

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ ВЫРАЗИТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО YOUTUBE-ПРОЕКТА «ФУТБОЛЬНЫЙ КЛУБ»

П. В. Бобков

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,
ул. Моховая, 9/1, 125009, г. Москва, Россия,
Pavel.bobkov.00@inbox.ru*

*Научный руководитель – Л. А. Круглова,
кандидат филологических наук, доцент*

В статье рассмотрены основные технические приемы и изобразительно-выразительные средства, которые используются при создании аудиовизуального контента YouTube-проекта «Футбольный клуб» на канале «Василий Уткин». Программа выходит в цифровом пространстве с 2018 года и является продолжением одноименной телевизионной передачи, выходявшей на канале НТВ. Автор исследует особенности трансформации аудиовизуализации контента при переходе ведущих и передач с телевидения на видеохостинг, которые позволяют адаптировать продукт под особенности медиапотребления аудитории в Интернете.

Ключевые слова: телевидение; видеоконтент; аудиовизуализация; язык экрана; медиапотребление.

AUDIOVISUAL EXPRESSIVE MEANS OF INFORMATION AND ANALYTICAL YOUTUBE PROJECT «FOOTBALL CLUB»

P. V. Bobkov

*Lomonosov Moscow State University,
9/1, Mokhovaya Str., 125009, Moscow, Russia
Corresponding author: P. V. Bobkov (Pavel.bobkov.00@inbox.ru)*

*Research advisor – L. A. Kruglova,
candidate of Philology, associate professor*

The article discusses the main technical techniques and visual and expressive means that are used to create audiovisual content for the YouTube project «Football Club» on the «Vasily Utkin» channel. The program has been broadcast in the digital space since 2018 and is a continuation of the NTV television program of the same name. The author explores the features of the transformation of audiovisualization of content during the transition of presenters and programs from television to video hosting, which allows the product to be adapted to the characteristics of media consumption of the audience on the Internet.

Key words: television; video content; audiovisualization; screen language; media consumption.

Технологический прогресс стал причиной трансформации способов распространения информации и получения доступа к ней, к размыванию границ между традиционными медиа, к сближению и взаимопроникновению различных видов СМИ. Эти изменения привели к переходу специалистов из телевизионной в цифровую медиасреду, длящемуся уже более 15 лет. Слияние профессионалов, работающих на телевидении, и тех, кто специализируется в создании контента для видеохостингов, привело к гибридизации аудиовизуальных средств. Данный процесс способствовал возникновению новых форм аудиовизуализации, гибридизации жанров, стиранию границ между СМИ. Эти изменения подтверждают необходимость изучения теоретических и практических особенностей средств аудиовизуализации в современных медиа.

Особенности восприятия видеохостингового контента аудиторией влияют на средства аудиовизуализации этого контента. Исследователи считают, что контент-мейкеры видеохостингов используют средства традиционных СМИ: «социальные медиа, и в частности YouTube, создали для аудитории свое полноценное медиапространство со своими законами, трендами, культурой, модой и т. п., вобрав в себя в том числе и все традиционные СМИ, став настоящей «пятой властью»» [1, с. 89]. Через данную трансформацию прошла информационно-аналитическая передача «Футбольный Клуб», основным ведущим которой был спортивный журналист Василий Уткин. Программа выходила на телеканале НТВ и связанных с ним телеканалах с 1994 года по 2012 год. Однако в 2018 году Уткин вместе со спортивным рекламным агентством «Симпл Спорт» возобновил производство передачи на видеохостинге YouTube.

Сотрудники, выпускающие передачу, были бывшими специалистами, работавшими на телевидении. Например, режиссером «Футбольного Клуба» стал Сергей Друзь, работавший на телеканалах СТС, НТВ и ВГТРК. Также он является главным режиссером исторического YouTube-проекта журналиста Сергея Минаева. Можно проследить смежность средств визуализации обеих передач. Работа этого специалиста на двух проектах, собирающих в среднем 150 тысяч и 800 тысяч просмотров за выпуск, соответственно, влияет на выбор средств аудиовизуализации на видеохостингах другими контентмейкерами.

Среди специалистов, работающих над проектом Василия Уткина, есть монтажер Артем Федорцов, который никогда не работал на телевидении и специализировался на проектах современных медиа, выпускаемых на видеохостингах. Данный подход к формированию рабочего коллектива приводит к гибридизации аудиовизуальных средств из-за различий в специализации членов творческого коллектива.

Во время записи программы «Футбольный Клуб» работает две камеры: основная и дополнительная. Первая – расположена параллельно ведущему, на нее оператор снимает ведущего анфас. План средний, съемкой с этой камеры начинаются и заканчиваются выпуски программы. Вторая камера снимает ведущего в полупрофиль крупным планом. Такое расположение камер помогает оптимизировать визуализацию контента. Вторая камера позволяет плавно осуществлять склеивание между дублями. Такой подход используют несколько специалистов, перешедших с телевидения на видеохостинги.

После вступительных слов в программе проигрывается анимированная заставка, изображающая конвейерное производство человекоподобных фигур, которых одевают в футбольную форму. Затем одна из фигур вытягивается анимированной человеческой рукой, которая перемещает фигуру в область футбольных ворот. После этого на экране появляется наименование программы. Анимация с элементами комичности помогает зрителю настроиться на просмотр передачи. Также во время заставки играет песня артиста Сергея Шнурова «Футбольный Клуб», написанная специально для передачи Василия Уткина. Эта песня используется в передаче с 2005 года, ассоциируется с ней и задает настроение всему выпуску. Такой же подход к заставкам с точки зрения аудиовизуализации используется в других проектах на видеохостингах.

После заставки следует анимация с обозначением спонсора. Под динамичную мелодию визуализируются коллаборация бренда Василия Уткина и букмекерской компании «Фонбет» – титульного спонсора передачи. На протяжении нескольких секунд на экране появляются фигуры, изображающие силуэт утки. Этот символ – часть бренда ведущего Василия Уткина. Также в передаче используется звук криканий утки в случаях использования ненормативной лексики. В данном случае аудиовизуализация помогает укрепить понимание аудиторией бренда Василия Уткина и сказывается на формировании имиджа журналиста.

На протяжении всей передачи ведущий анализирует спортивные новости. Для большего понимания и погружения зрителей в суть новости редакторы совместно с монтажером ищут фотографии, картинки и видео, связанные с новостью, и размещают их в передаче. Так, в выпуске передачи от 25 января 2024 года, ведущий говорил о поражении футбольной команды «Интер» в финале турнира Лига Чемпионов. В это время на экране демонстрировалась фотография матча, когда игроки футбольного клуба пропустили решающий гол. Фотография появилась во весь экран, она помогла визуализировать слова ведущего. Также возможно размещение фотографий, которые не занимают весь экран, а появляются сбоку от ведущего. В том же выпуске от 25 января 2024 года Уткин анализировал сообщения о том, что президент УЕФА Александр Чеферин желает вернуть юношеские Сборные России к участию в международных футбольных соревнованиях. Когда ведущий упомянул фамилию президента Чеферина, справа от лица журналиста появилась фотография Чеферина. Однако такой полиэкранный подход к визуализации возможен, если в данный момент используется основная камера. Дополнительная камера не позволяет разместить фотографию сбоку от лица ведущего.

В программе также присутствуют анимированные фрагменты-заставки, которые символизируют переход к следующему новостному блоку передачи. Всего этих блоков три: вступительные слова, новости российского спорта, новости зарубежного спорта. Также существует рекламный блок, который может появляться не в каждом выпуске. Для того, чтобы его выделить, на экране появляется анимация с текстом «Реклама». Также раздается звук свистка футбольного арбитра, который привлекает внимание зрителя и говорит о переходе к новому блоку. Аудиовизуально рекламный блок подчеркивается тем, что он снимается

в другой съемочной локации, фоном начинает играть мелодия. Это сделано для гармоничного разграничения смысловых частей передачи.

Аудиовизуализация информации в современных медиа имеет характерные черты, которые воспроизводятся сразу несколькими проектами специалистов, перешедших с телевидения на видеохостинги. Трансформация средств аудиовизуализации происходит через гибридизацию, которая возможна при совместной работе специалистов с опытом работы на телевидении и профессионалов, работающих с контентом на видеохостингах. Подход к аудиовизуализации информации в передаче «Футбольный Клуб» видоизменился при переходе программы в Интернет. Однако прошлые телевизионные способы аудиовизуализации либо остались, либо изменились и дополнились новыми.

Библиографические ссылки

1. *Круглова Л. А., Кострюков А.И.* Русскоязычный YouTube: тренды «пятой власти» 2021 года // Вестник НГУ. Серия: история, филология. 2023. Вып. 6. С. 82–93.
2. *Круглова Л. А., Литвинцев А. Э., Щепилова Г. Г.* Видео контент в интернете: аудиторные предпочтения // Вестник ВГУ. Серия: филология. Журналистика. 2019. Вып. 4. С. 134–138.
3. *Круглова Л. А., Щепилова Г. Г.* Видео контент в Интернете: особенности аудиторного потребления // Вопросы теории и практики журналистики, 2019. Вып. 2. С. 342–354. DOI: 10.17150/2308–6203.2019.8(2).
4. *Онуфриенко К. А.* Трансформация традиционных телевизионных жанров на новых технологических платформах // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики, 2021. Вып. 3 (42). С. 99–108.
5. Отечественная теория медиа: основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: МГУ. 2019.
6. Промес все-таки сядет? / Зенит остался без русских / Реал vs Барса: кто купил судей? // Платформа YouTube [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=zE1zzp3X_DM (дата обращения: 30.01.24).