

ТРАНСФОРМАЦИЯ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФИЛЬМА В YOUTUBE: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ С ДОКУМЕНТАЛЬНЫМИ ТЕЛЕФИЛЬМАМИ

Transformation of a Documentary into YouTube: a Comparative
Analysis with TV Documentaries

Айнур Эдрисовна Сулейменова
ainur3367@gmail.com

Костанайский региональный университет имени А. Байтурсынова
(Костанай, Казахстан)

Асима Калимовна Ишанова
ishanova87@mail.ru

Евразийский Национальный университет имени Л.Н. Гумилева
(Астана, Казахстан)

Ainur E. Suleimenova
ainur3367@gmail.com

A. Baitursynov Kostanay State University (Kostanay, Kazakhstan)

Asima K. Ishanova
ishanova87@mail.ru

L.N. Gumilyov Eurasian National University (Astana, Kazakhstan)

ISSN: 1698-322X ISSN INTERNET: 2340-8146

Fecha de recepción: 27.04.2022

Fecha de evaluación: 14.10.2022

Cuadernos de Rusística Española n° 18 (2022), 221 - 233

РЕЗЮМЕ

В данной статье авторы сравнивают документальные фильмы производства официальных телевизионных каналов и созданные специально для платформы YouTube с целью обосновать новый тип фильма в документалистике. Видеохостинг YouTube в XXI веке стал площадкой для независимых авторов, стремящихся высказаться на социально значимые темы. В русскоязычном YouTube пиком развития свободной мысли в Интернете стал проект журналиста Юрия Дудя, в Казахстане постепенно начинает формироваться сообщество независимых видеомейкеров. Таким образом, чтобы обосновать свое предположение о формировании документального фильма типа YouTube, авторы провели сравнительный анализ русскоязычных фильмов казахстанских телеканалов КТК, «Хабар» и документальных проектов YouTube-каналов. Примером авторских документальных проектов можно назвать каналы «kana beisekeev», «Ринаг Балгабаев».

Ключевые слова: YouTube, документальные проекты, социальные медиа, этика, постправда, телефильм.

ABSTRACT

In this article, the authors compare documentaries produced by official television channels and created specifically for the YouTube platform in order to justify a new type of film in documentaries. YouTube video

hosting in the XXI century has become a platform for independent authors seeking to speak out on socially significant topics. In the Russian-language YouTube, the peak of the development of free thought on the Internet was the project of journalist Yuri Dud, a community of independent video makers is gradually beginning to form in Kazakhstan. Thus, in order to substantiate their assumption about the formation of a YouTube-type documentary, the authors conducted a comparative analysis of the films of the Kazakh television channels KTK, “Khabar” and documentary projects of YouTube channels. An example of the author’s documentary projects can be called the channels “kana beisekeev”, “Rinat Balgabayev”.

Keywords: YouTube, documentary projects, social media, ethics, post-truth, TV movie.

ВВЕДЕНИЕ

Современное медиапотребление основано на использовании более чем одного экрана, что подтверждается рядом исследований. Например, в 2014 году исследовательские компании Millward Brown, проведенные в 37 странах среди 17 тысяч респондентов, показали, что в большинстве случаев аудитория, имея выбор среди экранов (телевизор, компьютер, планшет, смартфон) предпочитает комбинировать их между собой, тем самым практикуя параллельное медиапотребление. Телевизор теряет монополию на внимание аудитории к визуальной продукции. По данным международного агентства Zenith, количество времени, которое пользователи тратят в режиме онлайн, увеличивается с каждым годом по всему миру, в то время как время перед телевизором постепенно уменьшается. Новым телевидением становится YouTube (Ruth Page 2022: 37).

Исходя из этого, возникает необходимость исследования особенностей визуальных продуктов для разных носителей и платформ. На сегодняшний день популярными становятся приложение Tik-Tok и видеохостинг YouTube. Причем последнее социальное медиа активно развивается и как хранилище визуального контента различных веб-ресурсов, в том числе и онлайн-телевидения, и как самостоятельное медиа, в котором пользователи представляют оригинальный контент и являют собой серьезную конкуренцию крупным телевизионным корпорациям. На сегодняшний день необходимо определить характерные черты визуальных продуктов в социальных медиа, чтобы определить путь их развития в будущем и трезво оценить влияние технологического развития на формы и темы новых медиа.

YouTube выделяется тем, что консолидирует в себе три разных стороны. В первую очередь, конечно, он представляет собой видеохостинг, на котором хранят свой видеоконтент как отдельные пользователи, так и компании, в том числе телевизионные каналы. Вторая ипостась — это социальное медиа. На YouTube создаются сообщества, представлена лента новостей, есть дополнительный формат вертикального видео. И еще одна сторона этой платформы — маркетинговая, так как YouTube является площадкой для распространения рекламы, видео коммерциализируются, активные блогеры получают возможность заработка (Paul Soukup 2014: 3).

Документалистика ярко выделяется из всего разнообразия видео на YouTube, во-первых, из-за привязанности к объективной реальности, а во-вторых, из-за популярности таких крупных проектов, как «Король тигров» от Netflix или «Русские евреи» Леонида Парфенова. На документалистику на YouTube как на новую форму социальной активности указывает американский теоретик документального кино Билл Николс (Bill Nichols 2010: 2).

Теоретик медийного производства Александра Юхас в своем исследовании отмечает оптимистические надежды на YouTube как на площадку, способную обеспечить демократическое развитие общества (Alexandra Juhasz 2008: 299). Большое влияние на формирование активизма в социальных медиа оказали политические события в арабском мире, в которых социальные медиа занимали важную роль не только как средство коммуникации, но и как средство воздействия и консолидации (Julie Uldam, Tina Askanius 2013: 2). О природе YouTube как социального медиа, продолжающего и развивающего традиции Web 2.0, то есть Интернета, контент которого создают сами пользователи, исследователи говорят постоянно (Sofya Glazunova 2020: 122).

Однако необходимо помнить о том, что документальное кино при всем стремлении авторов к объективности и реалистичности не может и, в большей степени, не должно являться документом. На автора влияют как географический, культурный контексты, так и его собственная оценка и угол зрения на проблему (Frederik Le Roy, Robrecht Vanderbeeken 2018: 200). Также не следует определять качество контента на YouTube по количеству подписчиков и просмотров, потому что коммерческий аспект развитию платформы привлекает внимание бизнеса, рекламы (Zackary Kellett 2021: 8).

Целью данного исследования является проследить изменения документального видеоконтента в YouTube через сравнение документального телефильма и оригинального авторского документального фильма на YouTube.

Предметом исследования авторы выделяют документальные проекты казахстанского сегмента в YouTube и телевидения, так как именно тут прослеживаются заметные изменения за последние 5 – 10 лет.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Телевизионный форматный документальный фильм имеет характерные черты, которые были приняты на основе привычек аудитории смотреть телевизор. Исследователь Ирина Кемарская сформировала выводы на основе анализа телесмотрения. Во-первых, формирование телевизионного продукта основывается на ритуалах аудитории и на ее поведенческой реакции. Вечерний отдых сопровождается развлекательными и серьезными программами, которые нацелены на утоление эмоционального или физического голода, в отличие от утреннего эфира, являющимся фоном для ежедневной рутины. Во-вторых, учитывая, что чаще всего телесмотрение имеет характер эпизодический, автор делает вывод, что «нет смысла насыщать зрелище сложными конструкциями и яркими динамическими эпизодами» (Кемарская 2014: 190-192). Все это влияет на формат, в том числе и на формат телевизионного документального фильма.

Авторы научной статьи «Форматный» этап развития российского телевизионного фильма: достоинства и недостатки» Галина Бровченко и Сергей Борисов перечислили следующие основные черты, определяющие формат документального фильма на телевидении:

- чаще всего темой и героями телевизионных документальных фильмов становятся известные, публичные персоны;
- обязательно наличие экспертов по соответствующей теме (чаще всего применяется мизанкадр, где эксперт снят средним планом и смотрит в сторону от камеры — прим. автора);
- используются шокирующие и скабрзные факты, демонстрируются эксклюзивные кадры;
- направляющий и разъясняющий закадровый голос;
- клиповый монтаж;
- гремющая музыка;
- определенный хронометраж — 26 – 52 минуты (Бровченко, Борисова 2017: 28–29).

Из всего разнообразия документальных проектов на YouTube можно вывести четыре крупных класса: неоригинальные — те, которые загружены с телевидения или архивов; оригинальные — созданные специально для платформы; авторские — загруженные на канале отдельного автора и перезалитые — загруженные на канале пользователей, не имеющих отношения к созданию проекта.

В исследовании проведен сравнительный анализ телевизионных фильмов: «Нефть. Черное дело», «Узники Джихада» (казахстанский телеканал КТК), «Наурыз. Возвращение к истокам», «Легенда 10. Сегизбаев» (казахстанский телеканал «Хабар») и документальные проекты YouTube-каналов: “kana beisekeev” («Ustaz», «Последний корабль»), «Ринат Балгабаев» («Потомки Фараонов», «Эпидемия»). Взятые примеры из YouTube являются авторскими оригинальными документальными проектами. Сравнение проходит по следующим критериям: характер и функциональность темы фильма; наличие в кадры героя, эксперта и выбор мизанкадра; наличие эксклюзивного, шокирующего материала и эмоциональная подводка к нему; использование закадрового голоса; клиповый монтаж; работа с музыкой; хронометраж.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Телеканал КТК является частной компанией, специализируется на темах разоблачения, расследований, криминала. Выбранные фильмы — это типичные представители документалистики на канале и по форме, и по теме: «Нефть. Черное дело» и «Узники Джихада».

Автор и ведущий фильма «Нефть. Черное дело» Виталий Мантров проводит журналистское расследование, связанное с финансовыми манипуляциями в нефтяном бизнесе в Казахстане. Фильм вышел на телеканале и был загружен на официальную страницу YouTube КТК 26 марта 2019 года. Охват КТК в марте 2019 года составлял 67,98%. На момент исследования фильм на YouTube просмотрели 20 072 раз. Количество подписчиков — 1 миллион 37 тысяч. Данный фильм набрал 158 положительных оценок, 31 — отрицательную, 22 комментария, из которых последний был оставлен 1 месяц назад. Фильм длится 38 минут с половиной.

Тема фильма — контрабанда нефти и нефтепродуктов из Казахстана. Основой фильма стало уголовное дело, связанное с небольшой нефтяной компанией, которой

владел зарубежный бизнесмен. Цель фильма — попытка расследовать преступление и раскрыть свидетельства вины человека, избежавшего наказания. Для этого авторы добавляют кадры оперативной съемки, записи телефонных разговоров, анимационный текст, схемы, фотографии.

В фильме используется много эксклюзивного материала. Это и видео с допросом, телефонные разговоры, фотография обвиненного в преступлении со знаменитостью. Чтобы зритель не сомневался, что перед ним эксклюзив, важные моменты в фильме обозначены громкой тревожной музыкой или паузой.

Закадровый голос принадлежит ведущему журналисту Виталию Мантрову. Закадровый текст наполнен художественно-выразительными средствами. Например, при появлении в кадре фотографий со знаменитой певицей, автор говорит: «Музыка ли связала?», делая отсылку к известной песне. Другой пример: «Так жить нельзя. Нужно лучше и веселей». Тут автор отсылается к советскому лозунгу «Жить стало легче, жить стало веселее». Помимо этого, в фильме прослеживается сравнение нефти с кровью: это присутствует как в тексте автора, так и в последнем кадре, где нефть растекается по земле как кровь.

Присутствует клиповый монтаж, весь фильм сопровождается музыкой, создающей настроение в кадре. Проект создан специально для телевидения, он поделен на три части (14 минут — введение в тему, в историю, знакомство с участниками уголовного дела; 12 минут — описание уголовного дела, предоставление аудио- и видеодоказательств; 10 минут — последствия контрабанды нефтепродуктов). Данный фильм соответствует по настроению телеканалу, динамичен и имеет четкую композицию.

Фильм «Узники Джихада» вышел 27 ноября 2017 года в творческой коллаборации компании Strana Media Team и Фонда первого президента. Документальный фильм был показан в рамках телевизионного эфира и опубликован на официальном сайте телеканала, но на YouTube-канале КТК фильм выложен не был. Данных по охвату телеканала КТК на ноябрь 2017 года нет. Сложно определить насколько популярен фильм среди аудитории. Фильм построен как истории нескольких людей, осужденных за пропаганду терроризма. Есть четкое разделение фильма на три части по 10 – 12 минут, общий хронометраж составляет 41 минуту.

Тема фильма важная, актуальная для Казахстана в год премьеры. Главная цель данного проекта — показать причины распространения террористических организаций и предупреждение зрителей об уголовной ответственности.

В качестве экспертов представлены политологи, культурологи и представители мусульманской религии Казахстана и Чеченской республики. Центральными персонажами в фильме стали мужчины, осужденные за пропаганду терроризма, которые рассказали, как и почему они попали в преступную группировку. Эти истории создают основу для эксклюзивности материала.

Закадровый голос поясняет и связывает синхроны экспертов и персонажей фильма. Голос имеет поучительные интонации.

В фильме присутствует клиповый монтаж, музыка соответствует настроению каждого эпизода: от тревожной до угрожающей. При наличии четкой композиции фильма, чувствуется пропагандистские настроения и попытка убеждения аудитории в том, что хорошо, а что плохо. Зритель лишен возможности делать выводы самостоятельно.

Документальные фильмы телеканала «Хабар» в большинстве случаев посвящены созданию бренда страны («Байконур: дорога к звездам», «Туркестан — колыбель тюркского мира»), политическим событиям («Казахстан-Китай: Парад новых побед»), личности президента («Штрихи к портрету») или праздничным датам («Мой город» ко дню столицы, «Чего хочет женщина» к 8 марта). Фильм «Легенда 10. Сегизбаев» выбивается из системы, как и сериал про музыканта Димаша Кудайбергенова и серию фильмов «Культура равнодушия». В данном исследовании мы рассматриваем только отдельные проекты, не серии, поэтому был выбран фильм с нетипичной темой канала и с типичной — «Наурыз. Возвращение к истокам».

Фильм «Легенда 10. Сегизбаев» вышел в эфир телеканала «Хабар» 21 декабря 2019 года по заказу семьи казахстанского футболиста и тренера Тимура Сегизбаева. Охват канала на месяц премьеры составил 36,40%. Через год фильм был опубликован на официальном YouTube-канале «Хабар Тапум» длительностью 59 минут. На 07.10.2021 года количество просмотров составило 5 166 при 227 000 подписчиков, из них 57 зрителей оценили фильм положительно, 7 — отрицательно. Последний комментарий из 5 был оставлен год назад. В мае 2021 года русскоязычная и казахскоязычная версии фильмов были выложены на отдельном YouTube-канале, посвященном Тимуру Сегизбаеву. Продолжительность обеих версий — 1 час 10 минут. На момент исследования аудитория у данного канала составляет 42 человека, однако расширенные версии набрали 479 просмотров на русском языке и 191 просмотр — на казахском.

Тема фильма — история казахстанского футбола, показанная через судьбу легендарного казахстанского игрока и тренера. Цель фильма — как можно больше рассказать об истории футбола в стране, из-за чего большой объем информации воспринимается тяжело, учитывая, что авторы используют только три приема: синхрон, закадровый голос, архивные хроники, несколько постановочных сцен. Помимо этого, в фильме выражается тоска по ушедшей эпохе и надежда на будущее поколение футболистов. Финальные титры идут в сопровождении видеовставок с клятвами юных воспитанников академии футбольного клуба «Кайрат».

Фильм-портрет использует метод интервью. Всего в фильме 42 опрошенных человека, среди которых и знакомые, родственники Сегизбаева, а также эксперты в сфере футбола и просто известные болельщики. Мизанкадр выбран один: все респонденты общаются с интервьюером за кадром, направляя взгляд мимо объектива камеры в сторону.

В целом можно сказать, что в фильме использованы эксклюзивные материалы, потому что тема фильма не поднимается часто, а свидетельства респондентов о прошлом наполнены большим объемом фактов. В какой-то степени фильм можно назвать образовательным.

Текст читает актер Сергей Чонишвили, чей голос знаком телевизионным зрителям российских и казахстанских телеканалов. Закадровый голос объединяет разрозненные истории в одну, объясняет контекст.

В фильме использован клиповый монтаж: объем использованных синхронных составляет от 7 до 30 секунд, которые в большинстве своем сопровождаются архивными кадрами в качестве перебивок и переходов. Фоновая музыка в фильме отражает настроение, которое подразумевают авторы в конкретном эпизоде фильма:

от веселых, забавных мелодий (воспоминания болельщиков) до тоскливых и грустных (гибель целой команды, ностальгия). Фильм «Легенда 10. Сегизбаев» с помощью YouTube-канала может одновременно существовать в укрупненной (телевизионной) и расширенной версиях на нескольких языках. На отдельном канале фильма в описании сказано, что в скором времени фильм выйдет на английском языке. Однако композиция фильма не работает на идею заинтересовать, схематический подход не дает возможности фильму выделиться из большого числа однотипных телевизионных проектов.

Фильм «Наурыз. Возвращение к истокам» длится 29 минут. Впервые он был показан по телевизору и опубликован на YouTube-канале к национальному празднику Наурыз 22 марта 2021 года. Охват телеканала «Хабар» на март 2021 составлял 44,04%. На момент исследования у фильма было 436 просмотров, 15 положительных оценок и 1 комментарий.

Тема фильма — история и традиции проведения праздника. Однако вводная часть фильма — рассказ о традициях, связанных с рождением ребенка, который перетекает в описание философии Наурыза, занимает 41% всего фильма. Тема самого фильма начинает раскрываться с 12-й минуты. Фильм состоит из синхронов (10 экспертов, 1 герой), закадрового голоса (разъясняющий), постановочных сцен национального традиционного и современного быта, кадры хроники празднования Наурыза. В фильме прослеживается четкое разделение на две части (до 13:12 и после): это и логическое завершение мысли, и смена музыкальной темы и появление названия фильма в верхнем углу и отметка «12+». В фильме нет финальных титров, как и в большинстве фильмов, снятых агентством «Хабар».

Интервью построены в едином для всего фильма мизанкадре: эксперты смотрят в сторону интервьюера, поясняют суть праздника, описывают традиции и часто повторяются. Синхроны разбавляются перебивками с игровыми и архивными вставками. Автор использует звуковой переход при монтаже синхронов (эксперт еще не в кадре, но зритель уже слышит его голос). В данном фильме нет эксклюзивного материала. Это скорее традиционный фильм к празднику.

Закадровый голос используется в фильме как способ рассказать, прочесть публицистический текст. В фильме присутствует клиповый монтаж: кадры короткие, не всегда связанные между собой и с текстом. На протяжении всего фильма присутствует музыка, сыгранная на национальных инструментах. Данный проект образчик форматного телевизионного фильма, исключая эксклюзивность. Подобные фильмы носят сезонный характер и становятся актуальными к моменту празднования.

Канат Бейсекеев — казахстанский режиссер-документалист, обучавшийся в Нью-Йоркской академии кино, ведет YouTube-канал, где публикует авторские документальные фильмы, подкасты и небольшие видеоролики. Помимо этого, работает с телевизионными компаниями Казахстана. Для сравнительного анализа выбраны два фильма Каната Бейсекеева: «Ustaz» и «Последний корабль».

Фильм «Последний корабль» выпущен 14 октября в 2020 году под продюсированием компании Vinocle. Темой фильма стала проблема внутреннего туризма в Казахстане. На момент исследования у фильма 103 тысячи просмотров при 197 тысяч подписчиков, 7 тысяч 800 положительных реакций и 105 —

отрицательных. Последний комментарий оставлен в сентябре 2021 года. Общее количество комментариев — 1100.

Герои фильма, среди которых находится сам автор, направляются в машине к Аральску, где символы гибели моря, корабли в пустыне, обворовывают местными жителями. Экспертами выступают путешественники из Казахстана и Кореи, исследователь Настя Гончарова, с которыми автор вступает в диалог в машине, в кафе, в офисе. Синхроны дополняют друг друга, четко определяют болезненные места.

В фильме отсутствует закадровый голос, статистические данные и ключевые вопросы фильма озвучиваются ведущей (назовем ее так — прим. автора) во влоговых вставках фильма на 7-й, 25-й, 33-й минутах. Также во время этой вставки на экране появляются анимированные инфографики и ключевые слова послания. На телевидении такая визуализация встречается только в блоках новостей. Основная линия фильма с путешествием прерывается разговорами с экспертами и кадрами окружения, ландшафта.

Автор делает небольшие паузы, которые позволяют обдумать мысли героев и экспертов. Музыка появляется только в нескольких местах для акцентирования внимания. Так, например, финальные кадры, где создатели фильма стоят посреди пустыни рядом с пустым кораблем, сопровождаются музыкой, что дает возможность задуматься о центральной идее фильма. Финальные титры, исчезновение и появление которых стилизовано под рассеивающийся песок, сопровождаются играющей пластинкой в кадре. Фильм длится 46 минут. В отличие от телевизионного эфира автор на YouTube-канале свободнее в выборе формы. Он экспериментирует с визуализацией, глубже изучает тему и предоставляет героям право голоса.

19 июня 2021 года на канале Каната Бейсекеева вышел фильм «Ustaz» («Учитель»). На момент исследования фильм набрал 133 тысячи просмотров, из которых 10 тысяч человек оценили положительно и 74 — отрицательно. Последний комментарий (1100) был оставлен 09 октября 2021 года. Длительность фильма составляет 48 минут. В основе фильма история осужденного учителя Юрия Пака и несколько историй о других наставниках.

Тема фильма — учитель — обсуждается в самом фильме создателями в разговоре с приглашенными гостями (учителями): они рассказывают, почему им было важно рассказать историю Юрия Пака, затем в середине фильма зритель видит и слышит о том, как в процессе съемок менялся замысел картины. Авторы не нарушают реальность фильма — кадры с судебного процесса демонстрируются с экрана ноутбука, а не включены в ткань повествования. Канат Бейсекеев использует статичные кадры с героями фильма, «портретные кадры», и это не только почерк автора, но и подсказка зрителю: это фильм о людях.

Эксперты фильма — это его создатели, ведущие беседы с героями. Синхроны сняты в движении, разговоры идут на фоне привычных действий героя. Это тоже позволяет сохранить ощущение погружения в реальность фильма. Так же, как и в предыдущем фильме, закадровый текст в данном проекте заменен появлением в кадре ведущей. В начале фильма она появляется возле школьной доски, чтобы рассказать и схематически показать историю Юрия Пака. В финале фильма она находится возле монтажного стола и еще раз проговаривает суть фильма.

В фильме используются элементы клипового монтажа в финале, когда звучит песня. Автор использует паузы, музыка не навязывает эмоции, появляется редко и почти не заметна. Данный фильм можно отнести к художественному документальному фильму, потому что форма в нем имеет влияние на повествование. Художественные переходы, саморефлексия авторов и забота о пространстве фильма подтверждает это.

Ринат Балгабаев — казахстанский PR-специалист, блогер — в 2020 году начал выпускать совместно с командой операторов документальные проекты своим авторском YouTube-канале. В данном исследовании рассмотрены два фильма — «Потомки фараонов» и «Эпидемия».

Полное название фильма «Потомки фараонов» — «Потомки фараонов. Финансовые пирамиды в Казахстане. Скандальная история «Гарант 24 Ломбард». Фильм опубликован 2 июня 2021 года, и на момент исследования данный проект посмотрели 76 609 раз при 4 тысяч подписчиков у канала «Ринат Балагбаев». 3 тысячи пользователей отметили данный фильм положительно, 60 — отрицательно. Фильм состоит из интервью героев, экспертов и участников финансовых пирамид. Длительность фильма составляет 44 минуты.

Тема фильма — это резонансное событие, связанное с финансовым скандалом в Казахстане. Цель фильма — рассказать истории людей, обманутых компанией «Гарант 24 Ломбард».

В первой части фильма зрителю представлены герои (четыре человека) основной истории, после этого слово дают восьми экспертам, которые рассказывают о психологии финансовой пирамиды. В фильме представлены эксклюзивные интервью как с жертвами аферы, так и с теми, кто способствовал мошенникам, предоставляя им рекламу.

Закадрового текста в фильме нет, как и музыки, которая появляется только в начале. В фильме не наблюдается клипового монтажа, повествование линейное, автор раскрывает причины и последствия развития «финансовых пирамид» через монологи героев и экспертов. Ринат Балгабаев как автор личного блога раскрывает проблемы, которые волнуют лично его, при этом он пытается показать своей аудитории как можно защитить себя и своих близких от поспешных и необдуманных решений. По заверениям Рината он до сих пор получает благодарности за этот фильм, который подписчики используют как аргумент в семейных дискуссиях.

Следующий фильм «Эпидемия. Два дня в красной зоне» отличается от предыдущей работой тем, что тут акцент сделан на репортажную съемку. Как признается сам автор фильма, в данном проекте не хватает кадров реального состояния простых больниц, но и получить доступ в главную инфекционную больницу Нур-Султана для съемочной команды было не просто. Целью фильма было показать всю серьезность ситуации на примерах историй простых людей, попавших в больницу с COVID-19 и врачей. Фильм длится 51 минуту.

В фильме нет интервью с экспертами, все герои фильма — врачи и пациенты — рассказывают о своем опыте. Фильм сам по себе является эксклюзивным, потому что показывает, что происходит в стенах закрытого учреждения. В фильме нет закадрового текста, отсутствуют клиповый монтаж и музыка. Тема фильма актуальна, но ограничение возможностей передвижения во время пандемии и

самоцензура автора не позволили показать региональные больницы, где и врачи, и пациенты преодолевали большие препятствия.

ОБСУЖДЕНИЕ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На телевидении успех продукта определяется рейтингом (отношение аудитории, посмотревшей фильм к потенциальной аудитории) и охватом просмотров. Показателями успешности видео на платформе YouTube является не только количество просмотров, но и число комментариев и отметок «нравится», продолжительность просмотра, подписки и шеринг. Все это влияет на попадание видео в тренды YouTube. Чем быстрее видео набирает просмотры, тем быстрее и дольше держится среди трендов YouTube. Таким образом, при создании документального фильма для YouTube необходимо акцентировать внимание не только на привлечение и удержания внимания аудитории, но и на потенциальную необходимость пересматривать и делиться данным контентом. Со статистическими данными связано еще одно важное отличие документальных проектов YouTube — это интерактивность. Приемы интерактивности в YouTube: обратная связь (комментарии, шеринг, колокольчик), тайм-коды, ссылки в видео (всплывающая, связующая), сообщество, короткие видео, субтитры, трансляции (прямой эфир и премьеры).

Сравнительный анализ показал, что документальные фильмы свободнее от форматных требований телевидения, хотя и перенимают некоторые его элементы, такие как клиповый монтаж и присутствие экспертов. Однако закадровый голос в них отсутствует, передавая функцию ведения и пояснения либо героям, либо экспертам. YouTube позволяет говорить на любые темы, ставить острые вопросы. Не обязательно присутствие в кадре медийных лиц, в то время как на телевидении узнаваемость героев и экспертов влияет на рейтинг фильма. В то время как хронометраж в среднем у фильмов совпадает, к музыке создатели YouTube-контента относятся бережливее, оставляя ее только в необходимых моментах.

Формирование постправды основано на влиянии эмоционального воздействия. Характерные приемы сетевого привлечения внимания аудитории — псевдонаучные данные, раскрытие интриг и тайн, кликбейт, пропаганда политических идей. С одной стороны, такие методы привлечения и удержания аудитории обусловлены экономическими потребностями медиарынка, но, помимо этого, создатели и заказчики документальных фильмов часто преследуют свои личные цели. Негативная сторона борьбы за внимание аудитории сказывается на увеличении эффекта «усталости сострадания» у аудитории. Невозможно постоянно удивляться тайнам или ужасаться человеческим преступлением, поэтому авторы прибегают к таким методам удержания внимания, как привлечение медийных лиц, инсценировка или игровая постановка иллюстративных сцен, использование шокирующих заголовков или пометок «не для слабонервных», «после этого ваша жизнь изменится», «самые страшные кадры» и пр. И так как аудитория становится все более искушенной, использование этих методов увеличивается, усиливается, порой забирая большую часть хронометража, из-за чего может пострадать и смысл, и художественная ценность фильма. Но чаще всего за фасадом громких заголовков скрывается

псевдо-документалистика, которая даже и не пытается создавать какую-либо социальную или культурную ценность.

Если взять за основу принципы журналистики и документалистики и рассмотреть их через призму настоящего времени, то можно выделить следующие закономерности создания документальных фильмов, которые могут использоваться не только создателями документалистики, но и зрителями для фильтрации полезного содержания.

Во-первых, автор не должен забывать об ответственности за историю, героев и последствия раскрытия этой истории. Во время скоростного Интернета стоит позаботиться о герое, чтобы после публикации фильма он не столкнулся с неадекватной оценкой или реакцией аудитории. Аккуратность в передаче личных данных сегодня должна быть на первом месте. При этом нельзя забывать о прозрачности данных, которые вы используете в фильме. Прозрачность — это новая объективность, когда зритель получает не только готовый факт, но и весь путь автора к выявлению этого факта. Если у зрителя нет возможности проверить информацию из фильма, то вполне возможно, ему не стоит доверять словам автора на 100%.

Третий принцип исходит из требований к журналисту и документалисту четко представлять данные и знать цель своего материала. Люди, явления, события имеют связь во времени, и, фиксируя их на камеру, режиссер создает объект диахронной коммуникации. Если готовый фильм потенциально не несет в себе такую связь, можно ли его назвать документальным?

Приверженность к указанным принципам может уменьшить риск манипуляции и эффект постправды на аудиторию, учитывая увеличение числа образцов псевдо-документалистики в социальных медиа.

YouTube формирует новый жанр документального фильма, основанный на телевизионном опыте, но имеющий свои особенности: интерактивность, структурность, визуальная привлекательность.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Бровченко, Г.Н., Борисов, С.И. (2017). «Форматный» этап развития российского документального телевизионного фильма: достоинства и недостатки. В кн.: *Современный российский форматный документальный телефильм*. Москва: Ф-т журн. МГУ. С. 25–60.
- Glazunova, S. (2020). 'Four populisms' of Alexey Navalny: An analysis of Russian non-systemic opposition discourse on YouTube. *Media and communication*, 8(4S1). Pp. 121–132.
- Juhasz, A.M. (2008). Documentary on YouTube: The failure of the direct cinema of the slogan. In book: *Rethinking Documentary New Perspectives, New Practices*. New York: Open University Press. Pp. 299–312.
- Kellett, Z. (2021). Anime and affect: Professional fandom and the YouTube platform in the age of monetization (Master dissertation). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2614746378).
- Кемарская, И.Н. (2014). Креативные индустрии в реиндустриализирующемся мире: медиапрактики Запада и Востока. Материалы Шестых Международных научных

- чтений в Москве. *СМИ и массовые коммуникации «Социальная практика восприятия экранного зрелища как стратегический фактор драматургии»*. Москва: МГУ им. М.В. Ломоносова.
- Le Roy, F., Vanderbeeken, R. (2018). The Documentary Real: Thinking Documentary Aesthetics. *Foundations of Science*, 23(2). P. 197–205.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary*. Indiana: University Press.
- Редакция: Как возможность смотреть сразу в несколько экранов изменило медиапотребление [Редакция]. (2015). *Энциклопедия маркетинга*. <https://www.marketing.spb.ru/mr/media/AdReaction.htm/> (дата обращения 21.12.2021).
- Редакция: Почему в Казахстане будет расти рынок IP TV [Редакция] (2020). *Центр деловой информации Kapital.kz* <https://kapital.kz/tehnology/86634/pochemu-v-kazakhstan-budet-rasti-rynok-ip-tv.html> (дата обращения 21.12.2021).
- Ruth Page. (2013). Seriality and Storytelling in Social Media. *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, 5. Pp. 31–54. doi: 5.2013.0031
- Soukup, P. A. (2014). Looking at, with, and through YouTube [TM]. *Communication Research Trends*, 33(3). Pp. 3–34.
- Uldam, J., & Askanius, T. (2013). Online civic cultures: debating climate change activism on YouTube. *International journal of communication [Online]*, 1185+. <https://link.gale.com/apps/doc/A334486388/AONE?u=wash89460&sid=bookmark-AONE&xid=9e7d249e> (дата обращения 21.12.2021).

BIBLIOGRAPHY

- Brovchenko, G.N., Borisov, S.I. (2017). «Formatnyj» etap razvitiya rossijskogo dokumental'nogo televizionnogo fil'ma: dostoinstva i nedostatki. V kn.: *Sovremennyj rossijskij formatnyj dokumental'nyj telefil'm*. Moskva: F-t zhurn. MGU. S. 25–60.
- Glazunova, S. (2020). 'Four populisms' of Alexey Navalny: An analysis of Russian non-systemic opposition discourse on YouTube. *Media and communication*, 8 (4S1). Pp. 121–132.
- Juhasz, A.M. (2008). Documentary on YouTube: The failure of the direct cinema of the slogan. In book: *Rethinking Documentary New Perspectives, New Practices*. New York: Open University Press. Pp. 299–312.
- Kellett, Z. (2021). Anime and affect: Professional fandom and the YouTube platform in the age of monetization (Master dissertation). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2614746378).
- Kemarskaya, I.N. (2014). Kreativnyye industrii v reindustrializiruyushchemsya mire: mediapraktiki Zapada i Vostoka. Materialy SHeptyh Mezhdunarodnyh nauchnyh chtenij v Moskve. *SMI i massovye kommunikacii «Social'naya praktika vospriyatiya ekranogo zrelischa kak strategicheskij faktor dramaturgii»*. Moskva: MGU im. M.V. Lomonosova.
- Le Roy, F., Vanderbeeken, R. (2018). The Documentary Real: Thinking Documentary Aesthetics. *Foundations of Science*, 23(2). Pp. 197–205.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary*. Indiana: University Press.

- Redakciya: Kak vozmozhnost' smotret' srazu v neskol'ko ekranov izmenilo mediapotreblenie [Redakciya]. (2015). Enciklopediya marketinga. <https://www.marketing.spb.ru/mr/media/AdReaction.htm/> (data obrascheniya 21.12.2021).
- Redakciya: Pochemu v Kazahstane budet rasti rynek IP TV [Redakciya] (2020). Centr delovoj informacii Kapital.kz <https://kapital.kz/tehnology/86634/pochemu-v-kazahstane-budet-rasti-rynok-ip-tv.html> (data obrascheniya 21.12.2021).
- Ruth Page. (2013). Seriality and Storytelling in Social Media. *Storyworlds: A Journal of Narrative Studies*, 5, p. 31–54. doi: 5.2013.0031
- Soukup, P. A. (2014). Looking at, with, and through YouTube [TM]. *Communication Research Trends*, 33(3). Pp. 3–34.
- Uldam, J., & Askanus, T. (2013). Online civic cultures: debating climate change activism on YouTube. *International journal of communication [Online]*, 1185+. <https://link.gale.com/apps/doc/A334486388/AONE?u=wash89460&sid=bookmark-AONE&xid=9e7d249e> (data obrascheniya 21.12.2021).