

Абросимова Евгения Евгеньевна**Abrosimova Evgeniya Evgenyevna**

младший научный сотрудник Центра научных исследований проектов и программ Владивостокского государственного университета экономики и сервиса

Junior Research Fellow,
Center of Research Projects and Programs,
Vladivostok State University of
Economics and Service

ПОРТРЕТ СОВРЕМЕННОГО РЕБЕНКА-ВИДЕОБЛОГЕРА

PORTRAIT OF A MODERN CHILD VLOGGER

Аннотация:

Видеоблогосфера представлена в статье как новая область исследований. Приведены результаты авторского эмпирического исследования, направленного на выявление особенностей детского видеоблогинга как процесса включения ребенка в создание и/или управление контентом видеоблогосферы. В анкетировании приняли участие дети и подростки – жители Приморского края в возрасте от 8 до 15 лет. Автором выделены две группы детей: пассивно и активно потребляющие видеоконтент. Особое внимание уделено детям – авторам влогов. Группа детей-авторов анализируется по двум направлениям. Первое направление подразумевает изучение контента видеоблогов, созданных детьми. Второе направление связано с изучением навыков детей-влогеров, поддерживающего их социального окружения. Видеоблогинг становится новой формой социальной активности, позволяющей реализовать личностный и творческий потенциал детства.

Ключевые слова:

блог, блогосфера, видеоблог, социализация, дети, подростки, интернет, YouTube, ребенок-влогер.

Summary:

The video blogosphere is a new field of research. The authors conducted an empirical research to identify the features of children's video blogging as a process of including a child in the creation and/or management of the content of the video blogosphere. The survey was attended by children and adolescents aged 8–15 living in Primorsky Krai. There are two groups of children: the ones passively and actively consuming video content. The research focuses on children who are the authors of vlogs. This group of respondents is analyzed in two ways. The first way involves studying the content of vlogs created by children. The second one is connected with the examination of the skills of child vloggers supporting their social environment. Vlogging becomes a new form of social activity allowing children to achieve their personal and creative potential.

Keywords:

blog, blogosphere, vlog, socialization, children, teenagers, Internet, YouTube, child vlogger.

Совершенно невозможно представить современное общество без интернет-технологий, которые так прочно вошли в повседневность любого человека. Стремительное продвижение интернета связано со все большим охватом пользователей: от приблизительно 2 % мирового населения в 1997 г. до 35 %, или 2,45 млрд чел., в 2011 г. Википедия, Twitter и YouTube стали основными источниками информации, коммуникации и развлечения современного человека. Новые сенсорные интерфейсы облегчили интерактивное использование цифровых медиа независимо от возраста и местоположения человека [1, p. 11584].

YouTube – это видеохостинговая компания, предоставляющая пользователям услуги хранения, доставки и показа видео. Простота и удобство размещения и хранения видеоматериала на данном хостинге сделали его наиболее популярной платформой для видеоблогеров. К июлю 2006 г. он стал пятым по популярности среди самых популярных веб-сайтов со 100 миллионами просмотров видео ежедневно и 65 тысячами новых добавлений в день [2].

Современные ученые открыли для себя видеоблогосферу как новую область исследований. Российские авторы анализируют блоги и видеоблоги в контексте средств массовой коммуникации. Д.А. Кириллов и Т.А. Зайцева [3], Л.Ю. Антонова [4] проводят сравнительный анализ видеоблога и такого традиционного канала коммуникации, как телевидение. Зарубежные исследователи уделяют внимание формам репрезентации видеоблогеров, структуре видеоблогов и мотивам взаимодействия влогеров, рассматривают видеоблоги как одну из разновидностей социальных сетей [5].

Как в зарубежных, так и в отечественных исследованиях дети-пользователи в основном рассматриваются в контексте угроз, создаваемых интернет-пространством, в том числе пространством видеоблогосферы [6]. Отсутствие исследований детского сегмента видеоблогосферы определяет актуальность выбранной темы.

В современный видеоблогинг максимально включены дети и подростки. Видеоблогосфера становится виртуальным социумом, в котором дети общаются, находят единомышленников, получают новые знания, развлекаются, дружат, создают виртуальные сообщества и т. д. Для подростков ведение видеоблогов становится средством самовыражения, интернет позволяет раскрыть невидимые окружающими стороны собственной личности, таланты (чувство юмора, силу и ловкость, кругозор, любовь к животным, хендмейд-умения). Недостаточная коммуникация

юного видеоблогера в реальной жизни может быть компенсирована общением с подписчиками, другими блогерами. Помимо этого, стремительно развивающаяся видеоблогосфера становится пространством финансовых вложений. Популярные, «продвинутые» видеоблогеры начинают зарабатывать на рекламе, включаемой в их видеоконтент.

Настоящее исследование направлено на выявление особенностей детского видеоблогинга как процесса включения ребенка в создание и/или управление контентом видеоблогосферы в целом.

Эмпирической базой исследования являются данные, полученные в результате анкетирования детей и подростков – жителей Приморского края в возрасте от 8 до 15 лет. Опрос проводился с июля по декабрь 2017 г. Общий объем выборочной совокупности составил 364 человека. Опрос проводился на территории наиболее крупных городов края (Владивосток, Находка, Артем, Большой Камень, Уссурийск), что обусловлено высоким уровнем доступности интернета. Количество респондентов-девочек (56,2 %) немного превысило количество респондентов-мальчиков (43,8 %).

Предварительный анализ полученных эмпирических данных позволил обозначить два способа участия детей в формировании видеоконтента: пассивный и активный. В первом случае при просмотре видео дети-зрители участвуют в формировании рейтинга популярности видеоблогеров. Примером активного способа являются комментарии, оставляемые детьми под просмотренным видео, в которых они могут как обращаться к самому автору, так и общаться между собой на заданную в ролике тему. К активному способу видеоблогинга относится непосредственное создание видеоблогов, обновление видеоконтента, установление обратной связи с подписчиками и пр.

Для оценки того, насколько популярен видеоблогинг среди детей и подростков, респондентам был задан вопрос: «Смотришь ли ты видеоблоги?» Отрицательно ответили только 10,3 % опрошенных. Этот вопрос позволил продолжить работу с анкетами тех респондентов, которые имеют представления о видеоблогах.

Следующим вопросом анкеты круг респондентов был сужен до группы активных видеоблогеров. Они в нашей выборке оказались представлены 28,1 % участников исследования. Для дальнейшего анализа данное количество респондентов мы будем принимать за 100 %, что позволит выявить особенности этой специфичной группы детей и подростков, в том числе и в сравнении со всей выборочной совокупностью.

Как показывают данные опроса, дети-влогеры довольно успешны в учебе: на четвертки и пятёрки учатся 60 % респондентов, на пятёрки – 10 % опрошенных, лишь 12,2 % детей выбрали вариант ответа «больше троек, но есть и другие оценки». 83,3 % активных влогеров посещают дополнительные занятия, примерно такое же распределение мы обнаружили во всей выборочной совокупности. Т. е. можно сделать предварительный вывод о том, что активный влогер существенно не отличается по половозрастным, образовательным характеристикам и месту проживания от детей всей выборочной совокупности.

Дальнейший анализ анкет детей – активных влогеров осуществлялся по двум направлениям. Первое связано с анализом контента детских видеоблогов, второе – с определением навыков детей-влогеров.

Наиболее популярные направления, представленные у детей-влогеров как основные темы для собственного контента, продиктованы тематикой тех влогов, которые они смотрят и которые создают для них взрослые влогеры (табл. 1).

Таблица 1 – Рейтинг тематических направлений видеоконтента среди двух групп респондентов

Тематические направления влогов	Тематическое направление видео, созданных детьми, %	Тематическое направление видео, популярных среди детско-юношеской аудитории, %
Челлендж (выполнение сетевых заданий и призыв к его повтору)	53,9	45,2
Обзор (рассмотрение одного или нескольких объектов)	48,7	28,5
Летсплей (съёмка процесса прохождения видеоигры)	42,1	40,9
Пранк (розыгрыш)	35,5	47,3
Хендмейд (видеоблоги о поделках, сделанных своими руками)	35,5	28,0
Скетч (комедийная зарисовка)	26,3	23,1
Тревел-блоги (видеоблог о путешествиях)	13,2	20,4

Средний возраст, в котором современные дети начинают вести свой видеоблог, – это 10 лет. Минимальное значение ответа на вопрос о возрасте начала ведения влога – 3 года, максимальное – 14 лет. Ранний возраст начала активного видеоблогинга говорит о значительном вкладе родителей или других взрослых в этот процесс. Зачастую дети выступают просто в каче-

стве медийных персонажей видеоблогов, продвигаемых взрослыми. Российской аудитории известен пример мистера Макса и мисс Кети. Это два детских видеоблога, описывающих повседневную жизнь брата и сестры. Продюсером этих каналов выступает отец детей [7].

Более половины (55,2 %) активных влогеров – участников нашего исследования отметили, что в видеоблогинге прибегают к помощи других людей, в основном родителей (34,7 %) и друзей (28,3 %). Необходимо отметить отсутствие в качестве консультантов-фасилитаторов школьных учителей, даже учителей информатики и обществознания. Но школьные учителя остаются важным агентом социализации, в том числе посредством медиаобразования детей, поэтому обнаруженный факт нуждается в дополнительном изучении.

Для дифференциации причин обращения за помощью в анкету был задан соответствующий вопрос. Большинство респондентов ответили, что чаще всего обращаются за помощью при съемке (69,4 %). Следующая причина – это поиск идеи для видео (34,7 %). Видеоблогинг, выполняя коммуникативную функцию, не только является площадкой для общения детей и подростков в виртуальной среде, но и создает повод для общения и обмена мнениями в реальной жизни. В наименьшей степени дети нуждаются в помощи при продвижении видео (20,4 %), приобретении необходимых вещей для съемки (16,3 %) и видеомонтаже (14,3 %).

Очевидно, что детский сегмент видеоблогинга, а именно деятельность детей-авторов, не всегда носит профессиональный характер. Скорее, такую деятельность можно охарактеризовать как новый вид творчества, новый формат реализации идей и потенциала детства. Это разновидность детского хобби, которое выступает как «источник социально-культурной активности личности и определяет динамику перехода от инициативной деятельности к активному социально-культурному творчеству, ведущему к процессам социализации и инкультурации личности» [8], а в последующем может перейти на профессиональный уровень. Детская аудитория хорошо улавливает данную тенденцию. На вопрос: «Продвигаешь ты свой видеоблог (размещаешь ссылку на видео в различных соцсетях, рассказываешь о своем блоге и т. д.)?» – 52,3 % респондентов ответили положительно. Несмотря на то что пока видеоблогинг интересен для опрошенных детей скорее как творческий процесс, значительная доля респондентов выразила желание в дальнейшем развивать свое мастерство видеоблогеров (88,4 %).

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о вхождении видеоблогинга в повседневность современных детей. Современный ребенок-влогер достаточно активен и успешен в реальной жизни: он посещает дополнительные занятия и хорошо учится. В среднем дети начинают вести видеоблоги в возрасте 10 лет и чаще всего прибегают к помощи своих родителей. Тематически современный ребенок-влогер ориентируется на популярных видеоблогеров и часто дублирует темы их видеоконтента.

Видеоблогинг становится новой формой социальной активности, позволяя реализовать личностный и творческий потенциал детей. Но при этом как инструмент детской самореализации видеоблогинг требует от ребенка определенных знаний и навыков. Главными помощниками детей в ведении влога по результатам опроса являются члены их семей – родители, братья и сестры. Учителя не включены в процесс видеоблогинга и никоим образом не влияют на него, хотя как агенты социализации должны оказывать непосредственную помощь в освоении детьми медиапространства. Данный факт требует дальнейшего изучения.

Ссылки и примечания:

1. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences / ed. by J.D. Wright. 2nd ed. L., 2015. 23185 p.
2. YouTube serves up 100 million videos a day online [Электронный ресурс] // USA today. 2006. 16 July. URL: https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-07-16-youtube-views_x.htm (дата обращения: 21.02.2018)
3. Кириллов Д.А., Зайцева Т.А. Видеоблог как канал коммуникации // Аллея науки. 2017. № 5. С. 42–47.
4. Антонова Л.Ю. Хобби как средство культурной интеграции молодежи // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. № 6. С. 253–257.
5. Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs / S.C. Herring, L.A. Scheidt, S. Bonus, E. Wright // Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, 2004. Big Island, HI, 2004. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2004.1265271>; Nardi B.A., Schiano D.J., Gumbrecht M. Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary? // Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. Chicago, 2004. <https://doi.org/10.1145/1031607.1031643>; Understanding the Video Bloggers' Community / J. Warmbrodt, Sheng Hong, R. Hall, Cao Jinwei [Электронный ресурс] // International Journal of Virtual Communities and Social Networking. 2010. No. 2 (2). April – June. P. 43–59. URL: <http://www.irma-international.org/viewtitle/45778/> (дата обращения: 21.02.2018).
6. Губанова А.Ю. Электронный контент для детей: риски или новые возможности // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствоведение. 2016. № 2 (4). С. 92–98; Филипова А.Г. Культурно-информационное пространство детства: риски и ресурсы социальной защиты // Вестник Пермского университета. Философия, психология, социология. 2013. № 4 (16). С. 188–197; Филипова А.Г., Ардалиanova А.Ю., Абросимова Е.Е. Видеоблогинг и современные подростки: опасности интернет-пространства // Теория и практика общественного развития. 2017. № 8. С. 9–13.
7. Miss Katy [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UCcartHvTvAUzfajflyeT_Gg (дата обращения: 21.02.2018); Mister Max [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/channel/UC_8PAD0Qmi6_gpe77S1Atgg (дата обращения: 21.02.2018).
8. Антонова Л.Ю. Указ. соч.

References:

- Antonova, LYu 2012, 'Hobby as a means of cultural integration of young people', *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, No. 6, pp. 253-257, (in Russian).
- Filipova, AG 2013, 'Cultural and information space of childhood: risks and resources of social protection', *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya, psikhologiya, sotsiologiya*, No. 4 (16), pp. 188-197, (in Russian).
- Filipova, AG, Ardalyanova, AY & Abrosimova, EE 2017, 'Videoblogging and modern teenagers: the dangers of the Internet', *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 8, pp. 9-13. <https://doi.org/10.24158/tpor.2017.8.1>.
- Gubanova, AYu 2016, 'Electronic content for children. risks or new opportunities', *RSUH/RGGU Bulletin. Series Philosophy. Social Studies. Art Studies*, no. 2 (4), pp. 92-98. <https://doi.org/10.28995/2073-6401-2016-2-92-98>.
- Herring, SC, Scheidt, LA, Bonus, S & Wright E 2004, 'Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs', *Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Big Island, HI. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2004.1265271>.
- Kirillov, DA & Zaitseva, TA 2017, 'Vlog as a communication channel', *Alleya nauki*, No. 5, pp. 42-47, (in Russian).
- Miss Katy 2018, viewed 21 February 2018, <https://www.youtube.com/channel/UCcartHVtvAUzfafllyeT_Gg>, (in Russian).
- Mister Max 2018, viewed 21 February 2018, <https://www.youtube.com/channel/UC_8PAD0Qmi6_gpe77S1Atgg>, (in Russian).
- Nardi, BA, Schiano, DJ & Gumbrecht, M 2004, 'Blogging as Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?', *Proceedings of the 2004 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work*, Chicago. <https://doi.org/10.1145/1031607.1031643>.
- Warmbrodt, J, Sheng Hong, Hall, R & Cao Jinwei 2010, 'Understanding the Video Bloggers' Community', *International Journal of Virtual Communities and Social Networking*, No. 2 (2). April – June, pp. 43–59, viewed 21 February 2018, <<http://www.irma-international.org/viewtitle/45778/>>, <https://doi.org/10.4018/ijvcsn.2010040104>.
- Wright, JD (ed.) 2015, *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd ed., London, 23185 p.
- 'YouTube serves up 100 million videos a day online' 2006, *USA today*, 16 July, viewed 21 February 2018, <https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/2006-07-16-youtube-views_x.htm>.