

ВИДЕОКОНТЕНТ О МЕДИАФУТБОЛЕ: СОДЕРЖАНИЕ ФЕНОМЕНА

Д. А. Шавров

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
d.shavrov97@mail.ru*

Рассматривается медиафутбол как составная часть современного видеоконтента в интернете. Подчеркивается популярность современного футбольного медиаформата, необходимость дальнейшего исследования феномена.

Ключевые слова: YouTube; медиафутбол; Медийная футбольная лига.

VIDEOCONTENT ABOUT MEDIAFOOTBALL: STRUCTURE OF THE PHENOMENON

D. A. Shavrov

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: D. A. Shavrov (d.shavrov97@mail.ru)*

Mediafootball is considered as an integral part of modern video content on the Internet. The popularity of the modern football media format and the need for further research of the phenomenon are emphasized.

Key words: YouTube; mediafootball; Media Football League.

Медиафутбол – разновидность игры в футбол, где команды составлены из известных людей, представителей шоу-бизнеса, блогеров. Истоки современного медиафутбола относятся еще к советским временам, где команды московских театров проводили между собой товарищеские матчи или турниры. В 2018 г. видеоблогер Герман Попков (более известный в интернет-среде как Герман El Classico), прославившийся записью роликов по игре FIFA, а позже – челленджей (коротких соревно-

ваний в футбольних умениях между блогерами), починає реаліті-шоу «Команда Германа», в якому збирає других блогерів, знімаючих відео о футболі, в одну команду. Пізніше команда путем голосування болельщиків отримала назву «Амкал». Із початку команда проводила товарищескі матчі з різними футбольними колективами (спочатку тільки в Москві, після – і на виїзді), на каналі Германа Попкова виходили ролики о тренівках і іграх команди. На каналах других учасників «Амкала» виходили рубрики, пов'язані з іграми і гравцями команди: реакції на ролики з каналу Германа Попкова; рубрика «Мікрофон на полі», де мікрофон в час гри надівався на гравця або тренера команди і показувалися кращі і смішні моменти, пов'язані з грою цього чоловіка; живі відео (влоги) о тому, як гравці проводили день гри і т. д. Поступово команда виросла от гри на невеличких футбольних стадіонах без трибун до матчів на стадіонах чемпіонату світу-2018 і Російської прем'єр-ліги. Після часу свою команду 2Drots створили блогери Євгеній Бабенко і Нікіта Панасюк, уже відомі по каналах 2Drots і ChebuRussia. Наступним своїм окремим колективом (ФК «Рома») створив Роман Калінченков (Ромарой). Спочатку вони входили в склад «Амкала». Паралельно починає розвиватися футбольний клуб «На спорті», ізначально позиціонувавший себе «командою тиктокерів».

В 2020 г. Герман Попков після зняття обмежень, пов'язаних з пандемією коронавірусу, організовує турнір между медійними командами, отримавший назву «Московський кубок селебриті» (МКС). З цього моменту медіафутбол починає рух до змагального формату. Відповідно змінюється і відеоконтент. На каналі Германа Попкова в час турніру виходили не тільки огляди «Амкала», но і гри всієї турніру. Команди-учасники випускали ролики о своїх матчах. Крім того, команди (в особливості 2Drots і «Рома») на протязі турніру МКС і після його закінчення знімають футбольні челленджи виключно з гравцями своїх команд. В 2021 г. був проведений другий «Московський кубок селебриті». К цьому моменту з'являються стримери, які дивляться огляди матчів в прямому ефірі, реагують на гри і результати (наприклад, стример і блогер «Risen-NANA»).

Найбільше розвиток медіафутбол отримує з моменту заснування в 2022 г. «Медійної футбольної ліги» (МФЛ або Медіаліга), організаторами якої виступили бізнесмен Ніколай Осипов і колишній

футболист Дмитрий Кортава. Матчи начинают транслироваться в прямом эфире на платформах YouTube и, позже, VK видео. На площадках МФЛ вместе с матчами выпускаются челленджи, которые позволяли добавить очков в турнирной таблице или получить бонус (например, использование 12-го игрока на три минуты) во время игры. Клубы начинают активно развивать собственные YouTube-каналы, придумывать новые форматы и не ограничиваться лишь обзорами поединков. Финалисты турнира впервые получают возможность сыграть на крупном стадионе – заключительная игра первой МФЛ прошла на стадионе «ВТБ Арена» в Москве. До этого игры на крупных стадионах проводил лишь «Амкал». С приходом в МФЛ игроков со своими продакшн-студиями (например, продакшн Medium Quality, выпускавший на тот момент известное шоу «Что было дальше?») и др.) начинает совершенствоваться качество производимого контента, снимается больше развлекательных форматов. Появляется отдельное направление в журналистике: авторы, которые раньше писали о профессиональном футболе (например, Севастьян Терлецкий), начинают писать серьезные аналитические материалы, интервью, разборы, связанные с играми МФЛ и других турниров медиафутбола. На площадке «Это футбол, брат!» каждую неделю выпускают ток-шоу «Это медиафутбол, бро!» (известное также, как «Черная комната» и «Стол»), куда приходят наиболее значимые личности комьюнити и обсуждают последние новости. Кроме того, на площадке стали появляться другие форматы – интервью «Белая комната», раскрывающие личности медиафутбола, развлекательный формат «Тайная комната». Одновременно стало заметно увеличение профессионального футбольного уровня: бывшие профигроки, выступавшие в РПЛ, первой и второй лигах российского футбола, зарубежных чемпионатах стали вытеснять с поля медийных игроков, которые стали играть роль «фронтменов», создающих в первую очередь контент, а не играющих непосредственно в футбол. С целью сохранить медийных игроков на поле были введены статусы «Профи» и «Медиа», имеется лимит на количество «Профи»-игроков в команде. Трансляции игр МКС-2023 велись в общероссийском эфире на канале «Матч Премьер». О популярности и значимости медиафутбола как феномена современной медиасреды ярко говорит то, что трансляция матча команд «Амкал» и 2Drots на пике собрала у экранов 250 тыс. пользователей, а игру «Амкал»-«Сахалинец», прошедшую 16 сентября 2023 г. на «Борисов-арене», посетили 11783 зрителя при максимальной вместимости 13126 зрителей, что

стало 11 по посещаемости игрой в истории стадиона: игра блогерских команд собрала больше, чем, например, встреча БАТЭ и Порту в Лиге чемпионов УЕФА 25 ноября 2014 г. [1].

В Беларуси также существуют две хорошо известные медиакоманды: «Inform» и «DMedia». Последние с 2024 г. представляют нашу страну в МФЛ.

Таким образом, современный видеоконтент о медиафутболе разделяется на несколько структурных частей:

1. Трансляции футбольных матчей (МФЛ, МКС и др. турниры).
2. Интервью до / после матчей с игроками команд (в формате YouTube Shorts).
3. Интервью, раскрывающие личности известных персонажей медиафутбола («Белая комната»).
4. Ток-шоу и подкасты с обсуждением актуальных событий комьюнити («Это медиафутбол, бро!»; ППХ Василия Маврина и др.);
5. Влоги игроков команд.
6. Футбольные челленджи с участием персонажей из медиафутбола:
7. Развлекательный контент («Тайная комната», «Большая десятка» по аналогии с «Большим шоу»).

На данный момент медиафутбол представляет собой динамично развивающийся феномен с нестрогой системой видеоконтента, требующий дальнейшего изучения.

Библиографические ссылки

1. 11 782 зрителя на Медиалиге в Беларуси. Больше, чем на «Порту» и «Фиорентине» [Электронный ресурс] // Sports. URL: <https://www.sports.ru/amp/post/3190250/> (дата обращения: 18.06.2024).