

FRI-12.23-1-AS-04

EVOLUTION OF AUDIOVISUAL PRODUCTION FOR DIGITAL ENVIRONMENT⁴¹

Assist. Prof. Dimiter 'Martin' Genovski, PhD(c)

Faculty: Screen Arts, Department of Film and TV Directing,
National Academy for Theatre and Film Arts, Sofia, Bulgaria
Tel.: +359890-333369
E-mail: martin@genovski.com

Abstract: *Developments in the digital sector are often defined as revolutionary, the report considers them as evolutionary, based on previous developments and experience. The focus is on the evolution of audiovisual formats created for online distribution, analysing them in historical, artistic and social contexts. The Internet is a medium that allows accessible and cost-free educational resources for anyone who wants to create and distribute audiovisual content, but this liberality leads to many negative consequences.*

This paper explores the philosophy and reasons behind the birth of the first vlog, which was the founding father of a popular online audiovisual format that has kept its core expressive tools unchanged to this day. It analyses the main factors that influenced the development of digital audiovisual content.

The paper reviews the relationship between digital content usage and depression in teenagers and young adults.

Keywords: Audiovisual, Digital, Production, Vlog, Depression.

ВЪВЕДЕНИЕ

Аудиовизуалните проекти за Интернет се родиха като техническо зрелище – за хората беше любопитно, че могат да заснемат видео с телефона си (или любителска камерата) и да го споделят с аудитория. Първите видеа са качени без монтаж и са просто регистрация на дадена ситуация, сходно с първите филми на братя Люмиер (Lumière).

Пример е първото видео публикувано в YouTube (през 2005-та година) - „Аз в зоопарка“ ('Me at the zoo'⁴²), неговата продължителност е 18 секунди и в него се показва един от съоснователите на YouTube Джауед Карим (Jawed Karim), който говори пред клетката на слоновете в зоопарка на Сан Диего. През последните две десетилетия, аудиовизуалното съдържание за онлайн дистрибуция претърпя динамично и експоненциално развитие и днес сме свидетели на огромен обем продукция, създавана и разпространявана, както от експерти, така и от любители. В доклада ще бъдат изследвани процесите и факторите, провокиращи потребителите да създават и разпространяват аудиовизуално съдържание.

През 2006-та година в Интернет се появи и основоположника на най-характерния вид аудиовизуална продукция за онлайн дистрибуция – първият влог⁴³. Форматът на влоговете претърпя сериозно развитие, както като форма, така и като съдържание.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Само година след появата на YouTube се появява първото видео, представител на влоговете, вид аудиовизуално съдържание, което се превръща във водещ тип продукция в онлайн среда. Тогава термин „влог“ не съществува и се наричат видео блогове (видео-дневници), обичайно заснети в статията на говорещия, който споделя мислите или преживяванията си пред веб-камерата.

⁴¹ Докладът е представен на конференция на Русенския университет на 27 октомври 2023 г. в секция „Езикознание, литературознание и изкуствознание“ с оригинално заглавие на български език: ЕВОЛЮЦИЯ НА АУДИОВИЗУАЛНАТА ПРОДУКЦИЯ ЗА ДИГИТАЛНА СРЕДА.

⁴² Me at the zoo (превод от англ. ез. „Аз в зоопарка“), качено в YouTube на 23.04.2005 г. - <https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw> (посл. посетен на 04.07.2021 г.)

⁴³ Влог (от англ. ез. vlog) – комбинация от думите video и blog – представляват видео-дневници.

Първият влогър⁴⁴ се изиявява през 2006-та година, представя се като Бри (Bree), а каналът ѝ е под псевдонима Lonelygir16⁴⁵. Във видеата младо и красиво момиче споделя не особено задълбочените си мисли пред камерата и бързо натрупва огромен зрителски интерес, защото потребителите са любопитни да видят нещо толкова простичко и естествено.

Преди това единствените записани на екран хора са актьорите във филмите и сериалите или телевизионните водещи, винаги представяни по специфичен начин – с грим, осветление и т.н. Другите записани хора са заснети с любителски видео-камери, но тогава показът се осъществява лимитирано и без монтаж - домашни „видео-представяния“. По това време телевизиите не излъчват масово заснети от зрителите видеа, както често се случва днес в новинарските покрития. Изненадата за зрителите е, че могат свободно да надникнат в живота и дома на друг човек.

Първото ѝ видео⁴⁶ е с продължителност 1:36 мин., в него обяснява, че е на 16 години, няма особени планове за видео блога си и ѝ е скучно, след това прави физиономии пред камерата и танцува. Веднага се забелязва, че още в този първи видео блог се използва монтаж – видеото не е просто записано и качено без обработка, добавени са звукови ефекти, музика и монтажни елипси. Това първо видео определя облика на влоговете до ден днешен, форматът се е запазил, макар и многократно подобрен (технически и в много случай съдържателно).

Разглеждайки историята на Бри, възникна въпросът – как един любител, който никога не се е занимавал с аудио-визуални произведения е направил революционна стъпка, включвайки екранни елементи (монтаж, музика, звукови ефекти) още в първото си видео? Сега този подход не изглежда изненадващ, защото дори любителите са се сблъскали с десетки интернет видеа и познават тези компоненти, но когато Бри го прави, подобни видеа не са съществували. Отговорът става ясен няколко месеца след изключително успешния старт на поредицата ѝ – всъщност Бри е актриса, а целият проект е реализиран от продуцентска компания, базирана в Лос Анджелис⁴⁷.

Макар създаването на първия влог да има известен елемент на измама, той предизвиква лавина от следващи влогъри. Много от най-успешните създатели на видео-съдържание за Интернет са започнали кариерата си, записвайки видеа от дома си. Тези, които са успешни и към момента са претърпели сериозно развитие и вече създават доста по-сложни формати. Пътят е сходен като този на киното – първо се появява техническа иновация: съзателят има възможност сам да регистрира, обработва и споделя домашно произведените си видеа, в същото време зрителят проявява интерес към това да „надникне през ключалката“ към нечий живот, при това не живот на звезда, а на обикновен човек, какъвто е и самият зрител; зрителският интерес към подобни видеа се повишава и задържа – любопитството към чуждия живот, като заложено в човешката природа, е доказано от успеха на телевизионните риалити формати. Високият зрителски интерес и големият брой гледания води до привличане на инвестиции (спонсори и рекламодатели); повишеният финансов ресурс, както и изискванията на финансиращите, води до повишаване на качеството - инвестиции в по-добра техника и привличане на сътрудници (екип). Следвайки този модел, в един момент създателите на съдържание не правят всичко сами, а се обграждат от специалисти, което води до съвсем нови технически и художествени измерения на създавания продукт.

⁴⁴ Влогър (от англ. ез. vlogger) – човек, който записва влогове. Много често се замества и с думата ютюбър (YouTube), тъй като YouTube е най-голямата платформа за видео споделяне, съответно подслонява най-голям брой влогъри.

⁴⁵ Псевдонимът е образуван от думите 'lonley' (от англ. ез. самотен), 'girl' (от англ. ез. момиче) и възрастта ѝ – 16 години, в превод псевдонимът би звучал като „Самотно момиче 16“.

⁴⁶ First Blog (превод от англ. ез. „Първи блог“), качено в YouTube на 16.06.2006 г. - <https://www.youtube.com/watch?v=-goXKtd6cPo&t=76s> (посл. посетен на 04.07.2021 г.)

⁴⁷ The Evolution of Vlogging, Makematic.com - <https://makematic.com/blog/the-evolution-of-vlogging/> (последно посетен на 20.10.2023 г.).

Първоначалните влогове са съдържание, което не е любопитно за голяма част от по-интелигентната аудитория, същата, която не би гледала най-масовите риалити формати по телевизията. Точно както по-интелигентната публика не приема киното през първите му години. Повишаването на качеството и създаването на тематично видео съдържание за Интернет дистрибуция, постепенно успява да разшири аудиторията. Появяват се влогъри, които не представят себе си и битуването си, а определени теми – смешни видеа, автомобили, домашни любимци и др. Към момента има специализирани влогове, свързани с определени, не много популярни за широката аудитория, направления в изкуството, които съответно таргетират много специфична аудитория.

В световен план има множество успешни създатели на видео-съдържание, които от класически влогове, достигнаха до сложни формати – игрални, документални, риалити, тематични поредици и др.

За бързото развитие на дигиталното съдържание, създавано от любители, спомага и самата среда – тя позволява достъп до споделян опит и обучение. На практика, всеки, който иска да създаде видеа за Интернет, може да получи бързо, напълно безплатно, огромен обем знания за това как да го направи. Самата платформа YouTube има специализиран канал с видеа за създатели на съдържание⁴⁸, допълнително компанията собственик Google предлага безплатна онлайн академия⁴⁹, в която обучава потребителите как да развиват и управляват своя канал. Всички тези образователни инструменти са направени на абсолютно достъпно ниво, те са разпределени в различни степени, както за напълно нови потребители в сферата, така и за напреднали създатели на съдържание.

Освен описаните средства за обучение, съществува и огромен ресурс, генериран от други потребители, които споделят опита и познанията си за всеки един аспект от създаването на видео съдържание – от избора на техника, през снимачния процес (осветление, грим, декор, разкадровка и т.н.); през пост-продукцията (всеки подетап – монтаж на картина, звук, добавяне на графики, инструкции за работа с различни монтажни програми); през дистрибуцията до маркетинговата стратегия за популяризиране на създаденото видео и съответно канала на автора. Този свободен и достъпен ресурс, позволява експоненциалното развитие на създаването аудио-визуално съдържание. И статистическите данни⁵⁰ го доказват – през 2022 г. най-голямата платформа за видео-споделяне има над 2 милиарда потребители (през 2012 г. те са 0.8 милиарда), активни над 122 милиона на дневна база, а регистрираните канали са над 37 милиона (не всички генерират активно съдържание).

Тъй като създателите на съдържание са пряко свързани с приходите от реклама (получават процент при гледанията на видеата им), както при киното, така и при аудио-визуалните произведения за дигитална среда, повишаването на инвестициите, води до качествено изменение, следва да се отбележи и промяната в приходите на платформата. През 2010-та година YouTube генерира приход от 0.8 милиарда долара, а през 2021-ва година, приходите на платформата са 28.8 милиарда долара. Повишаването на приходите на платформата, респективно води и до повишаване печалбите на създателите на съдържание, пример е един от първите и най-успешни (включително към момента) ютубъри⁵¹ PewDiePie.

През 2013-та година той генерира приходи от 4 милиона долара⁵², а през 2021-ва година – 40 милиона долара⁵³ (без да се смятат приходите извън платформата, генерирани,

⁴⁸ Каналът има над 4.5 милиона последователи, всеки един от тези абонати има интерес да създава видеа за интернет или вече го прави. Статистиката е към 08.03.2022. - <https://www.youtube.com/c/youtubecreators> (посетен на 08.03.2022)

⁴⁹ YouTube Creators - <https://www.youtube.com/creators/> (посетен на 08.03.2022)

⁵⁰ Aslam S. YouTube by the Numbers: Stats, Demographics & Fun Facts, Omnicore - <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> (посетен на 08.03.2022).

⁵¹ Ютубър (YouTuber) – създател на съдържание за платформата YouTube.

⁵² Annual revenue and income of YouTube channel creator PewDiePie from 2013 to 2016, Statista - <https://www.statista.com/statistics/582995/pewdiepie-annual-revenue/> (посетен на 08.03.2022)

благодарение на световната му популярност). Трябва да се отбележи, PewDiePie не е средностатистически ютюбър, а често бива смятан за един от най-успешните, неговият YouTube канал⁵⁴ дълго време беше с най-много абонати, към момента е на 5-то място в целия свят с 111 милиона. Каналът с най-много абонати към момента е T-Series⁵⁵ (210 милиона), който представя съдържанието на най-големия производител на музикални и филмови произведения в Индия.

Огромният брой на хора, които искат да се превърнат в създатели на съдържание е предопределен и от времето в което живеем. Време, в което всеки иска да е някой – да се заяви. В свят на свръх свързаност и свръх комуникационни възможности, оказва се, че хората са по-неспособни да общуват, а „технологията подкрепят усещането за самодостатъчност“⁵⁶.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ако преди актьорите в киното са били недостижим (или поне трудно достижим) идеал, хората са мечтали да бъдат като тях, но са осъзнавали, че това е само мечта и повечето са битували нормално, водейки собствения си живот (разбира се, има изключения), то сега бариерата между обикновения човек и възприемания идеал е много малка и на пръв поглед лесна за прескачане.

Ако вземем за пример момче на 15 години, което следи любимия си влогър и иска да е като него, достатъчно е да вземе мобилния си телефон, да запише и качи видео. Тогава обаче в повечето случаи идва сблъсък с действителността – липсата на внимание от страна на публиката и/или огромният брой негативни реакции (често подигравки), защото такива като това момче има множество, а интернет е остра и често крайна среда по отношение на потребителските коментари. Общуването, дистанцирано през технологията, води до изразяване на мнения, които повечето хора не биха изразили в очите на коментирания. Когато мечтата е осъзната недостижима и могат да се винят външни фактори („всички в киното са с връзки“), тя не носи същата болка и разочарование, както когато всичко зависи от теб самия, опиташ и не бъдеш приет, бъдеш подигран за опита си. Още по-важното е, че социалните мрежи създават фалшиви идеали за подражание, които доказано водят до депресия в част от потребителите⁵⁷. Инфлуенсърите създават приказни представи за своя живот, лишен от всякакви проблеми, живот, който сам по себе си не може да съществува (освен в утопичен разказ), което е ясно за всеки зрял и осъзнат човек, но трудно за разбиране от подрастващите, които са в период на инициация.

Създава се определен модел, който се счита за идеал, перфектно тяло, скъпи хотели, луксозни аксесоари... Потребителите искат да подражават на този пример, а когато това е неуспешно, идва разочарованието.

Филмовите режисьори и останалите творци могат да бъдат алтернативата на тази вълна от заблуда и пошлост, показвайки човешката природа като нещо повече от тяло с маркови дрехи. Да покажат битуване извън рамката на фалшивата фотография. Да предложат своя авторски поглед над събитията, определящи начина на живот в наши дни и превръщащи се в катализатори за социални течения. Да мотивират хората, през изкуството, да изразяват, вярват и бъдат себе си, но не, за да се впишат в определен псевдо социум, а за да намерят

⁵³ Western D. PewDiePie Net Worth, Wealthy Gorilla - <https://wealthygorilla.com/pewdiepie-net-worth/> (посетен на 08.03.2022)

⁵⁴ YouTube канал на PewDiePie - <https://www.youtube.com/user/PewDiePie> (посетен на 08.03.2022)

⁵⁵ YouTube канал на T-Series - <https://www.youtube.com/aashiqui2> (посетен на 08.03.2022)

⁵⁶ Камбуров Р. Новата градина, София, Изток-Запад, 2021, с. 100

⁵⁷ Robinson, L., Smith, M. Social Media and Mental Health, HelpGuide - <https://www.helpguide.org/articles/mental-health/social-media-and-mental-health.htm#:~:text=The%20negative%20aspects%20of%20social%20media&text=However%2C%20multiple%20studies%20have%20found,about%20your%20life%20or%20appearance.> (посетен на 20.10.2023)

собствения си път, защото ако човек не познава себе си, то никога няма да познае и щастieto.

REFERENCES

Aslam, S. (2022). YouTube by the Numbers: Stats, Demographics&FunFacts. Omnicore. <https://www.omnicoreagency.com/youtube-statistics/> (посетен на 20.10.2023).

Ceci, L. (2021). Annual revenue and income of YouTube channel creator PewDiePie from 2013 to 2016. Statista. <https://www.statista.com/statistics/582995/pewdiepie-annual-revenue/> (посетен на 08.03.2022).

Kamburov., R. (2021). The New Garden. Sofia: Iztok-Zapad (*Оригинално заглавие: Камбуров, Р., 2021 Новата гардина. София: Изток-Запад*).

Makematic, L. (2020). *The Evolution of Vlogging*. Makematic.com - <https://makematic.com/blog/the-evolution-of-vlogging/> (последно посетен на 20.10.2023 г.).

Robinson, L., Smith., M. (2023) *Social Media and Mental Health*. HelpGuide - [https://www.helpguide.org/articles/mental-health/social-media-and-mental-health.htm#:~:text=The%20negative%20aspects%20of%20social%20media&text=However%2C%20multiple%20studies%20have%20found,about%20your%20life%20or%20appearance](https://www.helpguide.org/articles/mental-health/social-media-and-mental-health.htm#:~:text=The%20negative%20aspects%20of%20social%20media&text=However%2C%20multiple%20studies%20have%20found,about%20your%20life%20or%20appearance.). (посетен на 20.10.2023).

Western, D. (2023) *PewDiePie Net Worth*. Wealthy Gorilla - <https://wealthygorilla.com/pewdiepie-net-worth/> (посетен на 20.10.2023).