



Культурология

УДК 374.7

К.Л. Шарандир

Шарандир Ксения Леонидовна, студентка 3 курса группы СКД-14, ОФО, факультета социально-культурной деятельности и туризма Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: maytelez@mail.ru

Научный руководитель: **Осеledчик Елена Борисовна**, кандидат философских наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: fine10000@yandex.ru

ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИНТЕРНЕТ-ВИДЕОМЕЙКИНГА КАК ДОСУГА (НА ПРИМЕРЕ ВИДЕОХОСТИНГА «YOUTUBE»)

В данной статье рассматривается исторический аспект видеомейкинга в интернете как досуга, деятельность известных контент-мейкеров и их влияние на среду данного вида досуга, а также их влияние на молодёжную социокультурную среду.

Ключевые слова: видеомейкинг, досуг, интернет, исторический аспект.

K.L. Sharandir

Sharandir Kseniya Leonidovna, 3rd year student of the faculty of socio-cultural activities of Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: maytelez@mail.ru

Research supervisor: **Oseledchik Elena Borisovna**, Ph.D., assistant professor of SKD department Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: fine10000@yandex.ru

HISTORICAL ASPECT OF INTERNET VIDEO MAKING AS A LEISURE (ON THE EXAMPLE OF YOUTUBE VIDEO HOSTING)

This article examines the historical aspect of the Internet video making as leisure, the activity of well-known content-makers and their impact on the medium of this type of leisure as well as its impact on the youth socio-cultural environment.

Keywords: video making, leisure, Internet, historical aspect.

Интернет стал мощным катализатором развития современного досуга людей, в особенности, молодежи. Конечно, это зачастую приобретает не самый лучший вид, поскольку сеть четко разделила жизнь человека на реальную и виртуальную, и последняя стала более увлекательной и легкой для приспособления к ней. Как ни странно, в виртуальной реальности тоже есть досуг, хоть и весьма своеобразный и присущий лишь Всемирной сети. Основные два популярных вида досуга – это ведение текстовых блогов и создание видеоконтента, размещаемого на специальных сайтах.

Одними из самых популярных сайтов в интернете являются видеохостинги, на которых и размещается этот видеоконтент. На просторах сети их существует великое множество, а многие социальные сети поддерживают просмотр видеороликов. «Видео в интернете» – это уже отдельный феномен, ведь именно посредством размещенных в сети различных видео распространяются новости, создаются тренды, открываются сенсации. Стоит ролику «завируситься» (набрать большое количество просмотров за короткий промежуток времени), и об этом тут же сообщат телеканалы, а в социальных сетях произойдет всеобщий отклик. И неважно,

несет ли он позитивный или негативный посыл, о нем будут говорить все. Но сейчас видео в интернете – это не просто загруженный видеоролик из чьей-то жизни или какой-то запечатленный смешной момент, а уже самостоятельный вид досуга, тщательно спланированный и нацеленный на определенную аудиторию. Данный досуг именуется интернет-видеомейкигом.

Интернет-видеомейкинг – деятельность по созданию видеороликов различного содержания, впоследствии размещаемых на видеохостингах во Всемирной сети. Однако в нынешнем виде данный вид досуга был не всегда. Рассмотрим важные этапы в истории онлайн-видео, которые дали развиваться впоследствии видеомейкингу [5]:

- В 1993 году участники калифорнийской рок-группа «Severe Tire Damage» стали первыми людьми, которые провели стрим (англ. «stream» – транслирование видео в Интернет в режиме реального времени) – они показали в прямой трансляции свой концерт.

- В 1995 году Microsoft выпускает плеер «ActiveMovie» для «Windows», который поддерживал проигрывание потоковых видео через Интернет.

- В том же 1995 году появился первый «вирусный» ролик, который пользователи Сети активно начали распространять через электронную почту – американский короткометражный мультфильм «The Spirit of Christmas» от Трэя Паркера и Мэтта Стоуна, будущих создателей культового мультсериала «South Park». До этого в 1992 году была создана еще одна рождественская короткометражка, но именно популярность абсурдного мультфильма в Интернете и персонажи данной короткометражки получили второе рождение в вышеупомянутом сериале. Успех мультфильма повторили такие ролики, как «The Dancing Baby», «All Your Base Are Belong To Us» и «Peanut Butter Jelly Time».

- В 1999 году зафиксирован бум обмена видео между пользователями Сети с помощью технологии «P2P» (peer-to-peer).

- В 2005 году был запущен сайт «YouTube», ставший впоследствии самым известным видеохостингом в мире.

Самым популярным и давно зарекомендовавшим себя видеохостингом является «YouTube». Как крупнейшая в мире видеоплатформа, «YouTube» оказывает влияние на многие сферы жизни общества, отдельные видео на «YouTube» возникают непосредственно на фоне мировых событий.

Сайт был основан 14 февраля 2005 года Стивом Чэнем, Чадом Хёрли и Джаведом Каримом в Сан-Бруно, Калифорния. Самое первое видео на данном сайте – 18-секундный ролик любительской съемки Джаведа Карима в зоопарке Сан-Диего было размещено 23 апреля 2005 года в 20:27 по местному времени. Это стало первым шагом к завоеванию интернет-пространства. В ноябре 2006 года была завершена покупка «YouTube» компанией «Google» за 1,65 миллиарда долларов, после чего корпорация стала заниматься тщательной раскруткой и совершенствованием платформы [2]. Сайт известен своей простотой использования и довольно либеральной политикой в отношении размещения контента (исключение составляют ролики сексуального и порнографического характера, натуралистичный, оскорбительный и опасный контент). Действует счетчик просмотров в реальном времени, система оценки видео, возможность сделать ролик название и описание, добавлять хэштеги и категорию для поиска, возрастное ограничение и т.д. [4]. А с сентября 2010 года в российском сегменте «YouTube» появилась возможность монетизации роликов (вступление в партнерскую программу «YouTube») за счет размещения рекламы в них [3]. Это один из нескольких факторов, который помогает развиваться такому виду деятельности на «YouTube», как видеомейкинг.

Видеомейкинг в сети Интернет уже больше десяти лет имеет статус интернет-феномена. Благодаря этой сфере Всемирная сеть может в ближайшее время заменить телевидение, но пока это не представляется возможным из-за присутствия некачественного контента и отсутствия контроля за его размещением. Существует множество жанров и

разновидностей видеороликов. Самой первой формой видеомейкинга, появившейся в Интернете, и самой популярной на нынешний момент является видеоблог (англ. Video blog) или же сокращенно влог – это разновидность блога, где вместо текстовой информации используется видеоряд. Тема видеоблога выбирается самим создателем и может быть разной: от обсуждения веяний моды, новостей и политики до обыкновенного рассказа о самом себе.

Впоследствии появилось очень много разнообразных направлений видеомейкинга, на которых специализируются контент-мейкеры. Зачастую бывает, что один автор пробует себя в разных жанрах видео, не ограничиваясь чем-то одним. Самые распространенные жанры – это видеоблог, обзоры (кино, музыка, видео на YouTube товары, автомобили и т.д.), DIY (Сделай Сам), эксперименты, челленджи (challenge), любительские музыкальные клипы и анимационные ролики, бьютиблог и юмористические видео (скетчи, стенд-апы и т.д.). В Рунете они также получили большое развитие. В целом, многие из жанров онлайн-видео нацелены на просвещение людей, призыв открыто делиться своим мнением, воспитывать в себе чувство юмора, создавать свой уникальный контент, будь то анимация, музыка и т.д.

На видеомейкинг в России мощное влияние оказал и оказывает до сих пор западный видеомейкинг. Такие имена, как Рэй Уильям Джонсон, Феликс Чельберг (PewDiePie), Тайлер Окли, Иэн Эндрю Хэхокс и Энтони Падилла (дуэт «Smosh»), Фрэдди Вон знают не только в их родных странах, но и во всем мире. В особенности надо отметить деятельность PewDiePie, канал которого СМИ часто называют самым популярным и быстрорастущим (на июнь 2017 года его аудитория насчитывает более 55 612 000 подписчиков), а его контент – самым разнообразным, порой провокационным и высмеивающим современные тренды. Также он публикует личные влоги и летсплеи (прохождения компьютерных игр) с упором на юмор.

Влияние таких титанов «YouTube» чувствуется и в российском сегменте YouTube, но и у нас есть уникальные авторы – «ютьюберы», которые формируют уникальное лицо отечественного контент-мейкинга. У нас есть довольно яркие представители видеомейкинга, которые по уровню качества своего контента не уступают зарубежным, а некоторые даже и опережают. По данным аналитического сайта «WhatStat» за май 2017 года, самые популярными российскими контент-мейкерами на данный момент являются [1]:

- ЕеOneGuy (Иван Рудской) – 11 733 632 подписчика.
- SlivkiShow (Юрий Янив) – 8 463 733 подписчика.
- AdamThomasMoran (Шоу «+100500», ведущий – Максим Голопогосов) – 8 253 892 подписчика.
- FROST (Юрий Морозилка) – 6 546 572 подписчика.
- TheBrainDit (Олег Брейн) – 6 156 570 подписчиков.
- This is Хорошо (одно из немногих русскоязычных шоу, создаваемых за рубежом (Латвия), ведущий – Стас Давыдов) – 5 873 702 подписчика.
- TheKateClapp (Катя Клэп) - 5 582 707 подписчиков.

Также достойными и продуктивными представителями российского сегмента «YouTube» можно назвать таких людей, как Дмитрий Карпов (более известный, как Сыендук), Данил Поперечный, Эльдар Джарахов, Игорь Кухан (Ли Кей), Юрий Хованский, Дмитрий Ларин, Валентин Петухов (Wylsacom), Мария Вэй, Дмитрий Куплинов, Федор Нечитайло (Fedor Comix), Руслан Усачев и так далее. Интересен тот факт, что большинство российских контент-мейкеров живут и работают в Санкт-Петербурге. Именно этот город считается «родиной» российского видеомейкинга.

На сайте «YouTube» достаточно много каналов – «миллионников», которые своим трудом и интересным контентом смогли завоевать миллионную аудиторию. Многие из российских контент-мейкеров, в том числе и вышеперечисленные, впоследствии стали известными за пределами

Интернета, реализовали себя в других сферах, причем весьма успешно. Их пример вдохновляет многих молодых людей: одних – на получение известности и признания, других – на продвижение своих талантов и реализацию своих идей.

Таким образом, исследование исторического аспекта видеомейкинга и деятельности контент-мейкеров дает наглядное представление о разнообразии данного вида досуга и актуальность для современной молодежи. Платформа «YouTube» на сегодняшний день – самая развитая, простая и доступная для контент-мейкеров и их зрителей.

Список используемой литературы и источников:

1. Рейтинг русскоязычных каналов YouTube. URL: <http://whatstat.ru/channels/top500>
2. YouTube. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/YouTube>
3. Правила партнерской программы YouTube. URL: <https://support.google.com/youtube/answer/1311392?hl=ru>
4. Правила YouTube. URL: <https://www.youtube.com/yt/policyandsafety/ru/policy.html>
5. The History of Online Video. URL: <http://infographicjournal.com/the-history-of-online-video/>