

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ НARRATIV В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ: YOUTUBE КАК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ¹

I. B. Топчий

*Челябинский государственный университет,
ул. Братьев Кашириных, 129, 454001, г. Челябинск, Россия,
ivtopchiy@mail.ru*

В статье исследуется аудиовизуальный сторителлинг как инструмент популяризации археологии на примере YouTube-канала «Креативные индустрии Урала». Показано, что сочетание драматургии, визуализации и личностного фактора повышает вовлеченность аудитории и эффективность научной коммуникации.

Ключевые слова: Аркаим; YouTube; аудиовизуальный сторителлинг; научно-популярный контент; археология; популяризация науки; аудиовизуальные медиа; нарративная структура.

АЎДЫЯВІЗУАЛЬНЫ НАРАТЫЎ У ЛІЧБАВЫМ АСЯРОДЗІ: YOUTUBE ЯК ПЛАТФОРМА ДЛЯ ПАПУЛЯРЫЗАЦЫ АРХЕАЛАГІЧНЫХ ВЕДАЎ

I. У. Топчый

*Чалябінскі дзяржаўны ўніверсітэт,
вул. Братоў Каширыных, 129, 454001, г. Чалябінск, Расія,
ivtopchiy@mail.ru*

У артыкуле даследуецца аўдыёвізуальны сторытэлінг як інструмент папулярызацыі археалогіі на прыкладзе YouTube-канала «Крэатывная індустрыя Урала». Паказана, што спалучэнне драматургіі, візуалізацыі і асабістага фактарту павышае ўцягнутасць аўдыторыі і эфектыўнасць навуковай камунікацыі.

¹Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с органами власти Челябинской области) № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098>, проект «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)».

Ключавыя слова: Аркаім; YouTube; аўдыёвізуальны сторытэлінг; наукоўска-папулярны кантэнт; археалогія; папулярызацыя науки; аўдыёвізуальная медыя; наратыўная структура.

В условиях цифровой трансформации медиапространства научно-популярная коммуникация сталкивается с вызовом: как заинтересовать аудиторию, привыкшую к быстрому и эмоциональному контенту. Особенно это актуально для такой дисциплины, как археология, чьи абстрактные данные и хронологические построения редко вызывают широкий отклик. Одним из эффективных инструментов преодоления этого барьера становится аудиовизуальный сторителлинг – искусство увлекательного повествования, сочетающее визуальные, звуковые и нарративные элементы для передачи знаний. В данной работе анализируется практика применения сторителлинга на примере YouTube-канала «Креативные индустрии Урала», ориентированного на популяризацию истории, археологии и культуры Южного Урала.

Теоретической основой выступает понимание сторителлинга как не просто рассказа, а стратегически выстроенного повествования, способного формировать эмоциональную связь с аудиторией [1; 2; 3]. В аудиовизуальном формате это достигается за счет синергии образа, звука и драматургии. Ключевыми элементами являются: наличие катализатора (вопроса или события, запускающего историю), классическая структура (проблема → исследование → вывод), роль рассказчика и использование мультимедийной визуализации [3]. В научно-популярном контексте сторителлинг трансформируется из маркетингового инструмента в средство образования, помогая «оживить» факты и сделать их доступными.

Анализ пяти наиболее популярных археологических видео канала «Креативные индустрии Урала» (включая выпуски «Универсальные инструменты бронзового века», «Аркаим – цивилизация или варварство?») выявил системный подход к сторителлингу. Все ролики построены по классической драматургической схеме, где заголовок выполняет функцию катализатора, сразу вовлекая зрителя в проблему. Рассказчиком выступает ученый (археолог или историк), выступающий от первого лица и представляющий собой гетеродигетического повествователя – объективного, но эмоционально вовлеченного эксперта.

Особое внимание уделено визуальному оформлению. Съемки проводятся в светлой студии с элементами интерьера (книжный шкаф, ка-

мин), что создает атмосферу доверительной интеллектуальной беседы. Видео сопровождаются насыщенным мультимедийным контентом: картами, инфографикой, анимационными реконструкциями, таймлайнами. Звуковое оформление ограничено голосом лектора и эффектом перелистывания бумаги, что подчеркивает научный характер контента. Интерактивность выражена минимально, акцент сделан на качестве подачи.

Крайне важной является эмоциональная составляющая. Лекторы, такие как Федор Петров, используют живую речь, жесты, шутки и простые аналогии, чтобы «объяснить на пальцах» сложные археологические концепции. При этом центральной темой остается региональная история – локальные памятники, этногенез, повседневная жизнь древних народов Урала. Именно эта привязка к месту и идентичности, по-видимому, обеспечивает устойчивый интерес, несмотря на сравнительно небольшое число подписчиков.

Таким образом, канал «Креативные индустрии Урала» демонстрирует, что эффективная популяризация археологии возможна даже в региональном масштабе. Успех проекта основан на грамотном сочетании научной достоверности и современных медиатехнологий. Ключевыми факторами являются четкая повествовательная структура, визуальное обогащение материала, личностный фактор лектора и фокус на локальной тематике. Данный кейс может служить образцом для создания других научно-популярных медиапроектов, направленных на приближение науки к широкой аудитории.

Библиографические ссылки

1. Зайкова Е. С. Технологии сторителлинга в современной практике журналиста // Медиасреда. 2021. № 1. С. 10–16.
2. Панюкова С. А. Функциональность метода цифрового сторителлинга в научно-популярных материалах // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. 2020. Т. 26. № 3(199). С. 105–111.
3. Симакова С. И., Енбаева А. П., Исакова Т. Б. Мультимедийный сторителлинг – теоретическое осмысление // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. 2019. Т. 1. № 1. С. 222–230.
4. Топчий И. В., Иванова Д. О. Специфика аудиовизуального сторителлинга в медиапроектах научно-популярной тематики // Челябинский гуманитарий. 2024. № 3(68). С. 81–89.