

Ольга Мусієнко

Харківська державна академія культури, Україна

ВІДЕОХОСТИНГ ЯК НАЙБІЛЬШ АДАПТИВНИЙ ЕЛЕМЕНТ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Olha Musiienko

Kharkiv State Academy of Culture, Ukraine

VIDEO HOSTING AS THE MOST ADAPTIVE ELEMENT OF AUDIO-VISUAL CULTURE AT THE PRESENT STAGE

In the 21st century, audiovisual art has become one of the elements of modern culture, which causes the growing importance of audiovisual works existing in the virtual environment. This article provides a general definition of video hosting as the most adaptive element of audiovisual culture at the present stage. The peculiarities of mechanisms of the existence of video hosting, general factors of adaptation and differences of traditional media are analyzed. It is proved that the interaction of video hosting users allows us to adapt our own works to the changing socio-dynamics of the cultural environment. Author formulate their own judgments about the popularity of video hosting for the contemporary media audience, which reflects on the cultural significance, information and artistic and aesthetic component of this platform in audiovisual culture.

Keywords: video hosting, internet, new media, audiovisual art, audiovisual culture, online audience, newest culture, internet works.

Технічна глобалізація ХХІ століття та демократизація суспільства стали каталізаторами появи однієї з головних сучасних аудіовізуальних платформ для прояву власної особистості – відеохостингу. Наразі найважливіші події у суспільстві пов'язані зі зростаючим впливом цього віртуального елемента та адаптації сталої аудіовізуальної морфології під потреби сучасної аудиторії.

Онлайн технології полегшили доступ до аудіовізуального контенту та стали головними чинниками для появи нових творчих культурних спільнот. Зростаюча популярність відеохостингів таких як YouTube, Instagram, TikTok, тощо підтвердили її актуальність і важливість в житті сучасного суспільства.

Однією з ознак адаптації є спроможність відеохостингів об'єднувати виробництво і поширення медіа контенту з функціями соціальних мереж, що робить їх максимально доступними та привабливими для сучасної аудиторії в аудіовізуальній культурі.

Прикладом може бути соціальна мережа та відеохостинг TikTok головним напрямом якого є створювання коротких музичних відео, прямих ефірів та обміну повідомлення. Участь у цій мережі є абсолютно безкоштовною, а поєднання функцій комунікації та розваг приваблює все більшу кількість користувачів / глядачів. Загальною відмінністю від інших відеохостингів є ліміт на хронометраж відео та акцент суто на розважальній специфіці. Про це свідчить як слоган відеохостингу «Покращ свій день. Реальні люди – реальні відео» (з англ. Make Your Day. Real People. Real Videos) так і твори, що є у категорії «тренд» на цьому сайті¹.

На відмінність від традиційних медіа морфологій подібні відеохостинги роблять акцент на аматорському контенті, який має на меті надати кожній людині можливість висловити себе творчо у просторі сучасної аудіовізуальної культури. Це є головною відмінністю від традиційної морфології медіа, де виробництво аудіовізуальних творів є обмеженим суто професійним середовищем не припускає відкритий доступ та обмін ресурсами.

¹ TikTok (2019). *About*. <<https://www.tiktok.com/about?lang=en>>. (2019, листопад, 13).

Завдяки цим аспектам свого існування відеохостинги наразі мають спроможність запропонувати новий тип колективної культури аудіовізуального характеру, в якій кожен автор та користувач може розвиватися, взаємодіяти та здобувати нові вміння та навички.

Наприклад, важливою особливістю аудіовізуальної культури на сучасному етапі є як поява суб'єктивних, (суто авторських) творів (де автором постає одна людина, що є майже неможливим у традиційному медіа виробництві), так і можливість творення шляхом кооперації з будь-якими однодумцями.

Цьому свідчить поява влогерів – авторів, що створюють відео самотужки та чий твори частіше за все є вираженням власних думок, або «стрімінгу» власного буття он-лайн. Такі відео практично позбавлені «конструйованої» драматургійності та образності. Вони хронікальні за своєю природою і є одним із проявів новітньої колективної культури аудіовізуального характеру.

Важливою ознакою адаптації відеохостингу до вимог сучасності є поширення доступної інтерактивності, мета якої – об'єднання різних верств культурного суспільства у категорію користувачів, які мають постійну взаємодію як з автором медіатвору так і з будь-якими користувачами.

Природа подібної взаємодії постає у постійній рефлексії між системою та користувачем. Інтерактивність відеохостингу має на меті вдосконалення існуючої медіаморфології. Авторів подібна взаємодія дозволяє адаптувати власні твори під мінливу соціодинаміку культурного середовища, а формування різних культурних спільнот у віртуальному просторі сучасної аудіовізуальної культури робить її (культуру) дисипативною.

Для того, щоб стати учасником нової культурної спільноти не потрібно багато кроків. Будь-хто може зареєструватися за допомогою безкоштовного облікового запису, щоб коментувати, відповідати, оцінювати роботи що вже є на сайті та поширювати власні твори.

Такі кроки розмивають межу між автором та глядачем, яку мають традиційні медіа. У відеохостингу автор виступає не тільки як творець, а як компаньйон глядача або со-глядач. Інтерактивність дозволяє наблизитися до руйнування будь-яких обмежень або посередників, бо у творах, наприклад таких як влог, автор безпосередньо звертається до глядача.

Саме через інтерактивність реалізується одна з головних стратегій адаптації та поширення аудіовізуальної культури сучасного типу. Бо з кожним переглядом учасники спільноти почувають себе у більш комфортному середовищі та бажають висловити своє власне судження щодо твору. На відміну від традиційних медіа, це судження є одним із головних мотиваторів для автора відео щодо виробництва наступного твору.

Прикладом цього можна вважати найпопулярнішу жінку-влогера на відеохостингу YouTube Дженну Марблс (Jenna Marbles). Відеоблогер Дженна станом на листопад 2019 року має понад 20 млн. спостерігачів та 3 мільярда переглядів¹. Загальний напрям її каналу – це влоги та комедійні скетчі.

Авторка щоразу прислуховується до думки глядачів та створює наступне відео, обираючи найбільш цікаву ідею з коментарів. Через постійну інтерактивність автора з глядачами подібний контент має шалену популярність.

Найпопулярнішим відео на її каналі є «Як змусити людей думати, що ти добре виглядаєш» (з англ. «How To Trick People Into Thinking You're Good Looking») з 69 млн. переглядів². Подібні відео ставлять на меті підтримку комунікації з глядачем, безпосередньої уваги автора до потреб аудиторії. Це має вирішальне значення для адаптації відеохостингу у віртуальному аудіовізуальному просторі як «нової морфології».

Тобто, можливість безпосередньо висловити власну думку засобами екранної виразності приваблює аудиторію та відповідає завданням культури постмодерну (поширення культури без обмежувачів). Відеохостинги постійно розвиваються, створюючи нові гібридні та дисипативні жанри «нової морфології», які приходять на зміну традиційній структурі медіа.

Відбувається соціокультурна трансформація аудиторії користувачів /авторів глобального типу, що сприяє не тільки технічній глобалізації, але й культурній. Таким чином, відеохостинг

¹ YouTube (2019). *JennaMarbles* <<https://www.youtube.com/user/JennaMarbles/featured>>. (2019, листопад, 13).

² YouTube (2019). *JennaMarbles. How to trick people into thinking you're good looking* <<https://www.youtube.com/watch?v=OYpwAtnywTk>>. (2019, листопад, 13).

виступає одним із чинників для сучасної зміни сталої парадигми існування аудіовізуального мистецтва та культури.

Розглядаючи відеохостинг як найбільш адаптивний елемент аудіовізуальної культури, потрібно зазначити стратегію заохочування, що вибудовує нові закони в культурі віртуального аудіовізуального простору. Стратегія заохочування не має аналогів у традиційних медіа, що також є свідомо прилаштовування віртуального сегменту до потреб сучасних авторів та аудиторії. Треба, однак, зазначити, що подібну стратегію реалізують тільки найпоширеніші відеохостинги. Саме вони є «флагманами» у просуванні віртуального сегменту в сучасній аудіовізуальній культурі.

Прикладом є партнерська платформа YouTube, яка підвищує статус обраних учасників спільноти (найпопулярніших за кількістю глядачів каналів) та надає їм певні фінансові привілеї та статус¹. Учасник подібної спільноти, хоча і є індивідуальним суб'єктом (творцем власного контенту), повинен брати участь у діяльності новітньої культурної мережевої спільноти. Цедоводить, що незважаючи на повноцінну суб'єктивізацію і певну відчуженість автора, відеохостинг є загальною системою культурно-комунікативних зв'язків, яку можна порівняти з бджолиними стільниками, де кожен з учасників пов'язаний загальними «дротами» віртуальної структури.

Подібні мережеві аудіовізуальні спільноти демонструють створення новітнього світу аудіовізуальної культури з «прозорими стінами». Вони забезпечують легкий доступ до спільноти і рівні права як спостерігача, так і автора. Формується новий авторський екранний хронотоп. Користувач набуває нових навичок і вивчає свою ідентичність, при цьому він все ж таки є часткою громади віртуального аудіовізуального світу, і має право брати участь в його діяльності.

Шляхом простого обміну контентом і частиною загального дискурсу, такі платформи, як YouTube, приділяють першорядну увагу своїм членам: формують відчуття приналежності і ідентифікації зі спільнотою та її специфічною особливою культурою, і, в свою чергу, лояльність до платформи.

Отже, завдяки стратегіям заохочування та інтерактивності відеохостингів реалізується адаптація віртуального сегменту аудіовізуальної культури на сучасному етапі і формується нова аудіовізуальна морфологічна система аудіовізуального мистецтва. У цій сфері діють власні композиційні та драматургічні закони, формуються цінності та культурні змісти, притаманні конкретній мережевій спільноті, які забезпечують передачу культурного досвіду та виступають чинниками розвитку особистості.

Відеохостинг виступає особливим механізмом взаємодії суб'єкта (спільноти) із віртуально-аудіовізуальним середовищем існування. Природа відеохостингів мінлива та дисипативна, вона надає змогу особистості чутливо реагувати на соціокультурні та інші зміни в глобалізованому світі.

Композиційні та драматургічні структури аудіовізуальних творів на відеохостингах теж дисипативні, онтологічні гібридні та зорієнтовані на інтерактивність. Така відеохостингова морфологія має ознаки як ознаки жанру, так і форми одночасно.

Прикладом подібної жанроформи «відеохостинг» є відеогра новітнього типу Let's Play. У Let's Play автори грають у відеогру та коментують цей процес. Головний акцент тут спрямований на реакцію автора та його думку щодо інформаційних та технологічних властивостей заданої гри.

Композиційно Let's Play складається з двох частин: самої гри і коментаря. Отже, якщо коментар на думку глядачів забавний, цікавий та інформативний, користувачі повернуться до каналу і підпишуться. Змістовно такі новітні відеоігри мають намір надати глядачеві можливість займати позицію спостерігача: спостерігати за емоційними проявами конкретної людини та ототожненням власної думки з продуктом комп'ютерного ігрового світу. Через це такий новітній тип відеоігри (Let's Play) є прикладом дифузії розважальної та інформаційної технологій.

Цікавим для вивчення є відеохостинг Instagram, який на відміну від YouTube (який має ознаки традиційного медіа), створив власну типологію творів аудіовізуального характеру.

Instagram – це додаток для соціальних мереж, призначений для обміну фотографіями і відеороликами зі смартфона². Зазначена платформа є гібридом соціальної мережі на кшталт

¹ YouTube (2019). *YouTube довідка. Інформація для кандидатів на участь у Партнерській програмі YouTube*. <<https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=uk>>. (2019, листопад, 13).

² Instagram (2019). *Community Guidelines*. <[https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Instagram%20Help&bc\[1\]=Privacy%20and%20Safety%20Center](https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Instagram%20Help&bc[1]=Privacy%20and%20Safety%20Center)>. (2019, листопад, 13).

Facebook або Twitter (кожен, хто створює обліковий запис Instagram, має профіль і стрічку новин) та відеохостингу (можливість опублікувати власний аудіовізуальний контент).

Відеоплатформи Instagram можна розглядати тільки у сумісництві з автором профілю, бо найпоширенішими відео є документальна зйомка життєвих подій, що відбуваються з автором ролику, так званий влог. Через це подібні твори загалом не мають традиційних художньо-естетичних властивостей та не можуть розглядатися з точки зору традиційного композиційного або драматургічного побудування екранного твору.

Глядачі, як і автори такого аудіовізуального твору новітнього типу ставлять за мету реалізацію інформаційно-суспільних змістів: дізнатися або розповісти у відео форматі про життя творця контенту. Тут теж проявляється гібридна природа творів відеохостингу, яка поєднує інформаційне та розважальне між собою.

Головною відмінністю подібних платформ від найпоширенішого відеохостингу YouTube є те, що в Instagram публікуються відомі люди, які здобули популярність завдяки традиційним медіа. Прикладом може бути американська співачка Аріана Гранде (Ariana Grande) з понад 166 мільйонами спостерігачів¹.

Незважаючи на напрям мережі висвітлювати події особистого життя, майже усі відео співачки є промороліками її нового синглу або виступів на телебаченні. У цьому випадку платформа Instagram використовується для залучення прихильників, тобто поєднує властивості новітніх медіа з традиційними.

Значимо, що через невеликий хронометраж (до однієї хвилини) більшість аудіовізуальних творів подібних сторінок відеохостингу Instagram є гібридним сполученням композиційно-драматургічних структур відеокліпу та аматорського відео з невизначеною структурою. Ці відео є певною культурною опозицією до структурованих професійних аудіовізуальних творів соціальних мереж, які мають на меті переважно маркетингові завдання.

Втім, сторінка Instagram містить кращий контент з усього сайту, і тому важливо відзначити цінність її внеску саме у адаптацію відеохостингу як віртуального елементу сучасного аудіовізуального простору. Автори цієї платформи демонструють найкращі відеоролики, які пройшли відбір на сайті, і полегшують користувачам пошук контенту, який має їм сподобатися. Контент саме цього профілю можна вважати відображенням природи відеохостингу в цілому.

Наразі ця сторінка має понад 316 мільйонів глядачів та понад 6 тисяч публікацій². На цій сторінці відео здебільшого відіграє роль засобу продовження думки автора: щоб зрозуміти що саме хотіли сказати автори потрібно прочитати коментар до відео. Саме тому, на нашу думку, відео подекуди є лише «живою» фотографією або засобом поділитися своїм настроєм, є лише своєрідною енциклопедією чужих здобутків, а не власним проектом.

Отже, специфіка творів відеохостингу напряму залежить від платформи де вона транслюється. Наразі користувач надає перевагу змішаним художнім прийомам, що насамперед відрізняє відеохостинги від традиційних медіа, бо не ставить на меті дотримуватись композиційних та драматургічних побудов традиційного характеру. Автор завжди експериментує. Саме це сприяє адаптації відеохостингу як віртуального елементу аудіовізуального простору у сучасній медіа системі.

Подібне розмивання межі «автор-глядач» встановлює нові соціальні, мистецькі та культурологічні зв'язки у сучасному суспільстві. З появою відеохостингів простір сучасної аудіовізуальної культури стає авторським засобом комунікації та демократичною ареною для будь-якого судження.

Недоліком подібної доступності є те, що наразі кожен створювач віртуального аудіовізуального продукту може його поширити без особливих зусиль. Відеохостинги долають фіксовану спроможність традиційних медіа та стають платформою, яка «споживає» будь-який контент. Через це з'являється проблема розповсюдження непрофесійних аудіовізуальних творів, «засміченості» аудіовізуального простору та руйнації традиційної концепції мистецтва.

¹ Instagram (2019). *Arianagrande* <<https://www.instagram.com/arianagrande/>>. (2019, листопад, 13).

² Instagram (2019). *Homepage* <<https://www.instagram.com/instagram/>>. (2019, листопад, 13).

За данимиMerchDope кожна хвилину на YouTube завантажуються 300 годин відео¹, що свідчить як про постійне зростання популярності цього сегменту, так і про відсутність фільтрування непрофесійного контенту на цій платформі.

Подібна відкритість відеохостингів може свідчити про популярність не тільки створеного продукту, а й про важливість відеохостингу в аудіовізуальній культурі цілому.

Таким чином, можна зробити висновок про наступні адаптивні стратегії існування відеохостингів в сучасній аудіовізуальній культурі:

- Стратегія інтерактивності, яка надає змогу користувачам/ глядачам формувати новітні культурні спільноти у віртуальному просторі з власними цінностями і культурними змістами, орієнтуючись на мінливу та глобалізовану соціокультурну динаміку існування культури;
- Стратегія заохочування, яка використовує неформальне наставництво, інструкції, бонуси, певний додатковий статус творцям найпопулярнішого контенту, надає змогу передавати культурний досвід та змісти як у самій мережі, так і поза нею.

Завдяки зазначеним стратегіям, відеохостинги охоплюють різні і значні за обсягом цільові аудиторії користувачів/глядачів і стають впливовим інструментом формування сучасної культури як такої.

References:

1. YouTube (2019). *YouTube Dovidka. Informatsiia Dlia Kandydativ Na Uchast U Partnerskii Prohrami* [YouTube Help. Information For Candidates To Participate In Affiliate Program Programs YouTube.]. <<https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=uk>> (2019, November, 13). [in Ukrainian].
2. TikTok (2019). *About* <<https://www.tiktok.com/about?lang=en>> (2019, November, 13). [in English].
3. Arianagrande. *Instagram*. <<https://www.instagram.com/arianagrande/>> [in English]. (2019, November, 13)
4. Instagram (2019). *Community Guidelines*. <[https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=Instagram%20Help&bc\[1\]=Privacy%20and%20Safety%20Center](https://help.instagram.com/477434105621119/?helpref=hc_fnav&bc[0]=Instagram%20Help&bc[1]=Privacy%20and%20Safety%20Center)> (2019, November, 13). [in English].
5. Instagram (2019). *Homepage*. <<https://www.instagram.com/instagram/>> (2019, November, 13). [in English].
6. YouTube (2019). *JennaMarbles. How to trick people into thinking you're good looking*. <<https://www.youtube.com/watch?v=OYpwAtnywTk>> (2019, November, 13). [in English].
7. YouTube (2019). *JennaMarbles*. <<https://www.youtube.com/user/JennaMarbles/featured>> (2019, November, 13). [in English].
8. 37 Mind Blowing YouTube Facts, Figures and Statistics – 2019. *MerchDope*. <<https://merchdope.com/youtube-stats/>> (2019, November, 13). [in English].

¹ MerchDope (2019). *37 Mind Blowing YouTube Facts, Figures and Statistics* <<https://merchdope.com/youtube-stats/>>. (2019, листопад, 13).