

ШЕСТЕРИНА А. М.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

ВИДЕОБЛОГИНГ КАК ПЛАТФОРМА БЫТОВАНИЯ ЭЛИТАРНОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: Исследование направлено на раскрытие потенциала русскоязычного сектора видеоблогинга в аспекте бытования элитарной культуры. На основе анализа наиболее популярных каналов культурно-просветительской направленности выявляются типы видеоблогов, направленные на искушенного зрителя. Анализируются особенности контента элитарных видеоблогов.

Ключевые слова: элитарная культура, новые медиа, видеоблогинг.

SHESTERINA A. M.

Lomonosov Moscow State University

VIDEO BLOGGING AS A PLATFORM FOR THE EXISTENCE OF ELEMENTARY CULTURE

Abstract. The study is aimed at revealing the potential of the Russian-language video blogging sector in terms of the existence of elite culture. Based on the analysis of the most popular cultural and educational channels, types of video blogs aimed at sophisticated viewers are identified. The features of the content of elite video blogs are analyzed.

Keywords: elite culture, new media, video blog.

Видеоблогинг сегодня воспринимается большинством исследователей преимущественно как канал распространения массовой культуры, что справедливо, если в качестве объекта анализа обращаться к наиболее популярным и востребованным у аудитории каналам [1]. Однако ряд его особенностей располагает к тому, что система видеоблогинга в целом становится эффективной платформой накопления, сохранения и распространения объектов элитарной структуры. К таким особенностям можно отнести:

1. Нишевизацию потребления информации и сегментацию аудитории новых медиа, которая формирует устойчивые группы (комьюнити) по интересам. В числе таких групп обнаруживаются те, чьи интересы направлены на создание и распространение произведений высокого формально-содержательного качества. Это вполне соотносится с общим определением элитарной культуры как культуры привилегированных групп общества,

наделенной такими качествами, как ценностно-смысловая самодостаточность и духовный аристократизм;

2. Профессионализация блогосферы, располагающая авторов к созданию произведений выраженной формально-содержательной сложности, апеллирующих к солидным фоновым знаниям аудитории и требующих значительного интеллектуального и эмоционального напряжения при их восприятии;

3. Учащение апелляции блогеров к экспертам в конкретной сфере, способным транслировать точное и глубокое знание как на уровне формы, так и на уровне содержания.

В результате в сетевой среде мы обнаруживаем каналы, которые способны конкурировать с традиционными аудиовизуальными медиа (в частности, с телевидением) в аспекте сохранения и распространения элитарной культуры. Важно отметить разнообразие таких каналов. Так, по тематике каналы элитарной направленности можно условно разделить на три категории:

1. Монотематические – то есть обращенные к анализу одной темы и раскрывающие ее глубоко и в сложной эстетической форме («Антропогенез Ру», Loony, Alpha Centauri);

2. Политематические – направленные на исследование нескольких смежных тем («Солодников», «Все как у зверей», Arzamas);

3. Универсальные – публикующие видеоконтент по неограниченному количеству тем («Курилка Гутенберга»).

Последний тип видеоблогов встречается заметно реже, поскольку достаточно сложно транслировать контент элитарного типа без ограничения тематики. Наиболее частотным типом можно считать монотематические каналы, среди которых доминируют блоги литературной, кинематографической направленности, а также каналы, направленные на просвещение в области изобразительного искусства и различных отраслей знания (например, Chapterstrackss, Mercysbookishmusings).

Сопоставление тематики канала и его популярности (число подписчиков, среднее число просмотров видео, активность аудитории) позволяет говорить о том, что степень востребованности блога не имеет прямой корреляции с тематикой контента. Важна не столько тема, сколько форма ее подачи. Каналы со схожей тематикой могут иметь много или мало подписчиков в зависимости от стратегии создания и продвижения контента.

В аспекте авторства мы можем говорить о представленности каналов четырех основных типов:

1. Персональные. Такие блоги ведут эксперты в какой-либо сфере культуры или люди, ею увлеченные. Это ярко персонифицированный тип блога;

2. Комбинированные. Такие блоги создаются несколькими (иногда многими) авторами;

3. Медиابلуги. Это видеоблоги определенных медиа (например, канал журнала «Сеанс» – «Séance Magazine»);

4. Каналы организаций. Например, канал ВГИК как на YouTube, так и на RuTube.

В целом анализ русскоязычного сектора видеоблогинга позволяет утверждать, что представление о том, что блогеры в состоянии снимать лишь пустое развлекательное видео, канули в лету [2]. В сфере развития продвижения знаний из области культуры, формирования языковой грамотности они предпринимают немало результативных усилий, что находит отражение в контенте элитарного типа.

Литература

1. Бессарабова М. Л. Видеоблог как феномен массовой культуры / М. Л. Бессарабова // Актуальные научные исследования в современном мире. – 2019. – № 5–6 (50). – С. 5–10.

2. Бычкова М. Б. Современный видеоблог: причины популярности и жанровое многообразие / М. Б. Бычкова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. – 2019. – № 1 (60). – С. 127–131.