

*I.Yu. Ovsyannikov  
(Samara)*

**A.K. GOLDBEYEV (SEMYONOV)  
AS EDITOR «NEWSPAPERS FOR EVERYONE»**

**Abstract:** *The article is devoted to the study of the editorial activity of the Samara writer and journalist A.K. Goldenbaeva (Semyonova) in the city newspaper «Newspaper for all» in the period from 1910 to 1911 studied the structure of the newspaper during its entire existence and editorial AK. Goldbedev. The filling of the newspaper is considered and possible reasons for such filling are revealed. In addition, there are letters from the Goldberg archive, stored in the Literary Museum. On the basis of available data, a conclusion is drawn on the need for two views on the editorial activity of A.K. Goldbekeva (Semyonova) in the newspaper for all and Samara newspaper for all.*

**Keywords:** *Goldbeyev, Newspaper for All, Samara newspaper for all, editorial activity.*

*A.A. Гриднева  
(Самара)*

**ВИДЕОБЛОГИНГ КАК ФЕНОМЕН  
СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

**Аннотация:** *в данной статье предпринята попытка рассмотреть видеоблогинг с точки зрения нового для современной массовой коммуникации формата передачи информации. Автор попытался выяснить, как зародился видеоблогинг, а также с чем связана быстро возросшая среди молодежи популярность принципиально нового способа подачи информации. Кроме того, в статье предпринята попытка разделить ролики по жанрово-тематическому признаку, опираясь на конкретные примеры существующих на данный момент YouTube-каналов.*

**Ключевые слова:** *интернет, видеоблог, YouTube, летсплей, пранк, влог, шоу, гайд, скетч.*

Современную аудиторию привлекают те средства массовой информации, которые активно используют визуальный контент. Визуальную информацию проще воспринимать и запоминать, а впоследствии воспроизводить. Вероятнее всего, именно с этим сегодня связан постоянно возрастающий интерес к относительно новому каналу коммуникации — видеоблогингу.

Общепринятого определения понятию «видеоблогинг» не существует. Если рассмотреть слово с точки зрения этимологии, то становится ясно, что под этим подразумевается блог, представленный в видеоформате. Исследователь И.Текутьева дает следующую трактовку данному феномену: «Видеоблогинг – это интернет-явление, включающее в себя создание и выкладывание в сеть видеоматериалов на ту или иную тему в выбранном автором формате в соответствии жанру» [Текутьева 2016: 107].

Обратимся к истории вопроса. 2 января 2000 года американец Адам Контрас впервые опубликовал видеозапись в своем текстовом онлайн-блоге, чтобы рассказать друзьям о том, что происходит в его жизни. В 2005 появился видеохостинг YouTube, и это значительно увеличило количество видеоблогеров. С этого момента любой человек, имеющий выход в интернет, мог опубликовать собственный видеоконтент, который становился доступным для людей со всего мира. Журнал «Forbes» назвал этот год «годом видеоблога». Первое русское видео на YouTube появилось в 2007 году – это клип Петра Налича на песню Guitar. Но нельзя сказать, что это первый русскоязычный видеоблог, потому что этот термин подразумевает не единичный ролик, а серию клипов, объединенных по каким-либо параметрам.

Несмотря на то, что видеоблогинг в России развивается уже 10 лет, до сих пор не было создано его развернутой классификации. Контент и способы подачи информации постоянно видоизменяются, обогащаются за счет новых форм, что затрудняет процесс научного осмысления данного явления. Видеоблогеры ежедневно вырабатывают собственные жанры и способы «упаковки» информации, соответствующие особенностям их восприятия. Тем не менее, опираясь на типологию И.Текутьевой, можно разделить видеоблоги по устойчивым жанрово-тематическим признакам.

Обзор – один из самых популярных жанров на YouTube. Это рассмотрение или анализ одного или нескольких объектов. Под объектом понимают товары, предметы, услуги, а также фильмы, сериалы и т.п. Например, на канале SokoloffTV выходит сразу несколько обзорных шоу о кино. В рубрике «Плохбастер шоу» автор ищет недостатки в общепринятых хороших фильмах, в рубрике «Обо всем понемногу» делится мнением о последних кинопремьерах.

Можно выделить обзор и вирусных видео, в его основе – рассмотрение интересных популярных интернет-роликов. Ведущий не анализирует их, а рассказывает всем известную информацию

и шутит о происходящем. К каналам, работающим в таком жанре, можно отнести «+100500» и «This is хорошо». Если классические обзоры создаются для того, чтобы информировать, то обзоры на вирусные видео преследуют исключительно развлекательную цель.

В жанр обзора следует включить и так называемые топы – ролики, в которых рассматривают предметы, события или явления, исходя из категорий «самые лучшие», «самые худшие», «самые странные» и др. Большой популярностью пользуется канал DaiFiveTop, на котором сейчас больше 4 млн. подписчиков. Здесь публикуют «Топ 5 самых мотивирующих фильмов», «Топ 5 игр для смартфонов» и другие топы, способные заинтересовать аудиторию.

Другой жанр – летсплей (от англ. Let's play – «давай играть») – видео, в котором человек снимает игровой процесс на камеру и комментирует происходящее. Традиционно в этом формате снимают ролики о видеоиграх. В результате зритель получает параллельную запись происходящего на экране и лица летсплейщика, чтобы показать его реакцию на увиденное. Популярность летсплеев можно объяснить тем, что аудитория может насладиться игрой, в которую играть самостоятельно не получается, в частности, из-за финансовых возможностей или недостатка ресурсов для установки игры на компьютере, планшете, телефоне [Текутьева 2016: 109]. Один из самых популярных летсплейщиков России – Frost. На его канале больше 6 млн. подписчиков. Самый популярный в мире летсплейщик – шведский видеоблогер PewDiePie, чей канал имеет больше 57 млн. подписчиков.

Пранк – жанр, в котором видеоблогеры разыгрывают окружающих. Такие ролики снимаются на скрытые камеры с целью посмотреть на реакцию «жертвы». Главная функция подобных видео развлекательная. Социальные эксперименты тоже можно отнести к данной группе видеоматериалов. В таких роликах людей ставят в ситуации, когда им нужно сделать выбор, который демонстрирует их моральные качества. Например, спасти котенка от живодеров или пройти мимо, помочь донести тяжелые сумки модели или беременной девушке. Одни из самых популярных каналов, снимающих ролики в данном формате – Rakamakafa, ChebuRussiaTV.

Особое место в видеоблогинге занимает и обучающие видео, т.е. ролики, в которых человек демонстрирует, как делать те или иные вещи, и выступает в роли наставника. Блогеры учат, как приготовить какое-то блюдо, как правильно делать приседания или обрабатывать фотографию для Instagram. Ролики в таком формате выходят на канале UmeloeTV.

К обучающим видео можно отнести и лайфхаки. В таких видео блогер делится с пользователями хитростями, помогающими легко решать бытовые проблемы и экономить время. Также в этом разделе можно выделить бьюти-видео – ролики о красоте и уходе за собой. В них рассказывается, как правильно нанести макияж, какой косметикой лучше пользоваться, какие косметические процедуры помогут решить ту или иную проблему. Статистика показывает, что сегмент бьюти-блогов превосходит все остальные по количеству контента и блогеров. Ролики в таком формате можно увидеть, например, на каналах Estonianna или Elena864.

Влог – жанр, в котором блогер рассказывает о своей жизни. Он берет камеру на прогулки или в путешествия и делится эмоциями от происходящего, комментирует события, а в конце ролика, как правило, подводит итоги дня. Одни из самых популярных российских влогеров – Катя Клэп и Ивангай. В жанр влога часто включают анбоксинг – это распаковка товара, который блогер купил в магазине или через интернет. Но не стоит путать его с классическим обзором. В обзоре рассказывается о положительных и отрицательных сторонах товара, а в анбоксинге присутствует только процесс распаковки, который сопровождается рассказом о том, почему блогер купил ту или иную вещь [Текутьева 2016: 110].

Шоу – жанр, в котором авторы реализуют свою оригинальную идею. Ролики такого формата, как правило, совсем не похожи на телевизионные шоу-программы. Однако зрелищная составляющая неизменна для данного видеопродукта. На YouTube канале «КликКлак» выходит шоу «Кажется нащупал», в котором известные блогеры и звезды шоу-бизнеса пытаются понять, что находится в коробке, пощупав это руками. Психологически сделать это очень сложно, потому что участники не знают, что может оказаться в коробке на этот раз – паук или всего лишь шерстяная варежка.

Весьма популярен сегодня и жанр «вопрос-ответ», в котором блогер отвечает на вопросы своих зрителей. Вопросы обычно оставляют в комментариях к видео или в социальных сетях, используя систему хэштэгов. Блогеры отвечают на вопросы о своей личной жизни, но иногда выбирают для ответов тему, в которой хорошо разбираются. Таким образом обычно и происходит общение между видеоблогером и его поклонниками.

Гайд – познавательные видео, в которых автор рассказывает интересные факты об окружающем мире – природе, космосе, организме человека. По своей функции гайды близки к обучающим видео, но в них содержатся только теоретические знания. Кроме

того, к роликам данного формата можно отнести видео «Что будет, если поджечь 10 000 бенгальских огней». Подобные эксперименты несут познавательную-развлекательную функцию. В начале ролика обычно предупреждают, что повторять такого рода эксперименты самостоятельно не стоит.

Скетч — комедийная зарисовка длиной от 2 до 10 минут. Функция таких роликов исключительно гедонистическая. Значительное место в жанре скетча занимают пародии. В таких роликах высмеивают фильмы, сериалы, происходящие в мире события или известных людей.

Маршалл Маклюэн писал в прошлом веке о том, что медиа — это не просто информационные каналы, поставляющие материал для наших мыслей, они еще преобразуют наше мышление. Современная реальность сформировала принципиально новое поколение — цифровое или поколение Z. Форматы роликов на YouTube значительно отличаются от телевизионных передач. Влогеры используют принципиально новые способы подачи информации. Динамичность, клиповый монтаж, музыка — все это рассчитано на молодежь и соответствует особенностям ее восприятия. Кроме того, неоспорим тот факт, что взрослое поколение все больше и больше приобщается к интернету и YouTube-пространству, что несомненно также влечет за собой изменения в содержательном и жанром оформлении видеoinформации.

#### **Список литературы**

1. Текутьева И.А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга // Медиасреда. 2016. №11. С.107-113.

*A.A. Gridneva  
(Samara)*

## **VIDEO BLOGGING AS A PHENOMENON OF THE MODERN MASS COMMUNICATION**

***Abstract:** This article reviewed video blogging in the context of an information transfer format, new to modern mass communication. The author made an attempt to learn about the origin of video blogging and to find out the reasons of essentially new way of information transfer's popularity, increasing among youth. Likewise, there is an attempt to divide the videos on genre and thematic characteristics, relying on the concrete examples of existing YouTube channels.*

***Keywords:** Internet, video blog, YouTube, Let's play, prank, vlog, show, guide, sketch.*