

Коробова Ольга Валерьевна

канд. филол. наук, старший преподаватель

ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

г. Волгоград, Волгоградская область

ВИДЕОБЛОГИНГ КАК СРЕДСТВО ТРАНСЛЯЦИИ КУЛЬТУРНЫХ ЦЕННОСТЕЙ (НА МАТЕРИАЛЕ МОЛОДЕЖНЫХ ВИДЕОБЛОГОВ ГЕРМАНИИ)

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы представления медийного контента в форме видеоблогов, размещенных в сети Интернет. Videоблогинг трактуется как один из факторов социализации. Автор предлагает краткий обзор и анализ современных молодежных видеоблогов Германии с позиции реализации в них основных направлений развития общества. В статье делается вывод о том, что доступность и привлекательность подачи медиа-контента позволяют видеоблогам захватить лидирующие позиции среди средств массовой информации. Анализ транслируемых видеоблогерами идей демонстрирует их социальную и интернациональную направленность.

Ключевые слова: Интернет, видеоблог, жанр видеоблога, референт социализации, культурные ценности.

Зародившись в 1957 году, Всемирная сеть пережила период активного развития и распространения, что привело к институционализации Интернета, ставшего в итоге одним из основных факторов, или референтов, социализации в современном обществе. Будучи социальным институтом, Интернет несет определенные функции, среди которых: 1. Информационная функция или функция накопления и хранения информации. Современное общество можно назвать информационным обществом, поскольку сегодня информация играет ведущую роль в его функционировании, становясь базовой потребностью человека. 2. Коммуникативная функция. Коммуникация в Интернете может рассматриваться как «передача информации от одной системы к другой посредством специальных носителей, сигналов» [1, с. 5]. 3. Образовательная функция. Эта функ-

ция реализуется посредством большого количества образовательных ресурсов разной тематики и направленности, представленных разнообразными форматами, привлекающими целевую аудиторию. 4. Культурно просветительская функция. Эта функция отличается от предыдущей пассивным характером, поскольку в ее основе лежит информационное обеспечение по определенной тематике и приобщение к культуре. 5. Воспитательная функция. Очевидно, что социальный институт призван оказывать воспитательное воздействие. Это может выражаться в использовании Интернета и его ресурсов в социальном воспитании детей и подростков с помощью сайтов, способствующих приобретению навыков обобщения, анализа, сопоставления получаемой информации. 6. Интегративная функция. Реализация этой функции, состоящей в поддержании и сохранении внутреннего единства между различными социальными группами и поколениями, происходит посредством разнообразных коммуникационных сервисов, таких как форумы, социальные сети, интерактивные сайты. 7. Нормативная функция. Реализация нормативной функции обеспечивает регулирование личной и общественной жизни с целью поддержания целостности общества через нормы морали и права, а также через обычаи, закреплённые в культуре. 8. Рекреационная функция. В основе этой функции лежат возможности для отдыха, широко предоставляемые Всемирной сетью [2, с. 159].

Во Всемирной сети представлены разнообразные форматы медиаконтента, позволяющие реализовать все перечисленные выше функции Интернета как социального института. Одним из наиболее популярных форматов реализации медиаконтента на сегодняшний день являются видеоблоги. Видеоблогинг представляет собой Интернет-явление, заключающееся в создании и выкладывании с определенной периодичностью в сеть видеоматериалов на ту или иную тему в выбранном автором формате [4, с. 86]. На сегодняшний день феномен видеоблога не изучен в полной мере, поскольку находится в стадии развития, вследствие чего его жанры, заимствуемые из журналистики, киноиндустрии и других сфер культурной жизни, подвижны, перемешиваются и даже пропадают. Исследователям еще не удалось создать единую классификацию жанров и видов

этого формата медиаконтента, но большинство из них классифицируют видеоблоги по жанрово-тематическому признаку и выделяют такие жанры видеоблогов, как видеобзор, летсплей, пранк, обучающее видео, лайфстайл-блог, шоу, диалог, гайд, челлендж, скетч, троллинг-интервью [3, с. 98]. Жанрово-тематическая классификация видеоблогов не может исчерпываться этим списком, поскольку креативность видеоблогеров и предоставляемая им Интернетом относительная свобода выражения своих идей, выбора темы и формата их представления своих идей подразумевают постоянный поиск новых решений, в результате чего жанры видеоблогов постоянно видоизменяются, приобретают новые черты и теряют старые очертания.

В соответствии с этим интернет-пространство Германии насчитывает сотни видеоблогеров, работающих в разных жанрах и освещающих разные темы. Однако на верхушке немецкого видеоблогинга, аудиторией которого являются подростки и молодые люди, находится всего пара десятков видеоблогеров, число подписчиков которых превышает 500 000 человек.

Большинство видеоблогов нацелены на немецкоязычных подписчиков, имеют одного ведущего и несколько основных рубрик (Julien Vam, Julienco и т. д.). Кроме того, есть видеоблоги, предполагающие интернациональную аудиторию, для чего используется английский язык в качестве представления медиаконтента (Freekickerz, LeFloid). Очень распространен формат видеоблогов, имеющих несколько ведущих (Das schaffst du nie!, Freekickerz).

Подавляющее большинство видеоблогов работают в формате разделения видеороликов внутри канала на рубрики с разными жанрами. При этом один из жанров является главным и наиболее ярко выражает личность блогера и то, что он хочет сказать своим подписчикам, что зачастую проявляется в выбранном автором блога логотипе. Некоторые блоги, например, Freekickerz или Das schaffst du nie! имеют несколько ведущих, выполняющих разные роли в представлении контента канала. Логотипы таких видеоблогов обычно представляют собой аббревиатуры имен ведущих или названия самого блога. Названия видеоблогов в подавляющем большинстве представляют собой имена видеоблоге-

ров (BarbaraSofie, Julien Bam, LeFloid) или сочетания имен с английскими фразами (Kelly MissesVlog, BibisBeautyPalace), хотя встречаются и названия на немецком языке (Das schaffst du nie!). Интерфейсы видеоблогов ведутся обычно на немецком языке, за исключением некоторых видеоблогов, ориентированных не только на немецкоязычную аудиторию, таких как LeFloid и Freekickerz. В названиях рубрик и видеороликов ведущие часто используют выделение caps lock и разные знаки препинания и картинки, для того чтобы выразить свои эмоции или подчеркнуть важные мысли.

Совокупность видеоблогов Германии не поддается четкой классификации на жанры, так как немецкие видеоблогеры постоянно создают новые формы представления своих тем и своей индивидуальности. Наиболее популярным у аудитории немецких видеоблогов жанром видео является, без сомнения, челлендж. Челленджи могут представлять собой выполнение заданий подписчиков или редактора блога (Das schaffst du nie!), совместное выполнение заданий с другими блогерами или знаменитостями (Julienco, BibiBeautyPalace, LiDiRo). В формате единого жанра челленджей функционирует, например, популярный видеоблог, имеющий более пятисот тысяч подписчиков и зарегистрированный в 2017 году – Das schaffst du nie! На этом челлендж-канале редактор дает ведущим самые разнообразные задания, которые не всегда легко выполнить, например, посадить самолет, найти иголку в стоге сена или успокоить группу малышей, которые видят интересную игрушку

Вторым по популярности можно выделить жанр скетча, используемый большинством видеоблогеров. Скетчи, в основном, представляют собой комедийные зарисовки на тему блога. Сюда же можно отнести, пожалуй, музыкальные пародии, пользующиеся большой популярностью среди молодежи Германии (Julien Bam, LiDiRo).

Не менее популярным среди подписчиков является жанр летсплей. Самым популярным видеоблогером, работающим в жанре летсплей, является Gronkh из Кельна, имеющий около пяти миллионов подписчиков. Он проводит своих

зрителей через множество видеоигр от Minecraft до Fallout 4. Его особенностью является юмористическая подача игры.

Среди девушек большим спросом пользуются бьюти-видео, представленные во многих видеоблогах, которые ведут девушки-видеоблогеры. Здесь можно обнаружить еще один жанр видео, являющийся аналогом анбоксинга, а именно haul-видео, который представляет собой обзор покупок – в данном случае косметических средств.

Не особенно распространенным, но популярным при юмористической подаче контента является жанр влога. Развлекательную функцию видеоблога реализует такой жанр, как пранк. Кроме того, некоторые блогеры, например, LeFloid, ориентированные в своем творчестве на молодежь, создают остро социальные видео, в которых пытаются найти ответы на интересующие человечество вопросы.

Видеоблоги сегодня становятся средством трансляции основных идей и направлений развития общества, постепенно вытесняя телевидение, и руководство телеканалов уже понимает это, поскольку многие видеоблогеры уже объединены в сеть funk, представляющую собой продукт совместного творчества ARD и ZDF. Свободная подача, доступность и разнообразие жанров представления контента позволяют видеоблогам занимать лидирующие позиции среди референтов социализации. Транслируемые современными немецкими видеоблогерами культурные ценности имеют, среди прочего, социальную направленность и ярко выраженный интернациональный характер.

Список литературы

1. Адамьянц Т.З. Социальная коммуникация. Учебное пособие / Т.З. Адамьянц. – М.: ИС РАН, 2005. – 158 с.
2. Губанова А.Ю. Медиаконтент для детей как элемент образовательного процесса. / А.Ю. Губанова // Медиаобразование. Media Education. – Изд-во: Таганрогский государственный педагогический институт им. А.П. Чехова – 2017. – №2 – С. 152–169.

3. Евграфова Ю.А. Прием «мультимодальное сочинение» поликодовый-полимодальный текст как инструмент преподавания иностранного языка (на примере видеоблога) / Ю.А. Евграфова // Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке. – Хабаровск, 2019. – Том 6, №1. – С. 97–101.

4. Малышева Т.С. Развитие и контроль умений монологической речи на иностранном языке в формате видеоблога. / Т.С. Малышева // Международный научно-исследовательский журнал. – Екатеринбург, 2021. – №7 (109) Часть 4. – С. 85–88.

5. BibisBeautyPalace [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/BibisBeautyPalace>

6. Das schaffst du nie!
<https://www.youtube.com/channel/UC6Nh0xrtXJfNGucGtVrqjHw>

7. Freekickerz [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/freekickerz>

8. Gronkh [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/Gronkh>

9. JulienBam [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/JulienBam>

10. Julienco [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=f9iYZXA8w5I>

11. Lefloid [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/LeFloid>