

ДАДАЕВА Т. М., СНОВАЛЬНИКОВА У. А.

**ОТРАЖЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ В НОВЫХ МЕДИА
(НА ПРИМЕРЕ ВИДЕОБЛОГА YOUTUBE-КАНАЛА TRASHSMASH)**

Аннотация. В статье исследуются особенности отражения социальных проблем в новых медиа, функционирующих в интернет-пространстве. Представлены результаты контент- и дискурс-анализа одного из научно-популярных YouTube-каналов, TrashSmash, представляющего собой видеоблог.

Ключевые слова: социальные проблемы, новые медиа, интернет-пространство, видеоблогинг, видео-контент, YouTube, TrashSmash, контент-анализ, дискурс-анализ, целевая аудитория.

DADAEVA T. M., SNOVALNIKOVA U. A.

**REFLECTION OF SOCIAL PROBLEMS IN NEW MEDIA:
A STUDY OF VIDEOBLOG TRASHSMASH ON YOUTUBE**

Abstract. The article studies the features of the reflection of social problems in the new media on the Internet. The article presents the results of a content and discourse analysis of a popular YouTube channel, TrashSmash, which is a video blog.

Keywords: social problems, new media, Internet, video blogging, video content, YouTube, TrashSmash, content analysis, discourse analysis, target audience.

С развитием компьютерных технологий активно развиваются средства массовой информации в интернет-пространстве. Одной из разновидностей новых медиа, переживающих сегодня период бурного развития, являются видеоблоги. Появление первого в мире видеоблога относят к 2000 году, когда американец Адам Контрас отправил в свой блог видеосообщение для своей семьи и друзей о поездке через всю страну в Лос-Анджелес в поисках шоу-бизнеса [16]. Именно данная запись в блоге А. Контраса считается родоначальником такого явления как видеоблогинг.

В Оксфордском словаре современного языка блог – это регулярно обновляемый веб-сайт или веб-страница, который, как правило, управляется индивидуально или небольшой группой, где текст пишется в неофициальном или разговорном стиле. Другое определение видеоблога (vlog) – это персональный сайт или страница в социальной сети, где человек регулярно размещает короткие видео [18].

Потенциал влияния видеоблогинга на общественное мнение сегодня трудно переоценить. Выступая своеобразной формой веб-телевидения, видеоблогинг становится очень популярным средством передачи информации, когда мультимедийной средой является

видео, которое пользователь размещает в интернете. Если видео-контент является интересным по содержанию и отснят качественно, то данный видеоблог имеет, как правило, большую целевую аудиторию. Как считают исследователи, сегодня Интернет вступил в прямую конкуренцию за аудиторию с традиционным телевидением, популярность которого постепенно падает [6].

Необходимо отметить, что как новые медиа некоторые видеоблоги, имея большое количество подписчиков, могут быть приравнены к СМИ и попадают в поле нормативного регулирования со стороны государства¹. На сегодняшний день правовое обеспечение видеоблогинга в России находится еще в стадии разработки, хотя некоторые нормы уже приняты.

Проблема видеоблогинга слабо изучена как отечественными, так и иностранными исследователями. К данному понятию обращались такие зарубежные авторы как J. R. Young [21], J. Lim [19], M. Kaminsky [17]. Следует отметить российских ученых, изучающих видеоблогинг в различных аспектах: как разновидность новых медиа в сравнении с традиционными [3; 7; 8; 10; 13], популярность влогов в информационном пространстве [2; 11], жанрово-тематическая классификация, функции видеоблогинга [7; 12; 14] и др.

Популярность видеоблогинга среди молодежи можно объяснить развитием у молодого поколения клипового мышления, когда информация воспринимается отрывисто в виде не всегда связанных между собой событий, фактов, изображений. При клиповом мышлении мир видится через яркие и короткие образы, сообщения, через ленту новостей или небольшие видеоролики [1; 3]. Кроме того, визуальность передаваемой информации также способствует широкому распространению видеоблогов и их преимуществу перед традиционными текстовыми записями. В настоящее время видеоблоги могут на равных конкурировать с телевидением.

Наиболее известным и популярным сайтом для обмена видео считается канал YouTube. Здесь огромное количество пользователей выставляет и продвигают свои видео. По результатам опроса Компании Ipsos², 49% пользователей YouTube в возрасте от 18 до 34; 78% – ежедневно заходят в Интернет; 58% – используют для просмотра видео мобильный телефоны; 50% считают, что YouTube – хостинг, где можно найти качественные каналы;

¹ В апреле 2014 года в Государственной Думе был принят Федеральный Закон, согласно которому, если сайты или страницы блогера посещают более 3000 человек в сутки, то они приравниваются к СМИ. Штукина, Е. Госдума окончательно приравнивала популярных блогеров к СМИ // Интерфакс. Ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.interfax.ru/russia/373152> (дата обращения: 21.03.2018).[60]. В 2017 году данный закон был отменен, на данный момент он находится на доработке.

² По заказу Google в 2014 году исследовала пользователей YouTube во всех странах мира.

главные причины просмотра: развлечение и отдых (86%), обучение и новости (71%), общение и обмен материалами (62%); 4 % считают, что YouTube для них играет более важную роль, чем телевидение; 72% считают, что на YouTube больше уникального контента, чем на телевидении [5].

Изучение подобных каналов с точки зрения содержания и отражения социальных проблем является весьма актуальным для современной социологии и журналистики.

Цель данной статьи – исследовать отражение социальных проблем в видеоблогинге в российском интернет-пространстве. Методами исследования выступили контент- и дискурс-анализ видеороликов с сайта YouTube научно-популярного канала TrashSmash, а также анализ структуры и целевой аудитории данного видеоблога.

Основными показателями для анализа видеоблогов выступают следующие:

- 1) количество просмотров (определяет коммерческую эффективность видеоблога);
- 2) количество лайков (определяет уровень одобрения аудиторией просмотренного контента, чем больше лайков, тем лучше, по мнению аудитории контент, и тем больше его будут смотреть другие пользователи);
- 3) количество подписчиков на канале блогера (определяет как коммерческую эффективность видеоблога, чем больше подписчиков, тем популярнее блогер, тем дороже будет стоить реклама на его канале для рекламодателей, и тем эффективнее она будет работать, так и содержательную эффективность);
- 4) аудитория (социально-демографический (пол, возраст, семейное положение), социально-образовательный (уровень образования), социально-профессиональный состав (род деятельности, профессиональный статус), территориальная принадлежность).

Автором проекта TrashSmash является Валентин Конан (видеоблог был зарегистрирован 17 ноября 2011, всего на данный момент на канале 20 778 899 просмотров и 416 476 тысяч подписчиков.). Структура блога, следующая: каждый ролик (запись) имеет заголовок (название) и короткое описание, ключевые слова (теги). Канал позиционирует себя как художественный научно-популярный. Также существует дочерний блог – канал Smash (дата регистрации: 26.02.2016, 14 787 177 просмотров, 323 046 подписчиков), где В. Конан отвечает на вопросы подписчиков и выкладывает «за кадром». Материал часто представляется с критикой «общественного мнения», которое формируется в традиционных СМИ (токшоу и т. д.). Ролики сняты с помощью хорошей режиссуры, основаны на качественном сценарии и монтаже, в них присутствует юмор. Информация представлена системно и аргументированно. Примечательно, что под видео каждого ролика располагается ссылка, где можно найти все источники (в основном публикации ученых, специализирующихся по данной проблеме, опубликованные данные репрезентативных социологических опросов, законодательные акты и др.), на которые ссылался блогер в том

или ином ролике, что действительно позволяет отнести данный канал к научно-популярным, представляющий информацию, основанную на проверенных и опубликованных фактах.

Как сказано выше, в блоге выкладывают обзоры и разгромы различного треша, развенчание мифов, предрассудков и заблуждений, в той или иной мере распространенных в обществе. В основном проекте можно выделить два основных аспекта видео это: 1) разоблачение лженаучных явлений; 2) просвещение аудитории. К разоблачительному контенту можно отнести рубрику фрик-шоу, где создатель канала подвергает сомнению высказывания некоторых деятелей и объясняет в чём они не правы, опираясь на научные факты и исследования в данной сфере.

За восемь лет существования на канале вышло 48 роликов с различным тематическим содержанием. Расположим тематические блоки роликов в зависимости от количества подписчиков (просмотров), начиная с самых популярных (см. табл.).

Таблица

Рейтинг роликов канала TrashSmash в зависимости от количества просмотров

№	Название ролика	Количество просмотров	Количество лайков	Количество дислайков	Количество комментариев
1	Сождение гомофобов	1 466 567	90 000	6100	27 059
2	Догма наркополитиков	1 023 893	67 000	1400	7 090
3	ГМОфобии	916 527	76 000	1200	9 255
4	Дьявол может сыграть [ДСМ]	892 655	60 000	1400	5431
5	Фрик-шоу Стерлигов	864 236	48 000	1700	5193
6	Фрик-шоу (Савельев) профессор	772 650	53 000	2900	10 472
7	Религии (Религия под лупой скептицизма)	766 304	44 000	1300	5229
8	Фрик-шоу Ванга	720 656	36 000	529	1862
9	[Запойный] TrashSmash	679 841	45 000	1300	3813
10	Фрик-шоу люди-дельфины	651 129	46 000	480	3053
11	[Изгнание] мракобесов	647 673	56 000	557	4004
12	ЭКО. Медицина VS религиозная этика	646 185	57 000	590	5829
13	Фрик-шоу «Мать Тереза»	640 351	35 000	893	1659
14	Гомеопатия. Гомеолоббисты	604 797	43 000	863	4008
15	Пираты цифровой сети: мертвецы не слушают mp3	583 296	45 000	401	2248
16	Фрик-шоу Левашов	546 695	24 000	1300	3423
17	Фрик-шоу Савельев повелитель мозга	502 222	36 000	1500	7826

Продолжение Таблицы

18	Фрик-шоу Горяев	502 058	19 000	318	1341
19	Наше я душа и мозг	452 850	56 000	724	5971
20	Почему война никогда не меняется Армия оружие.	443 136	51 000	3700	9692
21	Казнить нельзя помиловать	441 741	27 000	503	1374
22	Душа VS мозг	423 409	22 000	570	2876
23	Фрик-шоу Ирина Ермакова	422 367	17 000	288	1159
24	Фрик-шоу Владимир Жданов	404 576	19 000	1700	2672
25	Религиозная аморальность	388 331	22 000	499	2102
26	Тайны тела- у активистов пригорело?	361 141	22 000	176	1170
27	Нуарный дневник обвинение жертвы\ эффект Китти	352 402	49 000	2500	13 629
28	Солнцееды: как стать овощем	334 921	14 000	308	869
29	Обзор фильма «Секрет»	294 681	12 000	671	1287
30	Бесконтактный бой (Аарт для бедных)	293 419	35 000	657	2711
31	Борьба с абортами или женщинами?	290 790	19 000	447	3820
32	Пушной ядерный зверек	275 279	30 000	1000	3381
33	«Магия» обмана	259 737	11 000	134	417
34	Миф о сотворении	244 402	12 000	316	1674
35	Об астрологии	240 723	11 000	228	962
36	trash\smash новогодний 2017	227 875	37 000	249	2413
37	новогодний trash\smash 2016	201 395	28 000	235	2494
38	Миф о телегонии	192 640	8 300	853	1879
39	новогодний trash\smash 2015	168 387	12 000	109	1131
40	миф об эффективности НЛП	161 873	6 100	42	1
41	trash\smash новогодний	151 614	24 000	568	2721
42	миф об опасности ГМО	139 627	7 800	293	1037
43	о гомеопатии и бадах	126 634	5 700	135	668
44	Smash“s journal	122 617	14 000	83	585
45	Миф о вреде прививок	108 887	6 200	308	1164
46	Свобода — это возможность сказать, что дважды два — четыре	108 583	5 800	62	223
47	trash\smash новогодний 2014	70 112	5 200	52	290
48	Вся правда об интернете. (Стеб)	68 006	3 800	108	134

Из 48 проанализированных видеоматериалов по критериям количество просмотров и количество лайков в топ пяти входят: «Сождение гомофобов» (отношение к гомосексуалам) (количество просмотров – 1 466 567, количество лайков – 90 000), «Догма наркополитики» (отношение к наркотикам) (количество просмотров – 1 023 893, количество лайков – 67 000), «ГМОфобии» (отношение к ГМО) (количество просмотров – 916 527, количество лайков – 76 000), «Дьявол может сыграть [ДСМ]» (отношение к компьютерным играм) (количество просмотров – 892 655, количество лайков – 60 000), фрик-шоу «Стерлигов» (количество просмотров – 864 236, количество лайков – 48 000). Если говорить о тематике, то наибольшее количество просмотров набрали темы о гомофобии, наркомании и о боязни ГМО. Данные материалы набрали наибольшее количество лайков.

Интересно отметить, что по количеству комментариев (наличие большого количества комментариев независимо от содержания свидетельствует о большом интересе аудитории к представленному материалу) к видеоматериалам выстроился несколько другой рейтинг: на первом месте – «Сождение гомофобов» (проблема отношения к гомосексуализму) (количество комментариев – 27 059), на втором – «Нуарный дневник обвинение жертвы\ эффект Китти» (проблема изнасилования и отношение к жертве) (13 629 комментариев), на третьем – Фрик-шоу (Савельев) профессор (главная опасность – аутичные дети, которые и являются убийцами своих сверстников) (10 472 комментариев), на четвертом – «Почему война никогда не меняется. Армия оружие» (9 692 комментариев), на пятом – «ГМОфобии» (9 255 комментариев), на шестом – «Догма наркополитики» (7 090 комментариев), на седьмом – «Наше я душа и мозг» (5971 комментариев), на восьмом – «ЭКО. Медицина VS Религиозная этика» (5829 комментариев), на девятом – «Дьявол может сыграть [ДСМ]» (отношение к компьютерным играм) (5431 комментариев), на десятом – «Гомеопатия. Гомеолобб» (отношение к гомеопатии) (4 008 комментариев).

Можно условно разделить все представленные ролики согласно их тематике на две большие группы. Первая группа – это большая часть видеоматериалов канала имеет социально-медицинскую тематику: ГМО, гомеопатия и БАДЫ, душа и мозг, алкоголизм, телегония, тайны тела, вегетарианство, ЭКО, аборты, СПИД, прививки, люди-дельфины, нейролингвистическое программирование, экстрасенсорика. Вторая группа – это ролики социального характера: гомофобия, изнасилование, наркополитика, война, армия, оружие, обман, свобода, религия, сотворение мира, видеоигры, Интернет, астрология. Необходимо отметить, что большая часть видеоконтента представляет социальные проблемы актуальные для молодежи и социума в целом. Есть ряд новогодних (итоговых) роликов, например за 2018 год, касающихся наиболее актуальных тем за год. В частности, профессор Савельев обращает внимание на то, что главная опасность – это дети больные аутизмом, которые и являются

убийцами своих сверстников. Профессор Савельев приводит пример керченского стрелка и как одно из решений проблемы безопасности в школах, ученый предлагает выдавать учителям оружие.

Самым популярным по количеству просмотров и комментариев является видеоролик «[Сожжение] ГОМОФОБОВ», где ведущий рассказывает об агрессивном поведении людей, которые отказываются хотя бы попытаться принять отличную от них сексуальную ориентацию, фигурально поставив гомофобов на место людей над которыми они издеваются. Ролик был выложен 16.05.2016, продолжительность 48:12 секунд. На данный момент его посмотрели 1 447 500 человек и 26 169 человек оставили комментарий. Видео собрало 89 тысяч лайков и 6,1 тыс. дизлайков. В комментариях люди положительно оценивали разъяснения ведущего, научные факты, данные ВОЗ, используемые в видео и ссылки на источники. Многие подписчики в комментариях признались, что поменяли свою точку зрения, что гомофобия – это неправильно, очень много пользователей искренне удивлялись, почему так мало просмотров (их больше 20 млн.) данного канала, поскольку канал действительно является научно-популярным, доступно объясняющим многие социальные явления с научной точки зрения. Были предложения о необходимости использовать данный канал в школе в просветительских целях.

Второе место (1 013 081 просмотров) занимает ролик «Догма наркополитики», касающийся отношения к запрету наркотиков. Автор поднимает тему запрета на все наркотические препараты, несмотря на то что смертность от алкоголя выше, чем от того же ЛСД или марихуаны (приводит научные доказательства, исследования ученых, данные статистики, ВОЗ). Видео длится 51:55 секунд, с 4.10.2015 набрало 66 тысяч лайков и 1,4 дизлайков, также под ним оставили 6300 комментариев.

По жанру большинство роликов относится к критическим обзорам различных предрассудков и заблуждений, в той или иной мере распространенных в обществе. В отдельную рубрику можно отнести фрик-шоу, подобного же жанра (фрик-шоу «Стерлигов», фрик-шоу «Ванга», фрик-шоу «Савельев», фрик-шоу «Левашов», фрик-шоу «Мать Тереза»). В совокупности они составили – 40%. По типу языковой коммуникации автор блога обычно повествует с элементами сарказма, со ссылкой на научные источники (официальные документы, статистика, социологические опросы, исследования известных ученых), используя язык критического мышления, что способствует формированию критического мышления к миру у аудитории.

Выделяют два основных критерия эффективности деятельности СМИ, и их влияния на аудиторию, которые можно применить и к видеоблогингу, как новому виду СМК: 1) изменение сознания человека (знания, познавательная активность, убеждения, социально-

психологическое состояние людей, направленность их ценностей, идеалов, ориентации, установок и др.) и 2) изменение поведения (деятельности, образа жизни, степени активности). Согласно первому критерию, анализ комментариев пользователей показал, что канал Trashsmash можно определить как эффективный.

Анализируя тематический рейтинг видеороликов, можно сделать вывод о наиболее актуальных темах для аудитории канала. Интересно, что данные темы чаще всего замалчиваются в официальных СМИ и не находят в них дискуссионных площадок. Именно такое отношение и порождает большое количество мифов и неправды (ложных суждений и представлений) о тех или иных социальных явлениях и проблемах. Данные темы действительно актуальны для социума, особенно для молодежи, поскольку молодежная аудитория является основной аудиторией на интернет-платформе YouTube. Можно выразить надежду, что данный канал будет и дальше развиваться в этом направлении как качественный образец научно-популярной журналистики – новых медиа в российском видеоблогинге, которых сегодня действительно не хватает в обширном интернет-пространстве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азаренок Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире // Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна. Т. 5 Личность и группа в условиях социальных изменений (Материалы Всероссийской юбилейной научной конференции, посвященной 120-летию со дня рождения С.Л. Рубинштейна, 15-16 октября 2009 г.) / отв. редактор А. Л. Журавлев. – М.: Институт психологии РАН, 2009. – С. 110–112.
2. Боровенков А. Е. Videоблоггинг: сетевые коммуникации и коммуникативные позиции // Человек. Культура. Образование. – 2016. – №. 1. – С. 17–23.
3. Демченков С. А., Заднепрянская А. С. Videоблоги как разновидность новых медиа: проблема типологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.radnews.ru/видеоблоги-как-разновидность-новых-м/ (дата обращения 11.12.2018).
4. Докука С. В. Клиповое мышление как феномен информационного общества // Общественные науки и современность. – 2013. – №. 2. – С. 169–176.
5. Инфографика: аудитория YouTube в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://therunet.com/infographics/2574> (дата обращения: 20.03.2018).
6. Ильченко С. Н. Основы журналистской деятельности. – М.: Юрайт, 2018. – 181 с.
7. Ипатьева В. А. Форматы и жанры видеоблогов [Электронный ресурс] // Молодой ученый. – 2018. – № 25. – С. 369–373. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/211/51788/> (дата обращения: 11.12.2018).

8. Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet. Блоги: новая реальность / под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова. – СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 195 с.
9. Науменко Т. В. Социология массовой коммуникации. – СПб.: Питер, 2015. – 288 с.
10. Попов А. А. Журналистский блогинг как новая форма профессиональной журналистики: опыт сравнения с «традиционной» журналистикой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dspace.bsu.edu.ru/bitstream/123456789/12942/1/Kozhemyakin_Zhurnalistskiy.pdf (дата обращения 12.03.2018).
11. Сипко Е. С. Популярность блогов в информационном пространстве России // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Филологические науки. – 2017. – Том 2 (68). – № 4. – С. 20–25.
12. Текутьева И. А. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга [Электронный ресурс] // Медиасреда. – 2016. – № 11. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-tematicheskaya-klassifikatsiya-videobloginga> (дата обращения: 04.04.2018).
13. Чулкова О. Р. Videоблог как новый инструмент информационной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://interactive-plus.ru/e-articles/292/Action292-116787.pdf> (дата обращения: 19.02.2018).
14. Шамаев И.Н. Классификация блогов рунета // Вестник ВолГУ. – 2013. – Вып. 11. – С.120–128.
15. Kaminsky M. S. Naked Lens: Video Blogging & Video Journaling to Reclaim the YOU in YouTube™. – Organik Media, Inc., 2010. – 214 p.
16. Kontras A. Talk about moving in the 21st Century [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4tvs.com/Journey/Pages/J1200.html> (дата обращения: 12.11.2018).
17. Lim J. B. Y. Video blogging and youth activism in Malaysia // International Communication Gazette. – 2013. – Vol. 75. – No. 3. – P. 300–321.
18. Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/blog> (дата обращения: 05.10.2018).
19. Young J. R. An anthropologist explores the culture of video blogging // Chronicle of Higher Education. – 2007. – Vol. 53. – No. 36. – P. A42.