

НАУКА И ЛЖЕНАУКА В СЕТЕВОМ ВИДЕОКОНТЕНТЕ

А. М. Шестерина

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

Сетевой видеоконтент вообще и видеоблогинг в частности становится все более эффективным каналом распространения и популяризации научного знания. Наряду с этим отмечаются многочисленные факты искажения достоверной научной информации, требующие выявления и осмысления. В нашем исследовании на материале анализа наиболее рейтинговых научно-популярных каналов русскоязычного сектора YouTube с использованием метода анализа контента и сравнительно-типологического метода предпринимается попытка конкретизации существующих возможностей и рисков, а также делается прогноз о возможном направлении развития сетевых медиа в контексте анализируемой проблематики.

Ключевые слова: новые медиа; аудиовизуальные медиа; видеоблогинг; популяризация науки.

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 in general and video blogging in particular is becoming an increasingly effective channel for the dissemination and popularization of scientific knowledge. Along with this, there are numerous facts of distortion of reliable scientific information that require identification and comprehension. In our study, based on the analysis of the most rated popular science channels in the Russian-language YouTube sector using the content analysis method and the comparative typological method, an attempt is made to specify the existing

opportunities and risks, and also makes a forecast about the possible direction of development of network media in the context of the analyzed issues.

Key words: new media; videoblogging; audiovisual media; popularization of science.

Цифровизация различных сфер нашей жизни, отмечаемая многими исследователями, становится ключевым фактором для рассмотрения сетевых каналов дистрибуции информации как наиболее продуктивных средств распространения знаний, в том числе научных. Это, наряду с визуализацией процесса медиапотребления [1, 2, 3], делает исследование репрезентации науки в сетевом видеоконтенте актуальным направлением современной медиалогии. Подобное утверждение подкрепляется и тем фактом, что большинство алгоритмов приоритезации контента новых медиа настроены на активное продвижение видеоформатов, а молодая аудитория демонстрирует устойчивый интерес к такого рода контенту.

Между тем сложно не заметить, что средства популяризации науки в сетевой среде нередко становятся средствами распространения научных фейков. Наше исследование направлено на выявление как конструктивного, так и деструктивного потенциала видеоблогинга в русскоязычном секторе YouTube. Материалом исследования стали наиболее популярные видеоблоги научной направленности. Хронологические рамки исследования – 2020–2022 гг.

В ходе исследования нам удалось установить, что анализируемый сектор покрывает практически все отрасли научного знания и представлен всеми типами видеоблогов. Так, мы обнаружили присутствие следующих типов каналов:

1. Монотематические: «LOONY» (587 тыс. подписчиков), «Alpha Centauri» (478 тыс. подписчиков), «АНТРОПОГЕНЕЗ РУ» (369 тыс. подписчиков).

2. Политематические: «Все как у зверей» (365 тыс. подписчиков), «Arzamas» (1,3 млн подписчиков), «ситар» (118 тыс. подписчиков).

3. Универсальные: «Научпок» (2,4 млн. подписчиков), «постнаука» (1,02 млн подписчиков), «Курилка Гутенберга» (127 тыс. подписчиков).

К наиболее популярным тематическим нишам можно отнести достижения науки (в разных ее отраслях), экстраполяцию достижений науки на сферу образования, прикладной потенциал достижений науки.

Популярні галузі наукового знання – історія, фізика, математика, астрономія, антропологія, психологія, медицина, географія, література, музика, образотворче мистецтво і технології. В жанровому аспекті [4, 5] відеоблогери, розповсюджені наукове знання, частіше всього звертаються до запису відеолекцій, коментарію, різноформатному відео в жанрі рооп (наприклад, на каналі «Научпок»). Особняком стоять персоніфіковані жанри (огляди, рецензії, інтерв'ю з діячами науки). Це дозволяє говорити про те, що сучасний відеоблогінг є ефективним і добре розвинутим каналом, виконуючим важливу науково-просвітницьку функцію. Однак поряд з нами ми можемо констатувати і наявність ряду суттєвих проблем:

1. Чрезмірну широту аналізованих джерел.
2. Однотипний характер подачі інформації і однотипний вибір об'єктів аналізу.
3. Примітивізацію складних явищ, переходящу в лженауковість.
4. Підмену експертів на авторитетних для аудиторії осіб, слабо володіючих предметом розповіді.
5. Відсутність прийомів залучення нових користувачів або, навпаки, надмірну залученість гейміфікацією, ігровою реалізацією.

Всі ці проблеми дозволяють нам говорити про те, що в науково-популярному секторі відеоблогінга, як і в традиційних медіа, спостерігається проявлення «воронки пошлості і невіжества» [6], яку необхідно подолати.

Бібліографічні посилання

1. *Дороніна Ю. Г.* Відеоблоги як нові медіа // Альманах світової науки. 2018. № 6 (26). С. 97–99.
2. *Могилевська Г. І., Крецу В. О., Крецу Д. О.* Відеоблог як канал комунікації: особливості і перспективи розвитку // Алія науки. 2018. Т. 1. № 10 (26). С. 362–366.
3. *Шестеріна А. М.* Особливості мережевого відеоконтенту: контекстний підхід // Вестник Вороніжського державного університету. Сер. Філологія. Журналістика. 2017. № 4. С. 137–140.
4. *Бейнсен В. А.* Розвиток журналістських жанрів і форматів у відеоблогах // Вік інформації. 2019. Т. 7. № 1. С. 82–93.
5. *Текучева І. А.* Жанрово-тематична класифікація відеоблогінга // Медіасеред. 2016. № 11. С. 107–113.
6. *Третяков В. Т.* Теорія телебачення. Телебачення як неоязичництво і як карнавал. М.: Ладомір, 2015. 664 с.