науки. 2017. № 11 (29). С. 277-283.
31. Пак Е. М. Блоги в системе творческой деятельности журналиста // Вестник СПбГУ. Сер. 9. Филология, востоковедение, журналистика. 2011. Вып. 2. С. 283-292.
32. Панюкова С. А. Научно-популярный сторителлинг на YouTube-канале // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2018. № 1. С. 122-128.
33. Пильгун М. А. Основные коммуникативные паттерны в русскоязычной сетевой среде // Вопросы психолингвистики. 2015. Т. 2 (24). С. 166-176.
34. Прасолова Е. В. Мультимедийная история в аспекте современной текстологии // Медиаскоп. 2016. Вып. 1. Режим доступа: <http://mediascope.ru/?q=node/2080> (дата обращения: 12.04.2024).
35. Прохоров А. В. Современные тенденции рекламной деятельности / А. В. Прохоров, Т. Г. Пядышева // Альманах теоретических и прикладных исследований рекламы. 2012. № 1 (3). С. 32-40.
36. Рубан Р. А. Приемы формирования общественного мнения / Р. А. Рубан, С. А. Киселева, С. Ю. Пискорская // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2022. Т. 3. С. 844-846.
37. Сафиуллин И. Ф. Личный бренд политика и социальные сети // Вопросы российской юстиции. 2024. № 30. С. 24-30.
38. Соломатин Д. Д. Блогинг как катализатор журналистики в медиасистеме России / Д. Д. Соломатин, В. А. Соловьев // Вестник науки и образования. 2019. № 14 (68). Ч. 1. С. 91-99.
39. Сомова Е. Г. Стилистические особенности рекламных текстов в блогосфере / Е. Г. Сомова, Г. А. Абрамова, Е. В. Вологина // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2020. Т. 1. № 4. С. 119-126.

40. Сотников С. А. К вопросу о необходимости изучения влияния российских Youtube-блогеров на социальные установки аудитории / С. А. Сотников, К. Л. Родионова // Вестник магистратуры. 2022. № 1-2. С. 69-71.
41. Социальные сети и реклама в социальных сетях / А. А. Кириллов, В. Е. Ермаков, А. Г. Бачинский [и др.] // Форум молодых ученых. 2020. № 10 (50). С. 235-239.
42. Темникова Л. Б. О многообразии медиажанров в современной российской и зарубежной журналистике // Научный журнал КубГАУ. 2016. № 115 (01). С. 999-1008.
43. Тертыхный А. А. Особенности жанрообразования в интернет-СМИ // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2013. № 6. С. 172-179.
44. Токарева Е. А. Пространство современной публичной истории: от зрительского внимания к политическому дискурсу // Преподаватель XXI века. 2020. № 2-2. С. 255-265.
45. Филатова О. Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2010. № 4. С. 281-288.
46. Хаджихалилович С. С. Стилистические особенности интернет-коммуникации // Коммуникативные исследования. 2014. № 1. С. 58-62.
47. Чекунова М. А. Особенности политико-административного сетевого медиадискурса: язык и стиль средств массовой информации // Вестник славянских культур. 2018. Т. 48. С. 225-234.
48. Шарапова И. Л. Блог как инструмент рекламы и PR // Коммуникативные исследования. 2014. № 2. С. 162-172.
49. Шестерина А. М. Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1. С. 140-146.

50. Шестерина А. М. Тенденции влияния видеоблогинга на современный телевизионный контент // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 3 (41). С. 118-124.
51. Штейман М. С. Тенденции развития и функционирования трэвел-журналистики в информационном поле российских СМИ / М. С. Штейман, А. В. Покачалова // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 1. С. 129-146.
52. Шуйская Ю. В. Тенденции развития новых медиа в условиях трансформации социального запроса / Ю. В. Шуйская, К. С. Смекалина, А. В. Платицын // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 1 (98). С. 323-325.
53. Щепилова Г. Г. Рекламные возможности блогосферы на платформе YouTube / Г. Г. Щепилова, В. С. Огурцова // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 4. С. 792-806.
54. Эрхитуева Э. Б. Языковая виртуальная личность YOUTUBE-блогеров // StudNet. 2021. № 6. С. 94-108.
55. Эшкинина У. Ю. Специализированные спортивные телеканалы: жанрово-тематические особенности // Медиаскоп. 2022. Вып. 2. Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2772> (дата доступа: 16.03.2024).
56. Ягудина А. Р. Блогеры как регуляторы общественного мнения // Мир науки и мысли. 2023. № 2. С. 105-112.
57. Яшина А. Р. Гастрономическая тематика на телевидении и платформе YouTube как гибридный жанр журналистики: сравнительный анализ в аспекте маркетинга // Огарёв-Online. 2019. Т. 122. № 1. С. 1-8.
58. 10 Years Since Trayvon. The story of the first decade of Black Lives Matter // New York. VoxMediaNetwork. 31.01.2022. URL: <https://nymag.com/article/black-lives-matter-2022.html> (access date: 16.05.2024).

59. Dokuz Y. Discovering popular and persistent tags from YouTube trending video big dataset // Multimed Tools Appl, 2024. URL: <https://doi.org/10.1007/s11042-023-16019-z> (access date: 16.05.2024).
60. Mohamed F. Users' experience with health-related content on YouTube: an exploratory study / F. Mohamed, A. Shoufan // BMC Public Health, 2024. URL: <https://bmcpublichealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-023-17585-5> (access date: 16.05.2024).
61. Shaikh A. R. YouTube and science: models for research impact / A. R. Shaikh, H. Alhoori, M. Sun // Scientometrics, 2023. URL: <https://doi.org/10.1007/s11192-022-04574-5> (access date: 16.05.2024).

ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА

1. Лядов | The Люди: «Я не путешественник». Честно о The Люди, России и себе. Подкаст «Три чашки чая» [Электронный ресурс] // YouTube. 27.02.2021. Режим доступа: <https://youtu.be/qro-YokSV1c?si=4YvXBy73WAroZjVE> (дата обращения: 16.05.2024).
2. Самый опасный город мира 1 Венесуэла 1 Как люди живут 1 Лядов [Электронный ресурс] // YouTube. 28.05.2019. Режим доступа: <https://youtu.be/hCMyf2ri0is?si=aOagIwevEaE6qY4q> (дата обращения: 16.05.2024).
3. Гонконг: обратная сторона самого дорогого города мира / Миллионеры, Китай, человеиники [Электронный ресурс] // YouTube. 19.03.2024. Режим доступа: <https://youtu.be/YfilzXpmtGk?si=nClqBYAMB4n8Bdb-> (дата обращения: 16.05.2024).
4. Крокус: что произошло / Репортаж с места: Что говорят очевидцы / Лядов о главном [Электронный ресурс] // YouTube. 24.03.2024. Режим доступа: https://youtu.be/wl1_2nHteLI?si=3NF0GKkltGute-_A (дата обращения: 16.05.2024).

5. Южная Корея. Самая развитая страна Азии I Как Люди Живут I Лядов главном [Электронный ресурс] // YouTube. 8.01.2020. Режим доступа: <https://youtu.be/BpzblZceMDg?si=ZmUMvbaugDQKVZha> (дата обращения: 16.05.2024).
6. ИВАНГАЙ – о трудном детстве и зарплате / От Мэддисона до наших дней / История Российского Videоблога #3 главном [Электронный ресурс] // YouTube. 20.07.2017. Режим доступа: <https://youtu.be/o2H3Fo1k-Ks?si=ghXpCtGz41x8vIvO> (дата обращения: 16.05.2024).
7. Украина Последствия / Как закрылся самый народный Магазин России Икеа [Электронный ресурс] // YouTube. 5.03.2022. Режим доступа: <https://youtu.be/rd73hV-043I?si=oX-kXVNYOn02Ftmu> (дата обращения: 16.05.2024).
8. Украина. Вопрос: Как жить, если записали в «Предатели»: Буллинг, Хейт, Ссоры с родными / Лядов [Электронный ресурс] // YouTube. 17.03.2022. Режим доступа: <https://youtu.be/LY8jG9VVumc?si=sE60oGXRPQZ6s4pn> (дата обращения: 16.05.2024).
9. Самый необычный отель Бали / Остров для райского отдыха или перспективного бизнеса? / Выпуск Лядова [Электронный ресурс] // YouTube. 5.04.2024. Режим доступа: <https://youtu.be/QL9VJmyBkQE?si=mm-v8qJJCgWK57Nz> (дата обращения: 16.05.2024).
10. Почему Гаити не Доминикана? / Страна вечного хаоса / Выпуск Лядова [Электронный ресурс] // YouTube. 27.03.2024. Режим доступа: <https://youtu.be/WFOVXn3wf6Q?si=1v8lDOV3WX6XJg16> (дата обращения: 16.05.2024).
11. Афганистан / Вуду на Гаити / Леонид Пашковский: Хочу Домой / Лядов [Электронный ресурс] // YouTube. 29.10.2021. Режим доступа:

<https://youtu.be/x9fjuPGJAZE?si=hFfAbVw-2GUTfFWZ>

(дата

обращения: 16.05.2024).

12. Антарктида / На маленькой лодке через самое штормовое место / Большой Выпуск Лядова [Электронный ресурс] // YouTube. 14.03.2023. Режим доступа: <https://youtu.be/t3h745eJOKU?si=Dpcy0nAWZEsj-zIn> (дата обращения: 16.05.2024).
13. Реальный Лондон: нищие и богатые районы / Выпуск Лядова / Как люди живут [Электронный ресурс] // YouTube. 30.12.2023. Режим доступа: <https://youtu.be/-BgM-SK7Ymw?si=NgVHNZkYVEfVIVfK> (дата обращения: 16.05.2024).
14. Реальная жизнь в Северной Корее / Ложь и правда Ким Чен Ына / Как Люди Живут / Лядов [Электронный ресурс] // YouTube. 18.09.2019. Режим доступа: <https://youtu.be/ZpUKJ6-LMI8?si=ggZ6LJ4ejThX64P5> (дата обращения: 16.05.2024).

Выпускная квалификационная работа выполнена мной совершенно самостоятельно. Все использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

«24» мая 2024 г.

 А. В. Беляева

подпись