

## **Видеоблогинг как средство творческого самовыражения**

**Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна**

***Бобрешова Анастасия Юрьевна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Москва, Россия

*E-mail: a9507657106@gmail.com*

Изначально видеоблогинг был средством творческого самовыражения человека. В основном пользователи делились небольшими видеоматериалами из своей жизни, снятыми на видеокамеру. Механизмами творческого самовыражения выступали некая самопрезентация, направленность на диалог с другими людьми, стремление рассказать факт, показать какое-либо событие или явление из своей жизни. Так как аудитория Youtube была преимущественно молодой, стилистика изложения информации отличалась неформальностью[3].

Видеоблогеры не были ограничены в средствах выразительности, поэтому, на многих каналах можно было услышать обилие просторечий. Это делало контент более привлекательным для целевой аудитории. Во-первых, это позволяло каждому пользователю легко усваивать информацию, потому что она поступала в разговорной форме. Во-вторых, такая стилистика соответствовала рекреативным задачам блогов и, при этом, не препятствовала получению информации.

Ситуация изменилась в конце 2007 года, когда видеохостинг Youtube ввел партнерскую программу. У пользователей появилась возможность заработать на своем контенте. В это время начался активный рост видеоблогеров и данное занятие из любительского переросло в профессиональное.

Видя прямую реакцию на свое творчество, автор стал подстраиваться под желания аудитории и переделывать концепцию видеороликов, чтобы сохранить зрителей. В свою очередь, аудитория получила доступ к такой же информации о канале: просмотры, лайки, комментарии. Это помогло пользователям формировать мнение о канале и решать, стоит ли его смотреть, даже не включая видеоролики[1].

Особая роль появилась у видеоблогов информационного формата. Под информационным форматом видеоблога в данной работе понимается контент, по своим основным функциям и качествам схожий с журналистскими материалами информационных и информационно-аналитических жанров.

На видеохостинге Youtube достаточно много представителей информационного формата с большим количеством подписчиков. Это направление популярно среди пользователей, потому что в условиях современного темпа жизни получать актуальную информацию удобнее мобильно - от видеоблогеров, работающих в информационном формате.

Таким образом, видеоблогеры могут освещать темы, которые обычно не поднимаются на официальном телеэкране. Более того, свобода творчества позволяет авторам создавать материалы, не подчиняющиеся никаким стандартам или правилам. Так возникает огромное жанровое разнообразие и различные форматы, а автор контента становится единственным активно действующим лицом[2].

Одним из таких жанров является интервью. Диалог блогера с личностью интересной целевой аудитории. Рассмотрим диалогическую модель на примере ютьюб-блогера Надежды Стрелец и ее авторского шоу.

«Стрелец - молодец» - шоу в формате интервью, с известными медиаперсонами и видеоблогерами. Такой формат помогает Надежде повышать не только свою популярность, но и узнаваемость своих гостей. Шоу очень схоже с телевизионными продуктами данного жанра, так как соответствует формату и обладает высоким техническим качеством (монтаж, свет, звук)[5].

Если автор хочет опубликовать видео, не подпадающее под его привычный формат, он просто делится им на своем канале, не переживая за то, что это не вписывается в общую концепцию. Если новый формат успешен среди подписчиков, то автор продолжает выпускать аналогичные видео. А другие видеоблогеры, в свою очередь, заимствуют этот новый формат, немного персонализируя его на своих каналах. Таким образом происходит жанровая интеграция и трансформация контента.

Современный потребитель имеет такие информационные источники как телевидение и интернет: сравнивает, анализирует и определяет для себя объективную картину мира. Формат данного шоу интересен не только зрителям, но и также работникам прессы. Ведь часто в интервью можно увидеть эксклюзивную информацию. На этом примере мы можем видеть как содержательный аспект в видеоблоге влияет на популярность данного канала.

Видеоблогинг - уникальное медиа явление. И, хотя, сейчас существует большое количество научных исследований, посвященных видеоблогам, пока сложно оценить его перспективы. Некоторые эксперты относятся к видеоблогингу весьма скептически, другие же видят в нем большой потенциал[4].

### Источники и литература

- 1) Максимова Т.О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал // Вестник Череповец. ун-та. 2017. No. 1. С. 124-130.
- 2) Петросян В.Г. Блоги: СМИ или платформа свободного выражения? // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 2014. No. 5. С. 134- 137.
- 3) Рахвалова Н.А. Блогосфера как средство самовыражения молодого человека // Вестник БГУ, 2019. No. 14. С. 91-95.
- 4) Шкондин, М. В. Средства массовой информации: системные характеристики. М., 2005.
- 5) Youtube.com: <https://www.youtube.com/@NadinStrelets>