

Видеоблогинг и мемы: переход от профессиональной к гражданской журналистике

Научный руководитель – Нигматуллина Камилла Ренатовна

Лисовский Дмитрий Константинович

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра периодической печати,
Санкт-Петербург, Россия
E-mail: d011096@yandex.ru

В исследовании рассмотрено изменение в работе медиаспециалиста с переходом от профессиональной журналистики к блогу. Использована теоретическая база из трудов, посвящённых формам гражданской журналистики. Авторы: Т. О'Рейли [n8], Д. Доминго [n9], И. Дзялошинский [n1], О. Филатова [n2], А. Платов [n3], Л. Браславец [n4]. Кроме того, использованы исследования понятия «мем»: Р. Докинз, А. Столяров [n5], А. Квят [n6], Ю. Щурина [n7].

В исследовании рассмотрен видеоблог Антона Логвинова. С 2004 года он - редактор «Видеомании», приложения к журналу «Игромания». В 2012 он уходит из редакции и основывает личный YouTube-канал. На момент написания работы число подписчиков Антона равнялось 553 тысячам (май 2017), в данный момент (февраль 2018) - 598 тысячи. Цель работы: рассмотреть, в чём изменилась работа бывшего профессионального журналиста с переходом на формат гражданской журналистики.

Мы использовали метод случайной выборки и детально разобрали три выпуска «Видеомании»: рубрики, заголовки, количество и хронометраж роликов. Затем мы тем же образом разобрали все видео на канале Логвинова за 2016 год, всего 66 роликов. Мы сравнили результаты и вывели изменения в работе блогера.

«Что нравится — то и делаю»

За спиной специалиста больше нет редакции со своим профилем - он сам выбирает тему материала. За 2016 год Логвинов рассказывал не только о видеоиграх, как в «Игромании», а также о кино и используемых гаджетах. Блогер использует свободу в работе над каналом, однако иногда свобода портит итоговый материал.

«Сам себе редактор»

Блогер - молодая профессия, и стандартны работы ещё не сформировались, в отличие от профессионального журналиста. В заголовках для YouTube-роликов Логвинов использует заглавные буквы и играет с аудиторией. Они ближе к жёлтой прессе, чем к аналитической журналистике и заголовкам в «Игромании». С другой стороны, заголовки служат сближению блогера со зрителями.

«Един с аудиторией»

Своей активностью за 2016 год Логвинов подтверждает один из тезисов Иосифа Дзялошинского из книги «Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям». Логвинов - больше не эксперт журнала «Игромания», который направляет и советует, блогер - другой человек из сети, который делится своей жизнью в качественном формате. Антон стал ближе к аудитории.

В том числе - благодаря мемам. За рассматриваемый период времени блогер часто повторяет конструкции при создании заголовков: «10 из 10», «игра года».

В Интернете это словосочетание стало популярным ещё во времена работы Логвинова в «Игромании»: пользователи Интернета начали создавать картинки с изображением журналиста и этой фразой. Можно сказать, что Логвинов или его поклонники ввели новый Интернет-мем, а затем Логвинова сам начал им пользоваться ради большей популярности и контакта с аудиторией.

Термин «мем» придумал английский эволюционный биолог Ричард Докинз. В одной из глав книги «Эгоистичный ген» он назвал «мемом» «единицу передачи культурного наследия». В пример он приводит модные фразы, музыку или идею о Боге.

В настоящее время всё больше людей исследуют феномен мема в Интернет-среде. Например, исследователь Александр Столяров объясняет связи мемов и современной медиаплощадки так: «мемы обобщают ту или иную информацию о действительности, переводят ее в медиаформат. Таким образом, происходит кодирование элементов окружающей реальности и перемещение их в пространство реальности политической, где они используются всего лишь в качестве операторов».

Следовательно, блогер использует фразы-мемы «10 из 10» и «игра года» для коммуникации с постоянными и потенциальными зрителями, которые уже знакомы с мемами.

Однако в других вещах работа Логвинова не изменилась. Он создаёт ролики в тех же форматах: обзоры новых видеоигр, превью, репортажи с различных выставок и обзоры коллекционных изданий.

Кроме того, блогер занимается роликами той же тематики. Например, ретроспективные исследования. В 2011 году в «Видеомании» появились рубрика «Во что мы играли 5, 10, 15, 20 лет назад», в 2016 году - на YouTube-канал Логвинов загружает ролики об истории видеоигровых франчайзов. Очевидно, эта тема интересует блогера, и площадка для подготовки роликов (журнал или личный блог) его не волнует.

Можно констатировать: в гражданской журналистике медиаспециалист приобретает большую свободу: говорить только на интересующие темы, не замечать стандарты и быть ближе к аудитории по средством мемов. Блогер не советует, а делится опытом.

Список литературы.

1. Дзялошинский И. Ф. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям. М., Престиж, 2006 (либо [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.dzyalosh.ru/01-comm/books/souchastie/Dzyaloshinsky_book_part1.pdf)

2. Филатова О. Г. Блоги и СМИ, гражданская и традиционная журналистика: соотношение понятий. 2010 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/blogi-i-smi-grazhdanskaya-i-traditsionnaya-zhurnalistika-sootnoshenie-ponyatiy>

3. Платов А. Социальные сети: феномен коллективного разума. 2007 [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.keywen.com/ru/Social-nye_seti/

4. Браславец Л. А. Социальные сети как средства массовой информации: к постановке проблемы, 2009 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/phyllolog/2009/01/2009-01-31.pdf>

5. Столяров А. Политические мемы эпохи «Facebook-революции» как способ конструирования медиареальности, 2014 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://mediascope.ru/1590>

6. Квят А. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход, 2013 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://mediascope.ru/node/1254>

7. Щурина Ю. В. Интернет-мемы как феномен Интернет-коммуникации. 2012 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-memy-kak-fenomen-internet-kommunikatsii>

8. О'Рейли Т. Что такое Веб 2.0? 2005 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://old.computerra.ru/think/234100/>

9. Domingo D., Heinonen A. Weblogs and Journalism: A Typology to Explore the Blurring Boundaries. 2008 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://jclass.umd.edu/classes/jour698m/domingoblogs.pdf>