

"Видеоблогинг в ювенильной журналистике, технические аспекты производства"

Научный руководитель – Машкова Светлана Геннадьевна

Клишина Виктория Павловна

Студент (бакалавр)

Тамбовский государственный технический университет, Тамбовская область, Россия

E-mail: vikus.kl@mail.ru

Появившийся в далёком 2000 году, казалось бы, ничего не предвещающий видеоролик, где отец семейства рассказал своим родным, что собирается прокатиться по стране, стал самым, что ни есть настоящим «отцом основателем» целого жанра. Жанра любительской передачи, где каждый сам волен творить то, что ему угодно. Автор не ограничен ни жёсткими требованиями закона «О средствах массовой коммуникации», ни суровым редактором или продюсером. Каждый может попробовать себя в совершенно разных жанрах и показать себя миру, найдя в экспериментах то, что он действительно умеет лучше всего. Безусловно, подрастающее поколение тоже заинтересовало, столь новым и интересным направлением в сфере медиа. И именно этот интерес позволяет отнести видеоблогинг к совершенно новому средству коммуникации в ювенильной журналистике. Видеоблогинг стал самостоятельной массовой коммуникацией, среди детей и не только, имеющей собственные законы и правила, которые формировались долгие годы.

Мы рассмотрели понятие «видеоблогинг», изучили основные этапы его развития и рассмотрели самые значимые элементы данного сегмента. Также было предоставлено исследование на тему производства телевизионной передачи и внедрение подрастающего поколения в него. Здесь подробно рассматривается технология производства авторской программы для телевидения. Как и видеоблог – новая передача начинается с идеи и сразу же на первом этапе пути расходятся. На телевидении нужно разработать подробный концепт, нащупать все подводные камни и придумать максимально оптимальный контент, который будет устраивать широкие массы. Затем начинаются съёмки, монтаж, продакшн и множество других этапов, где передача обретает свой финальный облик и становится доступной для зрителя. Юный видеоблоггер же начинает сразу же писать сценарий, делать видео, изучать комментарии над ним, где зачастую пишут очень здравую критику, учитывает её и исправляет свои ошибки. И так будет продолжаться до тех пор, пока ролики автора не начнут устраивать абсолютное большинство.

Особый акцент в данной работе сделан на разделение этих двух жанров и демонстрацию того, насколько они самобытны и уникальны. При всей своей «идеальности» телевизионные передачи не всегда могут похвастаться наличием обратной связи. В свою очередь, видеоблоги так популярны именно благодаря тому, что построены на постоянном общении со зрителем, увлекая людей тем, что каждый думает о своей причастности к реализации автора. Каждый ребенок, путем создания своего видеоблога, приносит что то новое не только в собственное развитие, но и развитие направления видеоблогинга в ювенильной журналистике.

Видеоблог – новое явление ювенильной журналистике. Это сильный ресурс, который в грамотных руках может помочь развивать современному поколению свои навыки в журналистике. Интернет блогинг уже давно перехватил на себя то, что активно использовалось на телевидении и стал самым главным, причём неконтролируемым конкурентом ТВ. Никакой цензуры, никаких ограничений, авторы могут говорить всё то, что считают нужным и это может играть им на руку. Телевидение смотрят люди средних лет и

старше, а видео в интернете – в основном подрастающее поколение, что делает легким доступность детских работ . И вытеснение телевидения, как в своё время бумага вытеснила глиняные таблички – лишь вопрос времени. Поэтому телеканалы всячески пытаются ухватиться за интернет, перетянуть оттуда молодую аудиторию к себе и начать с ней хоть какое-то взаимодействие через социальные сети, что ещё раз говорит о безусловном превосходстве интернет-ресурсов над телевидением.

Интернет-блогинг – несомненно новое средство массовой коммуникации в ювенильной журналистике!

Источники и литература

- 1) Багиров Э.Г. Телевидение США: Сборник статей. – М., 2007.
- 2) Вартанов А.С. Российское телевидение на рубеже веков проблемы, программы, лица. – М., 2009
- 3) Волохонский В.Л., Зайцева Ю.Е., Соколов М.М Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet: Сборник статей. – СПб., 2006
- 4) Засурский Я.Н. Журналистика. Средства массовой информации. – М., 2005
- 5) YouTube: история создания проекта [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=wwTkFPWiB0U>, свободный – Загл. с экрана.