

Особенности видеоблогинга детей и подростков

Научный руководитель – Мясникова Диана Игоревна

Сильвестрова Ксения Константиновна

Студент (бакалавр)

Пермский государственный национальный исследовательский университет,

Филологический факультет, Пермь, Россия

E-mail: silvia1995@bk.ru

Видеоблогинг в последнее время популярен среди детей, многие занимаются этой деятельностью и имеют перспективы на будущее. Подобно журналистам видеоблогеры подстраиваются под потребителя, желая набрать большое количество просмотров и лайков. Сегодня видеоблогинг это «интернет - явление, включающее в себя создание и выкладывание в интернет видеороликов того или иного формата, выбранного автором, соответствующего жанра» [1].

Для детей Youtube - это площадка для самореализации, возможность найти новых друзей и побороть свои комплексы. У каждого ребёнка есть желание общаться, делиться своими мыслями и идеями. В этом у видеоблогинга есть схожесть с ювенильной журналистикой, т.к. «Цель ювенильного издания - не столько создать информационное пространство, сколько обеспечить условия для самореализации и самопознания как юнкором, так и читателей. Тематами становятся "моя реальная жизнь", "мои реальные переживания". В центре внимания оказываются впечатления о жизни, маленькие открытия, достижения, значимые только для автора и его микросреды» [2]. Дети в большинстве своих видеоблогов делятся с подписчиками своими увлечениями, идеями, видео из путешествий и т.д. Численность пользователей на Youtube растёт с каждым днём, также растёт количество каналов. Некоторые исследователи против такой тенденции. "Видеоформаты стремительно набирают свою популярность в интернете: они отбирают аудиторию у телевидения и теснят основу основ соцсетей - письменную речь" [3].

Гипотеза моей работы была следующей: детский видеоблогинг на площадке YouTube не является ювенильной журналистикой. Исследование показало, что она верна, т.к. детский видеоблогинг является совершенно новым видом интернет - журналистики. Можно определить это, как гибрид ювенильной и гражданской журналистики.

Методами исследования были выбраны - исторический, а именно изучение истории видеоблогинга, выявление наиболее популярных видеоблогеров в России. Также определение основных жанров и видов видеоблогинга для дальнейшего контент - анализа нескольких выбранных детских каналов, таких как: «DontWrong :D», «Pat04Chek», «FoxUPlay», «Anna Savinova», «Настасья Хай», «АнютКа», «SHUMATOV», «Ksenia by Air», «MeowMeowTuber», «Развлекательный канал DIMASIK TV». Все видеоблогеры из разных городов (Пермь, Москва, Вологда, Челябинск, Санкт - Петербург, село Бижбуляк, село Григорьевское). Возраст детей - видеоблогеров от 10 до 17 лет. После знакомства с контентом детей, было проведено интервью, с помощью которого удалось выяснить цель и принцип создания видеоблогов. В исследовании был использован метод классификации для составления таблиц по определенным полученным критериям.

Основные тезисы, выявленные в ходе исследования:

- Популярность видео и видеоблогинга с каждым годом растет
- Видеоблогеры сами создают новые жанры, заимствуя некоторые из журналистики (например, обзоры, интервью)

- Детям интересен видеоблог, т.к. это возможность реализовать свой потенциал, найти друзей, поделиться информацией
- 70 % интервьюируемых детей не хотят связывать себя с журналистикой, остальные дети либо уже связаны с журналистикой, либо хотят связать себя с ней. Однако, 80% из них считают видеоблогинг журналистикой, но не всегда могут объяснить почему
- Родители не принимают участия в создании роликов, в большинстве случаев они покупают оборудование для съемок (90%)
- Все исследуемые каналы носят развлекательный характер, большинство детей снимают обо всём
- Место проживание никак не зависит от популярности видеоблогера, зрители большое внимание обращают на монтаж, идею и на стабильность выпуска роликов
- Дети отмечают, что самым сложным является монтаж, потому что программы для монтажа требуют много времени, трудолюбия, терпения

В ходе работы, можно сделать вывод, что в современном мире есть определенная нехватка медиаобразования среди взрослых и детей. Если в учебных заведениях будет введён предмет, посвященный этой теме, то детям будет легче ориентироваться в медиапространстве, они также будут медиаграмотными и смогут создавать не только развлекательный контент.

Источники и литература

- 1) Текутьева И.А. Жанрово – тематическая классификация видеоблогинга. [Электронный ресурс] - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga>
- 2) Косолапова Д.И. Ювентильная журналистика в системе массовых коммуникаций // Вестник пермского университета: российская и зарубежная филология, Пермь: Изд-во ПГУ, 2010.
- 3) Федчин А. Буквы не нужны: как видеоконтент захватывает интернет. [Электронный ресурс]. - URL: https://www.rbc.ru/opinions/technology_and_media/19/11/2015/564dbca59a7947ed6585b547