

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра русской и зарубежной литературы

«Особенности диалога с аудиторией в блогосфере: опыт Игоря Войтенко»

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 - Журналистика
Института филологии и журналистики

Каргашенцева Семёна Константиновича

Научный руководитель

Зав. кафедрой

зав.кафедрой, к.ф.н., доцент _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Ю.Н. Борисов

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

зав.кафедрой, к.ф.н., доцент _____

должность, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Ю.Н. Борисов

инициалы, фамилия

Саратов 2021 год

Введение

В данной работе я рассматриваю особенности ведения диалога современного блогера со своей аудиторией. Выбор опыта Игоря Войтенко в качестве источника материалов исследования обоснован тем, что этот блогер через свой контент, поведение, принципы общения смог выстроить очень крепкую доверительную связь между собой и людьми, которые его смотрят. Кроме того, его попытки в области журналистской деятельности показали довольно много интересных подходов к взаимодействию с человеком. Войтенко в своем блоге выстроил чёткую систему общения с подписчиками в совокупности с рассказом о своей жизни, которая стала подспорьем для изучения вышеупомянутой темы. Для того чтобы тебе доверяли, нужно быть ближе к людям, как это получилось у автора канала, и стало основным вопросом в настоящей работе.

Общение, контакт и взаимодействие с аудиторией всегда актуальная тема. Не каждый человек может легко найти общий язык с другим. Блогерам это дается легче, но не всегда это может быть природным даром, в большинстве случаев нужно работать над собой, правильно выстраивать нейронные связи между лидером мнений и аудиторией. Помимо этого, в ход вступают и человеческие качества, которые для общества, не смотря на разложение, всё-таки служат важным элементом для того, чтобы доверять.

Исходя из вышесказанного, объектом исследования будет личный блог Игоря на YouTube, а предметом изучения – содержание, принципы и приёмы авторского взаимодействия с аудиторией.

Цель работы заключается в том, чтобы установить, какие способы использует блогер для того, чтобы эффективно влиять на подписчиков: его поведение во время интервью, демонстрация существенных для него аспектов собственного отношения к жизни, формы общения на видео, применяемые формы вербальной и невербальной коммуникация. Всё это будет разбираться подробно с примерами и статистикой в моей работе.

Задачи работы:

- определить, что такое блог, когда он впервые появился;
- охарактеризовать тип современного блогера на примере Игоря Войтенко в сопоставительном ряду;
- установить, каково место рубрики RD в процессе ведения блога, что она означает и почему именно она является важным элементом построения диалога с аудиторией;
- попытаться на примере материалов интервью Игоря Войтенко ответить на вопрос, можно ли считать блогера журналистом;
- проследить за тем, какими средствами воздействия (вербальными и невербальными) пользуется Игорь Войтенко в своих видео, чтобы привлекать внимание подписчиков;
- на основе анализа разоблачительных материалов, отзывов, личных наблюдений, узнать, являются ли публикуемые И. Войтенко видеоролики постановочными? Какую цель он преследует: корыстную или бескорыстную?
- Благодаря чему завоевывается доверие аудитории

Представленная работа состоит из трех глав, каждая из которых включает в себя несколько подразделов:

- 1) «Теоретическое понятие блога. Деятельность Игоря Войтенко» (разделы: «Что такое блог?», «История появления первых блогов», «Классификация блогов», «Деятельность блогера Игоря Войтенко?»);
- 2) «Разбор интервью Игоря Войтенко с Денисом Гусевым» (разделы: «Анализ заголовка», «Выбор гостя», «Принципы построения диалога», «Невербальная коммуникация», «Использование жаргонизмов и их роль в построении коммуникации», «Подготовка к интервью», «Темы разговора во время интервью», «Общая атмосфера диалога», «Вывод»);
- 3) «Особенности ведения диалога с аудиторией. Обратная связь» (разделы: «Идея «Американской мечты» в блоге Игоря Войтенко», «Использование Игорем Войтенко приемов диалога с аудиторией из

книги Дейла Карнеги «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей», «Обратная связь и взаимодействие с аудиторией через Инстаграм и YouTube канал», «Субъективная и объективная критика в разоблачительных роликах»).

В данной работе в качестве источников информации, на которые сделан упор были видео с YouTube канала Игоря Войтенко, Книга Дейла Карнеги «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей», произведение Максима Власова «Психология денег», статья Adam Barone «American Dream», теоретические материалы из научной электронной библиотеки КиберЛенинка «Разновидности блогов» и работы авторов из сети интернет (статьи, диаграммы, исторические факты). Также важную роль сыграли книжные источники теоретических и методологических представлений: Брайант Дж. «Основы воздействия СМИ», С.Г. Кара-Мурза «Манипуляция сознанием», А. Амзин и др. «Как новые медиа изменили журналистику» и работа О.Б. Сиротининой «Всё, что нужно знать о русской речи: Пособие для эффективности общения».

Основное содержание работы

В **первой главе** «Теоретическое понятие блога. Деятельность Игоря Войтенко» сначала рассмотрено понятие блога. Где и когда он появился, какое значение в него вкладывали изначально, в каком виде он был 30 лет назад и каков сейчас. Поэтому делается акцент и на исторических моментах, чтобы точнее понять, какие преобразования были внесены через блог Игоря Войтенко. Специальный раздел посвящен классификации блогов, которые существуют сейчас на разных ресурсах получения информации. Для того, чтобы сложилась более понятная картина личности, которую я буду разбирать, было уделено внимание биографической характеристике персонажа. Выделены основные этапы его жизни и деятельности, которая фиксировалась самим автором.

Этапы, зафиксированные в работе, важны для понимания блогера. Невозможно сформировать корректное мнение и впечатление о человеке, которого не знаешь.

Во **второй главе** было проведено сравнение Игоря Войтенко с деятельностью журналистов-интервьюеров. Этот раздел состоит из 9 подпунктов («Анализ заголовка», «Выбор гостя», «Принципы построения диалога», «Невербальная коммуникация», «Использование жаргонизмов и их роль в построении коммуникации», «Подготовка к интервью», «Темы разговора во время интервью», «Общая атмосфера диалога», «Вывод»). Была поставлена главная задача - понять, можно ли считать И. Войтенко профессионалом в этом жанре и за счет каких методов он привлекает к себе зрительскую аудиторию через интервью. При составлении аналитической характеристики опытов в жанре интервью решались следующие задачи:

1. Проанализировать заголовки. Выяснить, как он влияет на привлечение внимания зрителя.
2. Сравнить способы взаимодействия с интервьюируемым у Игоря Войтенко и других интервьюеров на YouTube: как задаются вопросы, какие используются лексико-стилистические средства языка и приёмы невербальной коммуникации.
3. Выяснить степень подготовленности блогера к интервью в сравнении с другими интервьюерами, чтобы узнать, насколько профессионален опыт И. Войтенко в этом жанре.
4. Показать преимущества и недостатки построения интервью Игоря Войтенко в сравнении с контентом Юрия Дудя, Ксении Собчак и «Нежного редактора».

В ходе исследования было выяснено, что Войтенко нельзя отнести с профессиональной точки зрения к журналистам. Его подход к деятельности в жанре интервью недостаточно подготовлен с информативной точки зрения. Но есть много новых «фишек», которые он использует в коммуникации с гостем,

например, совместная деятельность - спортивная «заруба», которая помогает получить больше лояльности от человека. Написание заголовков к видео ведется с чёткой осознанностью, на какие слова потенциальный зритель может среагировать. Ничего не говорится о госте в заголовке, но интригующие слова там обязательно присутствуют, например «Как Заработать на BMW X6 с Нуля в Москве». В сравнении с интервью К. Собчак «АЛЕКСАНДР ГУДКОВ: о смехе на похоронах, угрозах и Петросяне», Войтенко гораздо больше использовал высокочастотных слов, которые находятся в поисковых запросах, то есть потенциально захватывает большую часть аудитории, чем Ксения Анатольевна. Роль жаргонизмов у Войтенко сводится к созданию особой сферы общения между ним, гостем и зрителем. Только они могут понимать часть слов, которые использует автор. Например, быть «голодным». Случайный зритель может подумать, что речь идет о еде, но всё не так. Игорь придаёт в разговоре другой смысл словам. «Голодным» у него означает желание двигаться вперед, быть «голодным» до побед, до каких-то свершений, которые ждут на пути. Такая же история и со словом «порвал», которое означает не действие с одеждой, а символизирует победу в соревнованиях или в жизненной ситуации.

В итоге я сделал вывод о том, что Войтенко в качестве журналиста-интервьюера не совсем хорош, это не его стезя, но хочется отметить, что через эти «зарубы», жаргонизмы и особую атмосферу (интересную определенному кругу лиц), он создает область общения только с нужными людьми, которые будут разделять его мнения и позиции. Проще говоря, весь этот спектр действий выглядит достаточно просто на фоне деятельности Собчак и Дудя, но более эффективно, так как вне зависимости от броскости заголовков во время просмотра остается та часть людей, которым стал интересен не только контент, но и личность.

Третья глава – «Особенности ведения диалога с аудиторией. Обратная связь». В данной части первым и очень важным элементом был разбор понятия «Американская мечта», идеи которую Войтенко пропагандирует. Объясняется это тем, что объектами восхищения Игоря являлись люди из Америки: Грег

Плитт, Бен Карсон, Рокфеллер, Стив Джобс и Генри Форд. Для того, чтобы понять, что из себя представляет это абстрактное понятие, я ссылаясь на информацию из материала Адама Бароне «American Dream». Оказалось, что эта идея начала набирать популярность в 19 веке. Произведения Горацио Алджера (1832-1899), которые он написал после гражданской войны, например, «Все истории Дика Хантера, оборванца и богача», обрисовывали аспекты «американской мечты». В них он описывает бедных, но трудолюбивых мальчиков, которые достигают успеха благодаря удаче, смелости и упорной работе. Было выяснено также, что существует моральное и материальное понятие, которое человек закладывает внутри себя по поводу этих идей. Ко второму относится собственный дом, семья, стабильная работа и возможность иметь бизнес. Исходя из этого стало понятно, что мысли Войтенко всё же ближе к идеям Горацио. Он как те мальчишки вырвался из провинции, чтобы реализовать свои цели и добиться успеха. Теперь пытается донести это до своей целевой аудитории.

Во втором разделе был проведен анализ приемов воздействия и взаимодействия с аудиторией, которые использует Игорь Войтенко. Опираясь на книгу Дейла Карнеги «Как завоёвывать друзей и оказывать влияние на людей». Именно это произведение было выбрано из-за того, что автор сам не раз ссылаясь на него, советуя книгу к прочтению зрителям.

В ходе исследования было выявлено, что Войтенко применяет такие рекомендации Карнеги, как давление на возвышенные мотивы. Это первый аспект и очень важный, ведь люди в душе романтики, каждый хочет себе приписать благородные порывы. Через них Игорь и пытается донести информацию, когда рассказывает о высшей цели, что в этот мир человек пришел не просто так, а с миссией, которую заложил в него Бог, и её надо реализовать.

Вторым способом становится реализация драмы, истории, как в кино. Дейл пишет об этом во второй главе «Так поступают в кино. Так поступают на телевидении. Так почему же вы так не поступаете?». Войтенко реализовал эти

мысли в своей рубрике RD, где снимал и рассказывал свою историю жизни со всеми трудностями и преградами.

В третьей главе «Как побуждать людей к достижению успеха» из произведения Карнеги, Войтенко перенял использование в своей речи похвалы. Он часто благодарит людей, либо говорит о том, что их уважает. Таким образом поднимает их объективную значимость. Этот прием в итоге помогает произвести большую лояльность и привязанность к блогеру, потому что он поддерживает человека.

Следующая часть главы посвящена обратной связи блогера с аудиторией. Одним из фундаментов успеха и популярности Игоря Войтенко стало взаимодействие и частый контакт со зрителями на протяжении всего времени существования блога. Такое общение началось в 2015-2017 годах, когда контент данного автора только начал набирать свою популярность в СНГ. Люди задавали Игорю вопросы, высказывали пожелания и слова благодарности, изредка он отвечал своим корреспондентам. Чаще всего благодарил подписчиков в своих роликах и не так часто брал на разбор их вопросы (в 2015 году). С середины 2016 года Войтенко начал выпускать отдельные ролики, где отвечал аудитории на вопросы, которые находил в поле для комментариев. Они были частью RD, то есть шли в видео хронологии его «сериала». Также в 2016 стал использовать общение через Instagram. Сначала через посты и личные сообщения, позже с помощью историй. С развитием блога создал отдельный канал с ответами на вопросы «Игорь Войтенко 1 на 1».

В итоге автор старается держать баланс в коммуникации со своей аудиторией, но в ходе исследования было видно, как с каждым годом она понемногу угасает. К большому удивлению люди продолжают ему верить и писать, поэтому даже та обратная связь, которая была построена около 3-5 лет назад, служит огромным подспорьем и обеспечивает доверие сейчас. Аудитория не обижается и не отписывается, а понимает, что у блогера нет таких возможностей сейчас, чтобы постоянно коммуницировать с ними.

Последняя часть третьей главы посвящена анализу и сравнению субъективной и объективной критики в адрес блогера. Для исследования были взяты 3 материала разных авторов: 1) ПОГРАНИЧНИК «БЕЗУМНЫЙ КАЧОК - МОТИВАТОР ИГОРЬ ВОЙТЕНКО\ВОЙТЕНКО РАЗОБЛАЧЕНИЕ\RD 300», 2) Power Mafia «ОН ВАМ НЕ ВОЙТЕНКО САМЫЙ ЛЖИВЫЙ МОТИВАТОР!» и 3) Варгунин «ИГОРЬ ВОЙТЕНКО И СУДЕБНЫЕ ДЕЛА, ОБМАН В США, РЕКЛАМА МОШЕННИКОВ! Разоблачение NEXT Workout». В результате проделанной работы был сделан вывод, что ПОГРАНИЧНИК просто высмеивает Войтенко, повторяет информацию, которая уже была известна (Войтенко украл программу тренировок, показывает свое физическое состояние не такое, как на самом деле, плохо знает русский язык и т.д.). Привел новую и объективную аргументацию только в случае с недовольством людей по поводу одежды, которая долго не приходила покупателям (Игорь имеет свой бренд одежды, который продает через интернет).

Второй разоблачитель канал Power Mafia стал «золотой серединой». В своем материале он пытался доказать, что Игорь Войтенко имел стартовый капитал и врет, что добился всего сам. Аргументы в пользу того, что алгоритмы платформы YouTube не позволили бы Войтенко без денег собрать аудиторию, весьма субъективны. Четкий ответ был дан про публичные высказывания, которые блогер не выполнял (обещал набрать миллион подписчиков к 2018 году – не сделал, не смог выполнить спортивные элементы, которые обещал). Гневные комментарии пользователей в материале тому подтверждение. Получается, по мнению Power Mafia, у Войтенко пропаганда принципов, которых он сам не придерживается. Второй весомый аргумент в пользу объективной оценки - реклама мошенников. Речь о видеоролике с Сергеем Косенко, который славится продажей заведомо проигрышных франшиз. Здесь до конца не известно, проплаченная ли была коллаборация, но факт того, что аудитория отрицательно отреагировала, говорит о том, что ролик был не похож на что-то спонтанное. Автор разоблачения ссылался на этот момент.

Третьим детективом стал Варгунин. В его разоблачениях больше фактов и объективности. Во-первых, рассказал про книгу Пола Уэйда «Тренировка Заключенных», откуда Войтенко взял материал для программы тренировок. Во-вторых, показал, что приложение Игоря «Next» было в большей части украдено с западного аналога «Thenx» (автор привел фото доказательства). Также Варгунин подчеркнул элемент манипуляции в видео, когда Войтенко в своих роликах рекламирует одежду и говорит, что времени на покупку и скидки осталось мало. Поэтому да, это прием маркетинговой манипуляции, который очень часто использует Игорь.

Таким образом, из всех этих разборов можно сделать вывод, что Игорь Войтенко, действительно, применяет манипуляцию по отношению к своей аудитории. Часть разоблачающих фактов верны, например, с программой тренировок и его обещаниями. Но также и часть суждений несут больше субъективную оценку авторов видео.

Заключение.

Игорь Войтенко – это блогер, который по итогу совмещает в себе несколько направлений, можно даже сказать, что и несколько личностей. Из-за того, что он и в какой-то степени психолог, раз даёт советы другим людям на втором канале, также и спортсмен, ведь имеет свое приложение с программами тренировок, и оратор, умеющий правильно вещать на большую аудиторию. Его индивидуальность, непохожесть на других, привлекает большое внимание подписчиков, люди видят в нем своего друга и товарища, который может замотивировать своими видео, иногда поможет советом. Всё это благодаря его рубрике RD, о которой писалось не один раз. В ней он раскрывается, как личность, постоянно общается с камерой, точно с тобой. Люди стараются чаще доверять человеку, которого знают больше всего. Войтенко за счет блога эту атмосферу и лояльность создал.

Несмотря на то, что на платформе YouTube достаточно много журналистов: Юрий Дудь, Ксения Собчак, Татьяна Мингалимова и т.д., в сравнении с ними Войтенко не стоит называть журналистом. Проявления этой деятельности у него, безусловно, были, но не на профессиональном уровне. Отметить стоит то, что он привнес в эту сферу новый вид взаимодействия с гостем. Их спортивные состязания только укрепляли доверительные отношения друг с другом, что впоследствии помогало намного более открыто отвечать гостю на вопросы и рассказывать свою историю, а зрителю проникаться ситуацией и доверием.

Разоблачения, о которых была речь в последней главе, строятся чаще на субъективных мыслях и непроверенных фактах. Есть действительные доказательства, что Войтенко манипулирует людьми, но это со стороны маркетинга, он не гипнотизирует людей, не заставляет их купить вещь, просто грамотно продает, с помощью нужных слов, мимики и жестикологии (не использует слишком экспрессивный стиль, только спокойный и умеренный).

Всё информационное пространство, которое он возле себя выстроил на фоне своего контента, который находится на YouTube, можно определить как смысловую сферу, войти в которую сможет не каждый. Это место встречи, где затрагиваются определённые темы и табуированы другие, такие как политика, например. Получается, что Войтенко собрал довольно многочисленное сообщество людей, которые объединились вокруг него, ощутив сходство интересов, стремлений, взглядов на жизнь. Не зря часто сам Игорь говорит о том, что Road To The Dream – это движение, движение которое изменит мир (проявление способа влияния). Свои идеи о великом, о морали, о цели самосовершенствования автор убедительно внес в мысли подписчиков посредством того, что показал всё на своём примере. Данный аспект один из важнейших. И. Войтенко – не просто блогер, который снимает ролики про игры или путешествия, не упоминая свою личную жизнь, а человек, показавший целую историю своего личного успеха. Его Life контент, харизма, работа над собой, стилистика речи, авторская интонация, обеспечивающая естественность

процесса общения с подписчиками, образовали крепкую нейронную связь между ним и аудиторией.

Сам блог стал чем-то большим, чем просто размещение информации о себе, как делает это большинство. Опыт Игоря Войтенко реализовал идею блога как сферы дружеского общения, доверительного диалога ведущего и аудитории. Есть все основания предполагать, что именно такой вид вербальной коммуникации через блоги имеет большое будущее.