

ОСОБЕННОСТИ ФОРМАТОВ ВИДЕОБЛОГОВ ЛИТЕРАТУРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ

А. М. Шестерина

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
Ленинские горы, 1, 119991, г. Москва, Россия,
shesterina8@gmail.com*

Сетевой видеоконтент в последнее время стал эффективной площадкой для развития литературного дискурса. Вместе с тем комплексного исследования его потенциала до сих пор не проводилось. Мы в нашем исследовании предпринимаем попытку рассмотреть форматные особенности видеоблогинга литературной направленности на платформе YouTube. С опорой на текстологический метод и метод анализа контента в работе выявляются доминирующие форматы видеоблогов – монотематический, политематический и универсальный. Отмечается нишевизация анализируемого сектора медиа, стремление авторов обратиться к узкой части аудитории.

Ключевые слова: социальные медиа; видеоблогинг; литературные блоги.

FEATURES OF LITERARY VIDEO BLOG FORMATS

A. M. Shesterina

*Lomonosov Moscow State University,
1, Leninskiye Gory, 119991, Moscow, Russia
Corresponding author: A. M. Shesterina (shesterina8@gmail.com)*

Network video content has recently become an effective platform for the development of literary discourse. However, a comprehensive study of its potential has not yet been carried out. In our study, we are making an attempt to consider the format features of literary video blogging on the YouTube platform. Based on the textological method and the method of content analysis, the work identifies the dominant formats of video blogs – mono thematic, poly thematic and universal. There is a nicheization of the analyzed media sector, the desire of the authors to appeal to a narrow part of the audience.

Key words: social media; video blogging; literary blogs.

Снижение интереса молодой аудитории к чтению, отмечаемое многими исследователями, провоцирует дискуссии о том, как можно его

возродить и сформировать потребность человека в знакомстве с литературными произведениями высокого уровня. Одним из перспективных направлений такой работы может стать пропаганда чтения по каналам, предлагаемым социальными медиа, видеохостингами и мессенджерами. Это предположение опирается на ряд взаимосвязанных факторов. Во-первых, переключение аудитории на сетевое медиапотребление отмечается сегодня многими исследователями [1, 2]. Во-вторых, сформированное уже «поколение смотрящих» предпочитает воспринимать информацию в аудиовизуальной форме [3, 4]. В третьих, социальные медиа, предоставляя площадку для самовыражения, трансформируют архетип пользователя в архетип творца, что способствует интериоризации знания и глубокому погружению аудитории в тему. Именно поэтому представляется важным оценить потенциал сетевого видео вообще и видеоблогинга в частности в области распространения литературного знания.

Анализ наиболее популярных (с максимальным числом подписчиков) YouTube-каналов литературной направленности позволяет утверждать, что видеоблогеры используют весь форматный потенциал – от монотематических и политематических до универсальных способов организации материала.

Монотематические каналы, развивающие какую-либо одну тему, как правило содержат анализ литературных произведений ограниченного стиля и направления. Здесь отмечается нишевизация и попытка обратиться к узкой аудитории, сфера интересов которой в области художественной литературы предельно конкретна. С одной стороны, это сокращает возможности продвижения каналов. С другой стороны, позволяет выделить постоянную аудиторию и сформировать комьюнити, что в высококонкурентной информационной среде видеоблогинга является ключевой задачей. Так, канал «ChapterStackss» (45 500 подписчиков) посвящен анализу триллеров. Автор демонстрирует глубокое погружение в тему, оформляет канал в соответствующей стилистике, прекрасно понимает интересы и настроения аудитории. В результате на канале присутствуют обсуждения, активное комментирование. Доминирующий жанр – рецензия.

Другой монотематический канал «MercysBookishMusings» (39 600 подписчиков) направлен на разбор известных произведений. Его ведущая Мерседес Миллз говорит подписчикам о том, что не обладает «ученой степенью в английской литературе». Ее анализ часто парадоксален,

отличается от классических подходов, что позволяет стимулировать интерес публики к прочтению «скучной классики». В числе доминирующих жанров на канале — рецензия, обзор и таг с ответами на вопросы подписчиков.

Другой подход продемонстрирован на канале «Rincey reads» (28 000 подписчиков). Ведущий канала каждую пятницу публикует рецензии и обзоры книжных новинок или понравившихся лично ей классических произведений.

Если же анализировать контент политематических каналов (т. е. каналов, посвященных нескольким темам и имеющих несколько плейлистов), то здесь разбор литературных произведений сопровождается, как правило, рассказом о ярких эпизодах литературной жизни. Так, ключевая идея канала «Claire Fenby» (18 000 подписчиков) – демонстрация любви автора к чтению и всему, что с ним связано. Ведущая публикует не только увлекательные рецензии и обзоры, но и интересные видеозаписки из книжных магазинов или библиотек. Нередко она экспериментирует с форматом, используя элементы инфотеймента (например, располагает свои книги по цвету корешков и делает обзор одной книги каждого цвета радуги).

Также в числе политематических можно встретить каналы, основным содержанием которых являются циклы лекций различной направленности. Например, на канале «Российский гуманитарий» (7000 подписчиков) мы можем найти видеолекции как по литературе, так и по истории, философии, искусству. Такие выпуски могут использоваться как подспорье при подготовке к урокам литературы, но их формат в целом не привлекает широкую аудиторию и не способствует формированию интереса к чтению. Более современно в сопоставлении с этим каналом выглядят лекции проекта «Arzamas» (1,3 млн подписчиков), где даже названия звучат порой провокационно («Неправильная «Молитва» Лермонтова», «Ахматова: стихи о нелюбви» и т. п.).

Универсальные каналы в литературном секторе видеоблогинга менее распространены, но более разнообразны по тематике. Они содержат, преимущественно, выпуски литературной направленности, которые составляют hub-контент (основной, регулярно публикуемый контент канала). Наряду с такими выпусками каналы предлагают зрителю видеоролики по другим тематическим направлениям. Например, на канале «Ulielie» (108 000 подписчиков) доминирует в основном литературный

контент, но разнообразно дополненный видео в жанре лайфстайл. Последнее делает канал привлекательным для молодежной аудитории.

Анализ этих и других литературных видеоблогов позволяет утверждать, что степень их популярности не имеет прямой корреляции с форматом канала: интерес могут вызывать как узкотематические каналы, так и каналы широкой направленности. Важно однако, чтобы ключевая тема присутствовала в hub-контенте на регулярной основе.

Библиографические ссылки

1. *Амзин А. А.* Особенности медиапотребления [Электронный ресурс]. URL: <http://newmedia2016.digital-books.ru/kniga/osobennosti-mediapotrebleniya/> (дата обращения: 05.04.2020).
2. Мультимедийная журналистика / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.
3. *Доронина Ю. Г.* Videоблоги как новые медиа // Альманах мировой науки. 2018. № 6 (26). С. 97–99.
4. *Могилевская Г. И., Крецу В. О., Крецу Д. О.* Videоблог как канал коммуникации: особенности и перспективы развития // Аллея науки. 2018. Т. 1. № 10 (26). С. 362–366.