

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**«Медиакритика в интернет-видеоблогах»**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 432 группы  
направления 42.03.02 «Журналистика»  
Института филологии и журналистики

Ишмухамедовой Альбины Маратовны

Научный руководитель: проф., д.филол. н, профессор	_____	Е.Г. Елина
Консультант: доцент, к. филол. н.	_____	Р.И. Павленко
Заведующий кафедрой: д. филол. н., профессор	_____	В.В. Прозоров

Саратов  
2020

## ВВЕДЕНИЕ

Сегодня, когда люди широко используют возможности Интернета, медиакритика встречается в публикациях известных журналистов и видеоблогеров довольно часто. Относительно новое явление видеоблогинга включает в себя создание и размещение в сети видеоматериалов на ту или иную тему в выбранном автором формате, соответствующем жанру. Самая популярная платформа для публикаций видеоблогов в России – YouTube, здесь в среднем в месяц видеоролики просматривают около 62 миллионов пользователей, большую часть контента составляют видео кинокомпаний, музыкантов, спортивных лейблов и видеоблогеров. У каждого видеоролика на YouTube должно быть название, объясняющее его суть, чтобы зритель сразу же понимал, что ему предстоит посмотреть. Большую популярность имеют те видеоблогеры, которые выкладывают видео регулярно, порой даже ежедневно. На их YouTube-каналы подписаны миллионы зрителей, они узнаваемые фигуры даже в России. Самый популярный видеоблогер в мире – PewDiePie, он же Феликс Чельберг, выкладывает свои видео ежедневно в течение десяти лет и имеет 104 миллиона подписчиков.

Исследования такого явления, как медиакритика в интернете и видеоблогах достаточно актуальны в наше время. Они включают в себя подробный анализ определения медиакритики в работах Т.Н. Владимировой, П.П. Каминского, А.П. Короченского, В.В. Прозорова, В.А. Славиной, А.Ю. Тыщецкой. Зачастую исследования рассматривают проявление медиакритики в интернет пространстве в материалах Е.Г. Елиной, М.А. Фризен, В.А. Бейненсон и др.

**Актуальность и новизна** выбранной нами темы обуславливаются тем, что популярность такого явления, как видеоблогинг, продолжает расти. Увеличивается аудитория, которая прислушивается и формирует свое мнение на основе высказываний своих любимых видеоблогеров. Авторы, понимая, что большая часть аудитории – молодежь, стараются высказаться как можно

подробнее и понятнее, используя коммуникационные модели, привычные их потенциальным зрителям, отсюда почти полное пренебрежение к литературному языку, обилие обсценной лексики, просторечных конструкций, молодежных жаргонизмов и использование такие прецедентных феноменов в тексте, которые поймет именно молодой зритель. И в то же самое время видеоблогеры активно осматривают и оценивают то медийное пространство, в котором они находятся, формируя целое направление медиакритики в видеоблогах.

Зачастую видеоблогеры получают ответ на медиакритические высказывания от популярных профессиональных журналистов, отчего происходит своеобразный диалог, переименование мнений. А разные способы формулирования медиакритических высказываний дают любопытные примеры для исследования.

В нашей выпускной квалификационной работе мы рассматриваем особенности функционирования медиакритических высказываний популярных видеоблогеров в интернет-пространстве. Это является **объектом** нашего исследования. **Предмет** нашего исследования – видеоролики на YouTube-каналах Е. Баженова, Ю. Дудя, Д. Поперечного, Н. Соболева, Р. Усачева.

**Цель** дипломной работы – подробно изучить явление видеоблогинга, определить, как и для чего популярные видеоблогеры отдают часть своего времени под медиакритические высказывания.

Для достижения поставленной нами цели требуется выполнение следующих **задач**:

- изучить необходимые теоретические материалы, уделив особое внимание понятию «медиакритика» и «видеоблогинг»;
- проанализировать видеоконтент YouTube-каналов Евгения Баженова, Юрия Дудя, Данилы Поперечного, Николая Соболева и Руслана Усачева;
- проанализировать медиакритические высказывания выбранных нами видеоблогеров и определить основные темы и проблемы в них;

- проанализировать медиакритическую реакцию профессиональных отечественных журналистов на работу указанных видеоблогеров.

Цель и задачи определяют структуру выпускной квалификационной работы, включающую введение, две главы, заключение и список использованных источников.

**Методологическую базу** исследования составили работы по теории медиакритики и ее медиаобразовательной функции, по истории и теории видеоблогинга в России и мире, а так же актуальные аналитические медиакритические исследования. Список использованных источников насчитывает 49 наименований.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Под медиакритикой исследователи понимают новую, быстро развивающуюся область современной журналистики, осуществляющую критическое познание и оценку социально значимых, актуальных культурно-творческих, профессионально-этических, правовых, экономических и технологических аспектов информационного производства в средствах массовой информации с акцентом на творческую сторону создания медийного содержания. Критика средств массовой информации представляет собой общение с аудиторией, в процессе которого на основе анализа, интерпретации и оценки медиа-текстов, жанрово-стилевых форм их воплощения оказывается влияние на восприятие медийного содержания публикой, на представления о материальном и духовном мире, формирующиеся в сознании получателей массовой информации. Критика СМИ содействует совершенствованию деятельности печатной и электронной прессы, выявляя отжившие либо социально опасные проявления в деятельности средств массовой информации и создателей медийного содержания – и создавая через влияние на общественное мнение профессионально-социальные условия для их преодоления. Медиакритика как и любая критика творческой деятельности

(литературная, театральная, кинокритика и др.), развиваясь сама, создает возможности для качественного роста средств массовой информации<sup>1</sup>.

В **первой главе** нашего исследования мы отмечаем, что медиакритика занимает особое место в видеоблогах. Их развитие началось с массового появления видеохостингов в Интернете. Самым популярным на данный момент является YouTube. Он занимает третье место по посещаемости всех сайтов мира. Сегодня в каждой новостной ленте социальной сети появляются лица известных блогеров, актуальные ролики зрители пересылают друг другу, а фанаты с нетерпением ждут новые видео.

Видеоблог информационного формата близок к журналистскому контенту. Он информирует аудиторию также, как телевидение или официальное Интернет-СМИ, другими словами, его создатели как и другие медиапроизводители собирают, обрабатывают и распространяют информацию. Таким образом, видеоблогинг выступает альтернативным каналом для получения данных потенциальной аудиторией, в основном, молодежью<sup>2</sup>.

Во **второй главе** мы обращаемся к исследованию крупнейших видеоблогов на YouTube. Один из наиболее ярких современных медиакритиков-видеоблогеров – Руслан Усачев. Он регулярно выкладывает короткие новостные видео «UsachevToday», в которых рассматривает события в России и в мире, происходившие в последнее время. При всей склонности видеоблогера к аналитичности, стремлению тщательно фильтровать информационные потоки, Усачев выступает в роли медиакритика все же не на постоянной основе, а по случаю, когда сам становится очевидцем какого-то медийного подлога: «Закрутилось, все завертелось, вся страна прильнула к экранам, наблюдая за жизнью, за

---

<sup>1</sup> Короченский, А.П. Регулятивная роль медиакритики. Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. – 3-у изд., стереотип. – М., 2004. – С. 400.

<sup>2</sup> Ипатьева, В.А. Видеоблог и традиционное телевидение: особенности функционирования [Электронный ресурс] : [сайт]. - URL: <https://moluch.ru/archive/211/51787/> (дата обращения: 06.04.2020). - Загл. с экрана.

трагедией китенка. Есть только маленькая проблемка. Они врут. Практически вся эта история спасения – вранье. Я так могу говорить, потому что я там был. Как оказалось, я один из тех туристов, которые мешают специалистам спасению кита. Начнем с того, что не было там никаких специалистов по морским животным. Второе, пресс секретарь мин природы сказал, что туристы мешают спасению кита. Да там никто не шевелился! Пока мы через спутниковый интернет не написали, что тут как бы кит лежит, кровью истекает. Если желание сесть на лодку и плыть к киту, чтобы поливать его водой – это мешать, то простите, пожалуйста, но желание стоять на берегу и слушать, как он стонет, у меня не было. Вот эти новости, о которых я сегодня говорил, они не взяты с какой-то там школьной газеты, они взяты с сообщений информагентства ТАСС. Они взяты из того места, откуда другие СМИ берут потом новости и как-то раскручивают, расписывают. Это такой самый рил ток. Я думаю, не стоит уточнять, что никаких репортеров ТАСС не было на острове. И вы задумайтесь. Это же история про просто кита, которого из воображаемого вертолета поливали выдуманными пожарными помпами. Если бы я смотрел так же новости, я бы подумал, что все окей, но так случилось, что при этом уникальном событии я сам был, видел, как всё это происходит, и во что потом превращается. И я задумался, как далеко это может зайти с какими-то реальными важными событиями из так же труднодоступных регионов <...> Надеюсь, что хоть после этого понятно, что доверять никому нельзя, ни телевизору, ни газетам, ни блогерам. Мне доверять нельзя»<sup>3</sup>, – говорит Усачев. По воле случая однажды он стал очевидцем ситуации, в которой профессиональные отечественные СМИ предоставляют фэйковые новости аудитории.

Другое направление медиакритики представляет известный видеоблогер Евгений Баженов, он является очень крупным кинокритиком – к его отзывам о кинематографе прислушивается огромное количество

---

<sup>3</sup> Усачев, Р. Как врут Российские СМИ [Электронный ресурс] : [сайт]. - URL: <https://youtu.be/w1O4o0wiN7g/> (дата обращения: 16.03.2019). - Загл. с экрана.

зрителей. Отвечая на вопрос – с какой целью видеоблогеры выступают с медиакритическими высказываниями – Евгений Баженов говорит про себя: «Крик души у меня такой. Я не измерял, меняю ли я что-то. Но знаю, что большинство режиссеров в курсе, что есть такой человек в интернете, который поливает плохие фильмы грязью. Очень хочется верить, что в глубине души они не хотят быть политы грязью, тем более заслуженно»<sup>4</sup>.

«Поливать грязью» – фраза из активного лексического запаса самих видеоблогеров, которая перешла в оценку их работы со стороны объектов критических выступлений. С видеоблогерами в спор, а иногда и в прямую конфронтацию вступают наиболее яркие, в основном, телевизионные медиафигуры, среди них В. Соловьев, Л. Парфенов, Д. Киселев и другие. Таким образом, осуществляется важная ответная реакция, которая, впрочем, не переходит в широкую полемику о роли и значении журналистики и блогинга в современном медиапространстве.

Один из видеоблогеров, о котором часто и очень экспрессивно отзываются акулы телевизионного эфира – Данила Поперечный – изначально стенд-ап комик. В подкастах «Без души» он выбирает одну или две темы и на протяжении продолжительного времени, особенно в рамках привычных интернет-клипов (от 1,5 до 2-х часов), высказывает свои мысли, иногда вместе с гостем. И вот резкость и острота, с которой Поперечный одинаково отзывается и о явлениях, и о персоналиях современного ТВ приводят к тому, что он очень часто получает обратную реакцию от тех, о ком смело высказался. Широко известны резкие негативные высказывания Владимира Соловьева о Даниле Поперечном.

Во многом потому, что молодые популярные видеоблогеры, в основном начинали свой путь на экране в комедийных батлах, где уровень юмора близок к низовому, их высказывания весьма провокационны. Но у всех это свойство проявляется по-разному. Если Данила Поперечный часто

---

<sup>4</sup> Зотова, Н. Ни газет, ни телевизора, одни сплошные видеоблогеры: что смотрит новое поколение [Электронный ресурс] : [сайт]. - URL: <https://www.bbc.com/russian/features-40099223> (дата обращения: 10.03.2019). - Загл. с экрана.

провоцирует известных медиаперсон, то другой видеоблогер Николай Соболев известен своими пранк-проектами, в которых он обращает свой юмор именно на широкого зрителя.

Дезинформация и фейковые новости, журналистские подделки – это те актуальные медиапроблемы, о которых видеоблогер размышляет на своем канале. Он приводит в пример свой пранк о нападении на него хулиганов около студии, – это срежиссированная и снятая на мобильный телефон провокационная видеоподделка, которая разошлась по многим официальным СМИ. И лишь немногие из них проверили – подавал ли Соболев заявление в полицию по факту нападения. О дезинформации видеоблогер размышляет регулярно и призывает своих зрителей критически оценивать любые сообщения, которые появляются даже в официальных уважаемых СМИ.

Еще один видеоблогер, деятельность которого мы рассматриваем – Юрий Дудь. Он размышляет о видеоблогах с точки зрения законов медиапотребления, аудиторного таргетирования и их успешности. Создатель одного из самых успешных Интернет-каналов Юрий Дудь, профессиональный журналист со стажем редакторской работы, один из тех, кто постоянно находится в эпицентре российского медиарынка. Не являясь видеоблогером в чистом виде, тем не менее, он интересен как один из наиболее интересных персонажей Интернет-жизни. Основа его видеоблога – интервью, жанр, которым Дудь владеет виртуозно.

При всей разности подходов и взглядов на видеоблогинг как исключительно актуальное и прогрессивно развивающееся направление интернета, современные блогеры в один голос утверждают, что людей стали интересовать совершенно не нужные вещи и темы. Авторы YouTube-каналов считают, что их главная цель – массово распространять информацию и спасти себя и аудиторию. Так, Баженов подчеркивает, что всех тех, кто стояли у истоков видеоблогинга, манила благая цель – создать независимое, альтернативное официальному, свободное и в то же время неглупое, не низкопробное, а

качественное медиaprостранство на платформе Интернетa. В 2018 году он вынужден констатировать – не получилось пока. И один из инструментов возвращения к исходной цели – медиакритика, то есть, возможность понять, в какой момент, на каком этапе была допущена ошибка и что нужно сделать, чтобы ее исправить. Примерно о том же говорит и Руслан Усачев, но принимает ситуацию, как неизбежную.

В **заключении** мы подводим итоги нашего исследования, отмечаем разницу медиакритических высказываний видеоблогеров и журналистов и намечаем перспективы дальнейшего исследования.

В соответствии с задачами, которые были обозначены во введении к выпускной квалификационной работе, мы изучили теоретические источники, посвященные проблемам медиакритики и видеоблогинга, проанализирован видеоконтент YouTube-каналов Евгения Баженова, Юрия Дудя, Данилы Поперечного, Николая Соболева и Руслана Усачева. Так же мы рассмотрели медиакритические высказывания выбранных нами видеоблогеров и определили основные темы и проблемы в них и проанализировали медиакритическую реакцию профессиональных отечественных журналистов на работу указанных видеоблогеров.

Важная черта видеоблогинга – открытость и обратная связь. YouTube предоставляет авторам информацию об их аудитории, причем не только о количестве просмотров, но и о соотношении лайков и дизлайков, гендерных особенностях аудитории, возрасте, а также мнении аудитории о контенте в комментариях под видео. Видя прямую реакцию на свое творчество, автор подстраивается под желания аудитории и переделывает концепцию видеороликов, чтобы сохранить зрителей.

К 2020 году YouTube стал мощной площадкой для размещения медиакритического контента. Критика и анализ развития медиасферы стали постоянной темой для видеоблогеров, а к проблемам осмысления собственного медиапотребления, вопросам медиаграмотности и развития

критического мышления теперь постоянно обращается широкая молодая аудитория.

Видеоролики многих популярных блогеров на YouTube положили начало развитию медиаграмотности у современной молодежи, которой не интересно читать научные статьи или публикации популярных СМИ. Именно видеоблогеры стали поднимать важные вопросы о развитии журналистики в нашей стране и медиасферы в целом.

Видеоблогеры активно занимаются медиакритикой, потому что им небезразлична судьба видеоблогинга, который они задумывали при создании как свободную, интеллектуальную, сатирически ориентированную альтернативу традиционным СМИ.



Шихмурзаева А.М. 31.05.2020.