

3. Множество платформ. Telegram поддерживает множество платформ, включая смартфоны, планшеты и компьютеры, что делает его удобным для использования на различных устройствах.

4. Богатый функционал. Telegram обладает множеством функций, включая групповые чаты, каналы, ботов, голосовые и видеозвонки, а также возможность отправки файлов различных форматов.

5. Бесплатное использование. Telegram доступен для пользователей бесплатно, без платных подписок или рекламы.

6. Открытая платформа. Telegram предоставляет API для разработчиков, что способствует созданию сторонних приложений и ботов, расширяя функциональность мессенджера.

7. Глобальное покрытие. Telegram доступен по всему миру и позволяет общаться с людьми из разных стран.

Эти достоинства сделали Telegram популярным мессенджером среди 300 учащих УО «Минский государственный колледж технологии и дизайна легкой промышленности», которые ценят безопасность, функциональность и свободу выбора в средствах коммуникации.

Список использованных источников

1. Вартанова, Е. Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя / Е. Л. Вартанова. — М. : МедиаМир, 2014. — 136 с.

2. Жилавская, И. В. Медиаобразование молодежной аудитории / И. В. Жилавская. — Томск : ТИИТ, 2019. — 322 с.

УДК 004.738.5(470+571)“2017/2022”

Т. С. Магера

доц., канд. филол. наук, Институт медиа,
Факультет креативных индустрий НИУ ВШЭ

А. Д. Картунова

магистр, НИУ ВШЭ, г. Москва

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО ВИДЕОКОНТЕНТА НА YOUTUBE В РОССИИ В ПЕРИОД С 2017 ПО 2022 Г.

В данной статье описываются и анализируются появившиеся на протяжении 2017–2022 гг. тренды развития просветительского контента в российском сегменте YouTube, а также делается вывод о степени их устойчивости и влияния на будущие трансформации просветительского контента на YouTube в России.

Сегодня в России основным источником видеотрафика, несмотря на ограничение монетизации, по-прежнему остается YouTube. К октябрю 2022 года среднесуточный охват YouTube составил 41% населения, поднявшись за год на один процент⁵.

Согласно статистике, YouTube на сегодняшний день остается преимущественно развлекательной площадкой: на октябрь 2022 года в структуре поиска YouTube в России преобладали музыка (19 %) и развлекательный контент (18 %⁶), просмотром же социально-политического контента (8 %) и шоу (6 %) зрители интересовались существенно меньше⁷. Однако это не исключает того факта, что людям на видеохостинге интересен и просветительский контент.

Специфика просветительского контента и его основное отличие от образовательных медиапродуктов заключается в том, что данный контент разрабатывается вне образовательных программ и не требует получения специализированных документов об образовании⁸. Главной своей целью просветительский контент имеет интеллектуальное, нравственно-духовное, профессиональное и творческое развитие человека, формирование у него новых знаний, установок, ценностей и компетенций⁹. Зачастую такой медиаконтент реализуется на видеохостингах, а также в социальных сетях в виде познавательных видеороликов, дающих зрителю информацию на безвозмездной основе (или при условии специализированного доступа к платформе по подписке) и не требующих от зрителя в обязательной форме конкретного уровня знаний или профессиональной подготовки, а также проверки изученного материала.

В развитии просветительского контента на YouTube в России в период с 2017 по 2022 г. можно выделить четыре основных тренда: 1) тренд на усиление разнообразия жанровых специфик и форматов; 2) тренд на слияние развлекательного и познавательного контента; 3) тренд на всесторонний рост качества и технической сложности контента; 4) тренд на экспертность.

⁵ Mediascope [Электронный ресурс]: Аудитория медиа. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514ramn101f86r82qt9o9e91f1ihr/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf (Дата обращения: 09.09.2023).

⁶ Mediascope [Электронный ресурс]: Медиа 2022: Главные тренды. — Режим доступа: <https://mediascope.net/upload/iblock/1f6/8ha9kkrstxq4eed12mn3p8s6k5sglgnn/Медиа%202022%20День%20Бренда%20Ксения%20Ачкасова.pdf> (Дата обращения: 09.09.2023).

⁷ Там же.

⁸ Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 04.08.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/ (Дата обращения: 09.09.2023)

⁹ Там же.

Данные тренды во многом обусловлены как глобальными тенденциями на «пассивное обучение» в сети и техническим развитием медиаплатформ (внедрение коротких видео и новых роботизированных алгоритмов), так и спецификой потребностей российской аудитории, а также относительно низкой стоимостью технического обеспечения производства медиаконтента в России (по сравнению с Великобританией и странами ЕС).

К 2022 году просветительский контент на российском YouTube стал диверсифицированным, как в области жанровой специфики, так и в области форматов публикации контента. Если в 2017–2018 гг. преобладали и были на пике популярности личные блоги (научно-популярные и просветительские темы каналы «Wylsacom», «Топлес»), то к 2019–2021 гг. наибольшее зрительское внимание получали жанры интервью и подкастов (каналы «Жиза», «Сама Меньшова», «Основа»), а также перекочевавший с телевидения и несколько видоизменившийся под специфику видеохостинга жанр документальных фильмов (каналы «Редакция», «Коллектив», «Раскадровка»). Существенно расширяется и многообразие форматов публикации просветительского контента. Так, если в 2017–2018 гг. были популярны длинные горизонтальные видео, то в 2019–2021 гг. стал активно развиваться формат коротких вертикальных видео «shorts», где авторы делились просветительским контентом длиной не больше одной–двух минут. На сегодняшний день наблюдается сохранение интереса пользователей как к коротким, так и длинным видео (интервью, подкасты, документальные фильмы). Часто последние продвигаются на платформе посредством публикации тематических коротких видео. Также YouTube остаётся площадкой для публикации аудио-подкастов и лекций, которые пользуются популярностью у зрителей (например, лекторий «Arzamas»).

В период с 2017 по 2022 г. на российском YouTube значительно растёт количество просветительского контента, характеризуемого как edutainment (сочетающего в себе развлекательные и познавательные черты). Если раньше edutainment-черты проявлялись чаще всего в личных блогах и зависели от подачи самого блогера, то в 2021–2022 гг. появляются подкасты и шоу, где в игровой форме подаются знания и факты и обсуждаются серьезные общественные вопросы. Яркими примерами edutainment-контента могут быть подкаст «Подкаст о философии», где ведущий-философ обсуждает в кадре социальные и исторические вопросы с популярными комиками, а также шоу «Родная речь», где ведущий-комик Иван Абрамов играет с гостями в игру, проверяя чистоту и грамотность их речи.

Третьим трендом в развитии просветительского контента на российском YouTube является наращивание качества и технического исполнения медиапродуктов. К 2021–2022 гг. обрели популярность большое количество шоу, подкастов, проектов с интервью с высококачественным продакшеном и креативными декорациями (подкаст «Что бы мне поделать, только бы не почитать», шоу «Родная речь»). Даже личные блоги экспертов зачастую снимаются на профессиональные камеры, в студиях, нередко при наличии декораций (что обусловлено недорогой стоимостью профессиональной съемки в стране). Примером такого блога является блог сексолога Ольги Василенко, в рамках которого эксперт беседует с гостями и читает небольшие лекции о половом воспитании и физиологии человека. На сегодняшний день всё меньше публикуется просветительских роликов без качественной съемки, монтажа и графического наполнения, так как такие видеоролики не будут продвигаться платформой в условиях высококонкурентной среды (исключением могут стать записи радиозфиров, однако и они нередко подвергаются монтажу, например, на канале известного психолога Татьяны Мужичко).

При этом в российском сегменте YouTube в период с 2017 по 2022 г. существенно вырос спрос на экспертный контент: появляются экспертные интервью, экспертные каналы и подкасты, где обсуждаются научные темы и социальные явления. Особенно этот тренд стал проявляться к концу 2021 года, когда появились первые популярные интервью с учеными и экспертами (каналы «А поговорить», «Ещёнепознер»). На сегодняшний день существует пул медийных экспертов, которые активно принимают участие в создании просветительского контента и являются авторами собственных каналов, например, журналист и популяризатор науки Ася Казанцева, палеоантрополог Станислав Дробышевский, сомнолог Роман Бузунов, психолог Анетта Орлова и многие другие. Следовательно, наблюдается смещение вектора спроса от спикеров-блогеров и журналистов к прямым экспертным комментариям в формате как коротких, так и длинных видео.

Таким образом, просветительский контент на российском YouTube в период с 2017 по 2022 г. пережил ряд трансформаций, превратившись в широкий пласт видео разных тематик, форматов и жанров (сформировался рынок с высоким уровнем конкуренции). Отличительными же чертами современного российского просветительского контента на YouTube на сегодняшний день являются большое внимание к спикерам-экспертам как к контентмейкерам и высокий уровень технического исполнения медиапродукта даже на уровне личных блогов.

Анализ данных трендов позволяет сделать вывод о востребованности, активном развитии и диверсификации просветительского контента в российском сегменте YouTube и предположить, что данные тренды достаточно устойчивы и будут продолжаться еще на протяжении нескольких лет (в случае отсутствия блокировок видеохостинга со стороны государства и иных внешних факторов), усиливая конкуренцию среди контентмейкеров и влияя на содержание, форматы и техническое исполнение просветительского контента в России.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 04.08.2023) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2023) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/b819c620a8c698de35861ad4c9d9696ee0c3ee7a/. — Дата доступа: 09.09.2023.
2. Mediascope [Электронный ресурс]: Mediascope представила актуальные тренды медиапотребления на True Digital Day. — Режим доступа: <https://mediascope.net/news/1503475/>. — Дата доступа: 09.09.2023.
3. Mediascope [Электронный ресурс]: Аудитория медиа. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514gamn101f86r82qt9o9e91fihr/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf. — Дата доступа: 09.09.2023.
4. Mediascope [Электронный ресурс]: Аудитория медиа. — Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/d6a/qk514gamn101f86r82qt9o9e91fihr/Наталья%20Бороздина_Mediascope_011222.pdf. — Дата доступа: 09.09.2023.
5. Mediascope [Электронный ресурс]: Медиа 2022: Главные тренды. — Режим доступа: <https://mediascope.net/upload/iblock/1f6/8ha9kkrstxq4eed12mn3p8s6k5sglgnn/Медиа%202022%20День%20Бренда%20Ксения%20Ачкасова.pdf>. — Дата доступа: 09.09.2023.

УДК 316.774

М. М. Несова

2-й курс магистратуры по направлению «Культурология»
НИУ ВШЭ, г. Москва

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАЛАНДШАФТ И ПРОБЛЕМЫ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ: СПОСОБЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ АУДИТОРИИ С КОНТЕНТОМ

Восприятие действительности у аудитории формируется в результате медиапотребления контента, который регулярно проникает в их информационное пространство. В данной работе проанализирована специфика