
ТЕОРІЯ, ІСТОРІЯ ТА ПРАКТИКА ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 007:304:070

DOI 10.32840/cpu2219-8741/2023.4(56).2

В. В. Гоян

доктор наук із соціальних комунікацій, професор
завідувач кафедри кіно- і телемистецтва
e-mail: vitagoian@knu.ua, ORCID: 0000-0002-1207-3800, Scopus ID: 57219286364
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, Україна, 02000

Д. О. Фальковський

здобувач наукового ступеня доктора філософії
e-mail: dima2f1996@gmail.com, ORCID: 0009-0004-8604-6583
Навчально-науковий інститут журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
вул. Юрія Ілленка, 36/1, м. Київ, Україна, 02000

ЗОБРАЖАЛЬНІ ЗАСОБИ ЯК СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ВІДЕОКОНТЕНТУ НА ВІЙСЬКОВУ ТЕМАТИКУ

У статті висвітлено різні аспекти зображальних засобів відеоконтенту на YouTube-каналі одного з провідних підрозділів Збройних Сил України. Можна стверджувати, що цей популярний тип мовлення формує й певний тип масової комунікації, цільовою аудиторією якого є переважно військовослужбовці та рекрути, які розглядають той чи інший підрозділ як перспективний для несення військової служби.

Мета дослідження – аналіз зображальних засобів як складника відеоконтенту, а саме режисури, роботи відеооператора, звукового супроводу та монтажу; з'ясування їх функцій у сприйнятті цього контенту як інструменту формування комфортного сприйняття інформації на прикладі локальних матеріалів, що поширюються в інтернеті.

Методологія дослідження. У процесі дослідження застосовані такі методи, як: систематизація (для вивчення теоретичного матеріалу); критичний огляд; аналіз (для дослідження виражальних засобів відеоконтенту); синтез (для встановлення зв'язку між застосуваннями аудіовізуальних інструментів та синтезу успішного досвіду їх поєднання); порівняння (для порівняння однакових засобів передачі інформації в різних відеоматеріалах); моніторингу та спостереження (для виявлення конкретних аудіовізуальних інструментів).

Результати. Виявлено, що ряд зображальних засобів проаналізованого відеоконтенту включає (але не обмежується) такі елементи: перехресний монтаж, монтаж за крупністю, аерозйомку, вид від першої особи, кольорокорекцію та комп'ютерну графіку. Визначено призначення цих інструментів.

Новизна. Уперше проведено комплексний аналіз зображальних засобів відеоконтенту, призначеного для публічної комунікації військового підрозділу, кольорового рішення відеоконтенту, прийомів комп'ютерної графіки та знімання. Розглянуто зображальні засоби як складник відеоконтенту та з'ясовано їх функції й роль у сприйнятті інформації.

Практичне значення. Одержані результати можуть знайти практичне втілення при організації роботи фахівців сфери PR у державних структурах, військових навчальних закладах, а також для подальших досліджень у сфері технології військової комунікації загалом. Також результати можуть бути застосовані для фактологічного доповнення дисциплін, які стосуються тематики журналістики та соціальних комунікацій, зокрема, для спеціальностей «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», «Журналістика», «Реклама та зв'язки з громадськістю». Крім цього, вони можуть стати в нагоді як джерельна база при подальших

наукових, методичних і практичних розробках науково-педагогічним працівникам військових навчальних закладів для створення навчальних матеріалів та підрозділам для ефективної реклами із залучення добровольців тощо.

Ключові слова: зображальні засоби, монтаж, відеоконтент, російсько-українська війна, масмедіа, візуальний образ, операторська майстерність.

I. Вступ

У зв'язку з технологічним прогресом й активним поширенням інформаційно-комунікаційних технологій, відеоконтент на платформі YouTube стає невід'ємним складником військової справи. Доречно згадати слова А. Бессараб про те, що «електронні технології стають простором для формування принципово іншої – віртуальної культури» [2, с. 44]. У сучасному світі майже неможливо уявити подію без послідовного її висвітлення у відеоматеріалах засобів масової інформації та соціальних мережах. Із цього приводу Г. Сарміна зазначала: «Інтернет стає рушійною силою медіареволюції, базою для розбудови дигітального медіасвіту, що у комплексі створює поштовх до розвитку нової ефективної форми репрезентування і сприйняття інформації – крос-медіа, яка прагне креативності та інновативності» [4, с. 22].

Доречно згадати дослідження О. Кирилової, А. Михайлової та К. Захаріної щодо соціальних мереж, де значення відеоконтенту розкрито в контексті проведення інформаційних операцій у ході гібридної війни: «Характер високої якості відео в режимі реального часу, що здатен надавати будь-який мобільний телефон, з будь-якого місця і в будь-який час, з трансляцією в постійно доступній соціальній мережі зі швидким перепостом, означає, що люди де завгодно можуть віртуально відчувати елементи військового бою» [7, с. 107]; «Можливість публікувати оновлення, ділитися відео створює реалістичну картину воєнних дій» [7, с. 102].

Повномасштабна війна, яку розв'язала росія проти України, так само знаходить відображення в аудіовізуальному контенті, оскільки він є суспільно важливим інформаційним ресурсом. До того ж, протидія ворогу відбувається наразі не лише на фронті, а й у політичній, економічній, культурній та інших сферах. Не є винятком й інформаційна галузь: відеоконтент та соціальні мережі використовують як один із головних інструментів для інформування населення чи пропаганди. Як влучно висловилося К. Горська, «в епоху «другої усності» медіаконтент помітно поінакшав, суттєво змінився й медіаландшафт. Екосистема медій перестала бути однополярною. Сучасний медіапростір мозаїчний, професійні новинні організації ділять його з блогерами, представниками громадянської журналістики, активістами соціальних мереж, доповнюючи одне одного» [6, с. 239]. Погоджуючись із цією тезою, додамо, що в такий оновлений медіасвіт прагнуть інтегруватися й військові підрозділи. Вони, як показує практика, успішно адаптуються до сучасних медіастратегій через все більше залучення цивільних громадян до військової служби.

Зауважимо, що відеоконтент на військову тематику націлений не лише на вищезгадані цілі, а й також корисний у військовій справі для передачі досвіду військовослужбовцям. Натомість, їх демонструють у соціальних мережах та відеохостингах для мотивації та свідомої участі громадян України, у спротиві російській військовій агресії.

Теоретичною базою дослідження відеоконтенту стали праці таких українських і зарубіжних учених, як Г. Десятник, С. Горевалов, Р. Ward, С. Тримбач, D. Arjón, А. Головня, Л. Дико та ін.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – аналіз зображальних засобів як складника відеоконтенту, а саме режисури, роботи відеооператора, звукового супроводу та монтажу; з'ясування їх функцій у сприйнятті цього контенту як інструменту формування комфортного сприйняття інформації на прикладі локальних матеріалів, що поширюються в інтернеті.

У процесі дослідження застосовані такі методи, як: систематизація (для вивчення теоретичного матеріалу); критичний огляд; аналіз (для дослідження виражальних засобів відеоконтенту); синтез (для встановлення зв'язку між застосуваннями аудіовізуальних інструментів та синтезу успішного досвіду їх поєднання); порівняння (для порівняння однакових засобів передачі інформації в різних відеоматеріалах); моніторингу та спостереження (для виявлення конкретних аудіовізуальних інструментів). Зроблено загальний огляд сучасного відеоконтенту з YouTube «3-тя окрема штурмова бригада» з метою аналізу зображальних засобів, зокрема відео «Бахмут. Бій за «дорогу життя»: розповідь штурмовиків 3 ОШБр» [1] та «Бій з GoPro: як Третя штурмова розбила 72-гу бригаду рф під Бахмутом» [3]. Здійснено спробу класифікувати й систематизувати основні зображальні засоби монтажу та відеооператорської роботи, які застосовують у цьому відеоконтенті.

III. Результати

Проаналізована джерельна база свідчить, що відеоконтент включає такі зображальні рішення, як: перехресний монтаж, монтаж на прямих склейках, аерозйомка, вид від першої особи, тощо.

Це все є сприятливими умовами для ефективного поширення інформації, акумуляції військового досвіду та його передачі. Пропонуємо детальніше розібрати кожен засіб із цього інструментарію та розглянути його використання на локальних прикладах.

Відео «Бахмут. Бій за «дорогу життя»: розповідь штурмовиків 3 ОШБр» з YouTube каналу «3-тя окрема штурмова бригада» починається як кінофільм, що створює своєрідний ефект ореолу щодо того, що глядач переглядатиме пригодницький фільм. Такий результат досягається за допомогою кольорокорекції та музичного супроводу подібних до тих, які використовують у кінофільмах. Так, П. Вард зазначає: «Зображення має не лише передавати інформацію, а й мати певну мистецьку цінність. Вживання тих чи інших художніх прийомів залежить від культурного оточення та моди та змінюється з часом» [10, с. 15]. Для порівняння нижче подано кадри з відео «Бахмут. Бій за «дорогу життя»: розповідь штурмовиків 3 ОШБр»: крупний план (рис. 1), його аналіз у вектроскопі (рис. 2); кадр поля бою з камери, закріпленої на шоломі (рис. 3), його аналіз у вектроскопі (рис. 4) та кадр з кінофільму «Врятувати рядового Раяна» (рис. 5), його аналіз у вектроскопі (рис. 6).



Рис. 1. Крупний план головних героїв відео 3-ї окремої штурмової бригади



Рис. 2. Аналіз кадру, зображеного на (рис. 1), у вектроскопі



Рис. 3. Кадр поля бою з відео 3-ї окремої штурмової бригади



Рис. 4. Аналіз кадру, зображеного на (рис. 3), у вектроскопі



Рис. 5. Кадр з кінофільму «Врятувати рядового Раяна»



Рис. 6. Аналіз кадру, зображеного на (рис. 5), у вектроскопі

Проаналізувавши колірні гами цих трьох кадрів можемо зробити висновок, що вони є майже ідентичні. Домінантними є ненасичений помаранчевий та ненасичений бірюзовий, наближений до синього. Тут доречно згадати слова М. Моженка що «використання комп'ютерних програм у процесі кольорокорекції та грейдингу дозволяє кіномитцям значно розширити свої творчі можливості, роблячи колір повністю підвладним майстру для створення власного візуального стилю, надаючи йому таку ж творчу свободу у роботі з кольором, яку до цього мали лише живописці» [5, с. 53].

Додаткової динаміки додає знімання з рук у крупних кадрах військових (рис. 1), де вони розповідають історію, для того щоб додатково утримати увагу глядача. Обличчя військових зняті крупним планом з відстані для детальнішої передачі їхнього емоційного стану. Доречно згадати слова В. Галицького: «Оператор кіно і телебачення – митець, процес творчого мислення якого органічно пов'язаний з візуальним баченням не тільки навколишнього середовища, але й внутрішнього світу людини» [8, с. 13].

У відео використовується перехресний монтаж, який поєднує між собою військових, що розповідають історію бою, та кадри безпосередньо з місця бойових дій. Завдяки цьому виду монтажу можна домогтися виразного відчуття одночасності двох різних дій і тим самим виявити їх взаємозалежність, взаємозв'язок. Розповідь військових знята з дотриманням монтажу за крупністю. Це найпоширеніший випадок монтажу, у якому монтуються два кадри одного й того самого героя, знятого різними планами. У нашому випадку це середній та крупний плани. Це свідчить про те, що команда YouTube каналу «3-тя окрема штурмова бригада» усвідомлює

важливість відеооператорської роботи. Тут доречно згадати слова журналістки І. Кузнецової: «Вивчайте основи операторської майстерності й техніку зйомок, постановок, роботи зі світлом. Бувають такі ситуації, коли є тільки ви, подія і відеокамера...» [9, с. 52].

Для кращого розуміння ситуації глядачу пропонується переглянути адресний план поля битви з окопами знятий з використанням методу аерозйомки. З доповненням у вигляді комп'ютерної графіки, яка позначає схему окопів (рис. 7).

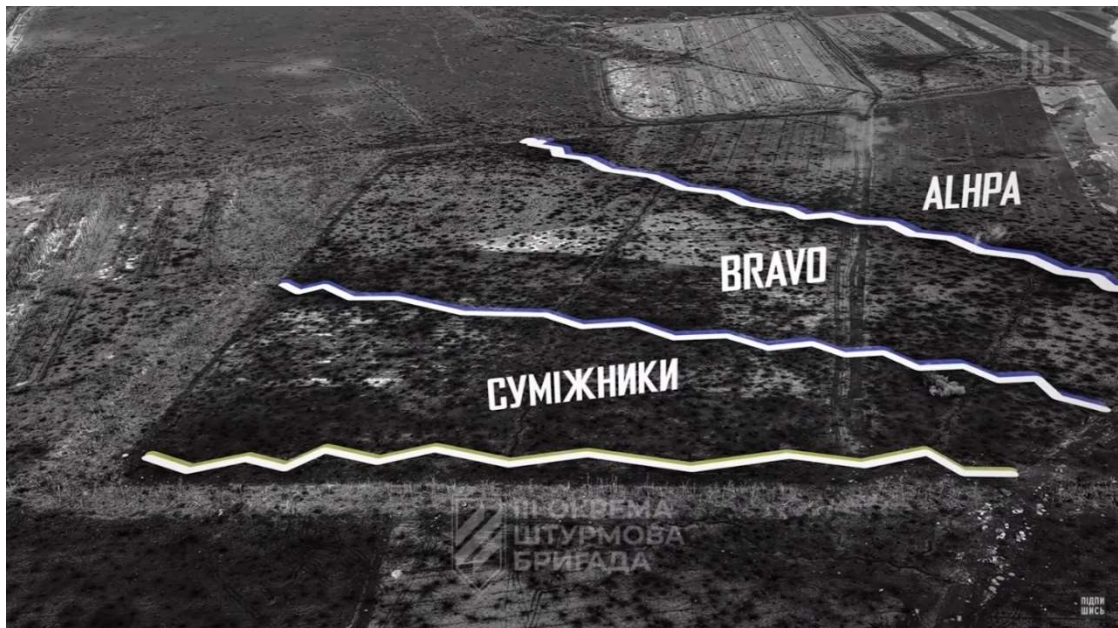


Рис. 7. Кадр поля бою з відео 3-ї окремої штурмової бригади

Відеокамери із широким кутом огляду, встановлені на шоломах військових, охоплюють їхній кут огляду, за допомогою цього глядач може краще розуміти дії військового та максимально ближче пережити викладені у відеоконтенті події (рис. 3).

Подібний формат викладення матеріалу з поля бою також присутній у відео «Бій з GoPro: як Третя штурмова розбила 72-гу бригаду рф під Бахмутом» [3]. Тут теж кадри аерозйомки (рис. 8), змонтовані паралельно з кадрами відеокамер на шоломах (рис. 9) військових із додаванням пояснень у вигляді текстових вставок, доданих методом комп'ютерної графіки.



Рис. 8. Кадр поля бою з відео 3-ї окремої штурмової бригади

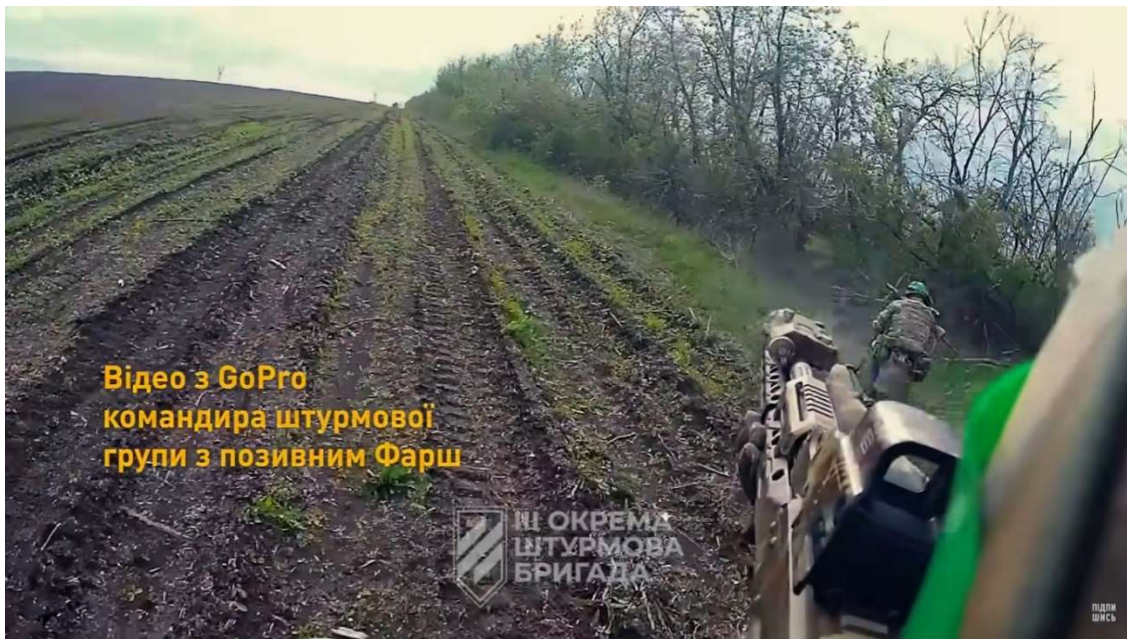


Рис. 9. Кадр поля бою з відео 3-ї окремої штурмової бригади

IV. Висновки

У цьому дослідженні ми розглянули зображальні засоби як складник відеоконтенту та з'ясували їх функції та роль у сприйнятті цього контенту. У наведених вище кадрах застосовано аудіовізуальний інструментарій, який включає такі елементи, як: перехресний монтаж, монтаж за крупністю, аерозйомка, вид від першої особи, кольорокорекція та комп'ютерна графіка. Усі ці інструменти та їх взаємодія слугують для коректного, чіткого та комфортного для глядача сприйняття інформації. Проаналізований аудіовізуальний інструментарій має вплив на формування обізнаності громадян у військовій справі, усвідомлення ситуації в зоні ведення бойових дій та ефективної передачі досвіду.

Список використаної літератури

1. Бахмут. Бій за «дорогу життя»: розповідь штурмовиків 3 ОШБр. *3-тя окрема штурмова бригада*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=luF1A-VYgbY&t=699s> (дата звернення: 01.06.2023).
2. Бессараб А. О. Соціально-комунікаційні технології формування інтересу до читання української книги : монографія. Запоріжжя : КПУ, 2016. 360 с.
3. Бій з GoPro: як Третя штурмова розбила 72-гу бригаду рф під Бахмутом. *3-тя окрема штурмова бригада*. URL: https://youtu.be/M74HD_hl45A (дата звернення: 01.06.2023).
4. Сарміна Г. Курка, що несе золоті яйця, або сутність феномена «крос-медіа». *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика*. 2017. Вип. 2 (23). С. 22–26.
5. Моженко М. Еволюція технологій кольорокорекції в кіно та на ТБ. *Вісник КНУКіМ. Серія: Мистецтвознавство*. 2017. Вип. 37. С. 54–64.
6. Горська К. Медіаконтент: трансформації на перехресті аналогової та цифрової культур : монографія. Київ : Інтерсервіс, 2016. 380 с.
7. Кирилова О. В., Михайлова А. А., Захаріна К. В. Специфіка використання соціальних медіа у російсько-українській гібридній війні. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. № 2 (54). С. 101–110.
8. Бадіон С. В. Визначальні параметри професії звукорежисера. *Екранознавство : зб. наук. та навч.-метод. статей / за наук. ред.: В. В. Гоян*. Київ : НН Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2022. Вип. 6. 144 с.
9. Телерадіожурналістика: стандарти, методи, технології (за матеріалами медіаплатформи «Campus Radio Ukraine / Студент-TV») : навч. посіб. / за заг. ред. В. В. Гоян, О. Я. Гоян. Київ : Інститут журналістики, 2020. 192 с.
10. Ward P. *Picture Composition for Film and Television* Focal Press. Oxford, 2003.

References

1. Bakhmut. Bii za «dorohu zhyttia»: rozpovid shturmovykiv 3 OShBr [Bakhmut. The battle for the «road of life»: the story of the attack aircraft of the 3rd OShBr]. *3-tia okrema shturmova bryhada*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=luF1A-VYgbY&t=699s> [in Ukrainian].

2. Bessarab, A. O. (2016). *Sotsialno-komunikatsiini tekhnologii formuvannia interesu do chytannia ukrainskoi knyhy* [Social and communication technologies for the formation of interest in reading Ukrainian books]. Zaporizhzhia: KPU [in Ukrainian].
3. Bii z GoPro: yak Tretia shturmova rozbyla 72-hu bryhadu rf pid Bakhmutom [Battle with GoPro: how the Third Assault Division defeated the 72nd Brigade of the Russian Federation near Bakhmut]. *3-tia okrema shturmova bryhada*. Retrieved from https://youtu.be/M74HD_hI45A [in Ukrainian].
4. Sarmina, H. (2017). Kurka, shcho nese zoloti yaitsia, abo sutnist fenomena «kros-media» [The hen that lays the golden eggs, or the essence of the «cross-media» phenomenon]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Zhurnalistyka*, 2 (23), 22–26 [in Ukrainian].
5. Mozhenko, M. (2017). Evoliutsiia tekhnologii kolorokorektsii v kino ta na TB [Evolution of color correction technologies in film and TV]. *Visnyk KNUKiM. Seriya: Mystetstvoznavstvo*, 37, 54–64 [in Ukrainian].
6. Gorska, K. (2016). *Mediakontent: transformatsii na perekhresti analogovoi ta tsyfrovoi kultur* [Media content: transformations at the intersection of analog and digital cultures]. Kyiv: Interservice [in Ukrainian].
7. Kurylova, O. V., Mykhailova, A. A., & Zakharina, K. V. (2023). Spetsyfika vykorystannia sotsialnykh media u rosiisko-ukrainskii hibrydnyi viini [Specifics of the use of social media in the Russian-Ukrainian hybrid war]. *Derzhava ta rehiony Seriya: Sotsialni komunikatsii*, 2 (54), 101–110 [in Ukrainian].
8. Badion, S. V. (2022). Vyznachalni parametry profesii zvukorezhysera [Determining parameters of the sound engineer profession]. *Ekranoznavstvo: zb. nauk. ta navch.-metod. statei*. (Vol. 6). Kyiv: NN Instytut zhurnalistyky KNU imeni Tarasa Shevchenka [in Ukrainian].
9. Goyan, V. V., & Goyan, O. Ya. (Eds.). (2020). *Teleradiozhurnalistyka: standarty, metody, tekhnologii (za materialamy mediaplatformy «Campus Radio Ukraine / Student-TV»)* [Television and radio journalism: standards, methods, technologies (based on the materials of the media platform «Campus Radio Ukraine / Student-TV»)]. Kyiv: Institute of Journalism [in Ukrainian].
10. Ward, P. (2003). *Picture Composition for Film and Television* Focal Press. Oxford [in English].

Стаття надійшла до редакції 15.06.2023.

Received 15.06.2023.

Goian V., Falkowskyi D. Visual Instruments as Component of Effective Communication of Military-Themed Video Content

The article highlights various aspects of visual means of video content on the YouTube channel of one of the leading units of the Armed Forces of Ukraine. It can be argued that this popular type of broadcasting also forms a certain type of mass communication, the target audience of which is mainly military personnel and recruits who consider this or that unit as promising for military service.

The purpose of the research is to analyze visual media as a component of video content, namely, directing, videographer work, sound accompaniment and editing, to find out their functions in the perception of this content, as a tool for forming a comfortable perception of information on the example of local materials distributed on the Internet.

The research methodology. In the research process, such methods were used as: systematization, for the study of theoretical material; critical review; analysis (for the study of expressive means of video content); synthesis (to establish a connection between the applications of audiovisual tools and to synthesize the successful experience of their combination); comparison (to compare the same means of information transmission in different video materials), monitoring and observation (to identify specific audiovisual tools).

Novelty. For the first time, a comprehensive analysis of the visual means of the video content of the military unit intended for public communication, the color solution of the video content, computer graphics techniques and filming was carried out. We considered visual media as a component of video content and clarified their functions and role in information perception.

Practical significance. The obtained results can find practical application in organizing the work of PR specialists in state structures, military educational institutions, as well as for further research in the field of military communication technology in general. Also, the results can be applied for the factual addition of disciplines related to the subjects of journalism and social communications, in particular, for the specialties «Audiovisual art and production», «Journalism», «Advertising and public relations». In addition, they can be useful as a source base for further scientific, methodical and practical developments to scientific and pedagogical workers of military educational institutions for the creation of educational materials and units for effective advertising to attract volunteers, etc.

It was found that a number of visual means of the analyzed video content include (but are not limited to) the following elements: cross-editing, editing by size, aerial photography, first-person view, color correction, etc. All these tools, beyond any doubt, have a significant impact on the formation of citizens' opinions and effective transfer of experience.

Key words: *visual media, montage, video content, Russian-Ukrainian war, mass media, visual image, cinematography.*

Goyan V., Falkovskyi D. Środki obrazowe jako element skutecznej komunikacji treści wideo o tematyce militarnej

W niniejszym artykule uwydatnione są różne aspekty środków obrazowych treści wideo na kanale YouTube jednej z czołowych jednostek Sił Zbrojnych Ukrainy. Można potwierdzić, że ten popularny rodzaj nadawania formuje również pewien rodzaj komunikacji masowej, którego audytorium docelowym jest głównie personel wojskowy i rekruci, którzy uważają tę lub inną jednostkę za obiecującą do służby wojskowej.

Celem badania jest analiza środków obrazowych jako składnika treści wideo, mianowicie reżyserii, pracy kamerzysty, oprawy dźwiękowej i montażu; wyjaśnienie ich funkcji w percepcji tych treści jako narzędzia kształtowania wygodnego odbioru informacji na przykładzie lokalnych materiałów rozpowszechnianych w Internecie.

Metodologia badania. W procesie badawczym stosowane są takie metody jak: systematyzacja (do studiowania materiału teoretycznego); krytyczna recenzja; analiza (do badania środków wyrazu treści wideo); synteza (w celu ustalenia powiązania między zastosowaniami narzędzi audiowizualnych i syntezy udanego doświadczenia ich połączenia); porównanie (w celu porównania tych samych sposobów przekazywania informacji w różnych materiałach wideo); monitoring i nadzór (w celu określenia konkretnych narzędzi audiowizualnych).

Wyniki. Ujawniono, że szereg środków obrazowych przeanalizowanych treści wideo obejmuje m.in. (ale się nimi nie ogranicza) następujące elementy: montaż krzyżowy, montaż według rozmiaru, aerofotografia, widok pierwszoosobowy, korekcję kolorystyczną oraz grafikę komputerową. Również został zdefiniowany cel tych narzędzi.

Nowość. Po raz pierwszy przeprowadzono kompleksową analizę środków obrazowych treści wideo przeznaczonych do publicznej komunikacji jednostki wojskowej, rozwiązania kolorystycznego treści wideo, technik grafiki komputerowej i zdjęć. Środki obrazowe rozpatrzone są jako element treści wideo oraz wyjaśniono ich funkcje i rolę w odbiorze informacji.

Znaczenie praktyczne. Uzyskane wyniki mogą znaleźć praktyczne zastosowanie w organizacji pracy specjalistów PR w strukturach państwowych, wojskowych instytucjach edukacyjnych, a także w dalszych badaniach z zakresu szeroko pojętej techniki komunikacji wojskowej. Wyniki można także zastosować do faktologicznego uzupełnienia dyscyplin związanych z tematyką dziennikarstwa i komunikacji społecznej, w szczególności dla specjalności «Sztuka i produkcja audiowizualna», «Dziennikarstwo», «Reklama i public relations». Ponadto mogą być one przydatne jako baza źródłowa do dalszego rozwoju naukowego, metodycznego i praktycznego dla pracowników naukowo-pedagogicznych wojskowych instytucji edukacyjnych do tworzenia materiałów edukacyjnych i jednostek skutecznej reklamy w celu przyciągnięcia ochotników itp.

Słowa kluczowe: środki obrazowe, montaż, treści wideo, wojna rosyjsko-ukraińska, środki masowego przekazu, obraz wizualny, kunszt operatorski.