

## Фирменный стиль как способ продвижения авторского онлайн проекта

Научный руководитель – Каверина Елена Анатольевна

*Макарова Мария Александровна*

*Студент (магистр)*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра рекламы, Санкт-Петербург, Россия  
*E-mail: mcmasha2000@mail.ru*

Фирменный стиль - это созданный уникальный, отличительный образ, имидж бренда, формирующий визуальную идентичность [1], вызывающий доверие у потребителей. Элементы фирменного стиля можно разделить на три группы - визуальные, вербальные и событийные [2].

- Визуальные - цвет, шрифт, графика;
- Вербальные - музыка, девиз, логотип;
- Событийные - мерч, сувенир. Обычно это футболка, толстовка, брелок с логотипом бренда, который авторы также продают.

Фирменный стиль подчёркивает уникальность и индивидуальность, куда, как мы выяснили выше, входит визуальное и аудиовизуальное оформление YouTube-канала, что является одним из механизмов продвижения творческого продукта, потому как качественно разработанная форма канала, айдентика, включающая в себя фирменные элементы [3], например, логотип, цветовое и графическое, шрифтовое оформление, с хорошим содержанием, то есть контентом, вызывает доверие и интерес у потребителей, а также у рекламных компаний, благодаря которым авторы и зарабатывают деньги.

Сегодня практически ни один выпуск на канале у популярного гражданского журналиста не обходится без встроенной рекламы. Чаще всего авторы рекламируют банки, например, Альфа, поисковик авиабилетов Авиасейлс, обучающие курсы, недвижимость, часы и многое другое.

Фирменный стиль на YouTube-канала также формирует жанровая специфика, тема, в которой автор проекта работает. Вероятно, чтобы проект на видеохостинге YouTube был популярным и востребованным, автору канала желательно придерживаться одной ниши [4], например, снимать видео на тему трэвел, как это делает известный путешественник России Антон Птушкин на своём одноимённом YouTube-канале «Антон Птушкин» или Алексей Пивоваров, который перешёл на YouTube из традиционной телевизионной журналистики в интернет, где три раза в неделю публикует новый социально-значимый материал. Ещё авторам проектов необходимо социализировать контент - давать возможность подписчикам и зрителям общаться друг с другом, оставлять комментарии, при этом взаимно откликаться через обратную связь. Это вовлечёт пользователей, что повысит охват. Призывать к действию - «Подписывайтесь на канал. Ставьте лайки», «Становитесь спонсорами». Благодаря недавно появившейся на YouTube кнопки «Спонсировать» теперь подписчики могут материально поддерживать любимые творческие проекты, на эти деньги авторы обычно снимают новые выпуски. И взамен для своих преданных подписчиков «спонсоров» публикуют более широкий и подробный материал, например, закадровые или смешные сцены. Весь творческий процесс от оформления, от разработки видео до публикации и общения со своей целевой аудиторией на YouTube можно назвать созданием фирменного стиля, которого авторы в дальнейшем придерживаются. Чтобы более детально разобрать теоретический материал, ниже разберем фирменный стиль YouTube канал Юрия Дудя «вДудь» [5].

- 1) количество подписчиков: более девяти миллионов;
- 2) количество видео на канале: 141 (на 18.01.2022 г.);
- 3) среднее количество просмотров: 8 миллионов;
- 4) средний хронометраж выпусков: когда канал был только запущен, выпуски выходили по 00:45:00, вскоре время увеличилось до 01:45:00;
- 5) концепция канала - интервью с известными людьми, например, политиками, писателями, актёрами, неоднозначными личностями, также документальные фильмы, в основном, о России, с историческим и социальным подтекстом;
- 6) «фото профиля» и логотип совпадают - чёрный кружок с надписью «вДудь», шрифт выбран белого цвета и называется «Lurk», который специально для Дудя разработали в 2019 году. Как говорят авторы шрифта Илья Рудерман и Юрий Остроменцкий, этот шрифт набор интонаций - его начертания могут быть нейтральными, резкими, мягкими и громкими, скромными и так далее. Благодаря этому типографическому инструменту есть возможность рассказать любую историю без дополнительной графики;
- 7) «баннер» выполнен также в чёрной цветовой палитре с белой надписью «вДудь». На баннере слева от надписи размещён автор канала Юрий, который как бы экспрессивно кричит в микрофон;
- 8) описание канала - «Здесь задают вопросы»; Такое описание канала соответствует основной концепции и жанровой стилистике, в которой в основном работает Юрий Дудь.
- 9) миниатюры канала практически все выполнены с участием автора канала. Причем обычно свой автопортрет Юрий размещает справа, а фотографию приглашённого гостя слева, там же и подписывает название выпуска. По всей видимости, это связано с тем, что «рабочая сторона» Юрия левая. Для подписи автор использует один шрифт «Lurk». Из 141 видео, которые размещены на канале, только 16 миниатюр без участия автора;
- 10) автор канала выступает как лицо бренда, присутствует во всех выпусках в качестве ведущего-интервьюера, модератора также размещён на баннере и почти на всех миниатюрах;

Отличительные аудиовизуальные особенности в оформлении:

- 11) аудиовизуальная заставка «джингл» - «Юрий будет Дудь, Дудь будет Юрий», созданная группой «Хлеб». На заднем плане электрические лёгкие биты;
- 12) монтаж /построение выпуска:
  - анонс, где Юрий даёт краткую информацию: о чём выпуск. Фон любой - это может быть и пейзаж, и интерьер дома. Своё превью автор обычно заканчивает поворотом головы вправо и резким вздохом, затем говорит: «Вперёд» и хлопает двумя руками, что даёт некую отбивку;
  - представление героев через стоп-кадр с краткой информацией о герое, например, сколько лет, где родился и т.д.;
  - важные фразы, которые говорят герои выпуска, автор демонстрирует на экране. Или важную дополнительную информацию;
  - приглашённых героев Юрий часто снимает не просто в студии, а, например, возит по интересным местам, которые также раскрывают личность героя.
  - в конце выпуска Дудь обычно проводит конкурс, нужно написать историю, на заданную тему в комментариях, что, вероятно, повышает рейтинг и активность канала. За лучший комментарий-историю аудитория получает приз, который приносит герой выпуска Юрий Дудь.

\*\*\*

Мы рассмотрели видеопроект гражданского журналиста и проанализировали популярный YouTube-канал Юрия Дудя - по визуальным и аудиовизуальным критериям оформления: количество подписчиков, количество видео на канале, среднее количество просмотров, средний хронометраж выпусков, концепция канала, «фото профиля» и логотип, «баннер», описание канала, миниатюры, автор канала, аудиовизуальная заставка «джингл», особенности монтажа / построение выпуска.

Таким образом, можно сделать вывод, что авторские проекты на видеохостинге YouTube имеют отличительные визуальные и аудиовизуальные особенности брендирования, которые выражают основную идею, миссию, философию и концепцию канала. Чаще всего автор канала является лицом бренда и создаёт определённый имидж у аудитории, вызывает её доверие.

### Источники и литература

- 1) 1. Смирнова К.А. PR-технологии и основные методы коммуникации // Молодой учёный. – С. 162-165. 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: PR-технологии и основные методы коммуникации / Статья в журнале «Молодой ученый» (moluch.ru) (дата обращения 23.01.2022) 2. Яницкая Л., Хорошо А. Фирменный стиль как инструмент продвижения бренда. Белорусский госуд.ун-т. С. – 334. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/192680/1/334-337.pdf> (дата обращения 23.01.2022) 3. Бондаренко С.С. анализ современного стиля и его роль в успешном продвижении бренда. Кубанский гос.ун-т. С.- 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kubsu.ru/sites/default/files/users/32765/portfolio/bondarenko.pdf> (дата обращения 23.01.2022) 4. Овчинникова Е.С. Особенности использования видеохостинга YouTube для продвижения бренда. // Эл.науч.журнал «Наука. Общество. Государство». Т. 5, № 4(20). 2017. – С. 2 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-ispolzovaniya-videohostinga-youtuvedlya-prodvizheniya-brenda> (дата обращения 08.01.2022) 5. YouTube-канал Юрия Дудя «вДудь». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.youtube.com/c/vdud> дата обращения 23.01.2022)