

Секция «33.1 Телевидение в актуальной парадигме современности: от художественной классики и истории до новых аудиовизуальных медиа»

**Вербальные средства создания экранного образа группы (на примере медиафутбольной команды 2DROTS)**

**Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна**

*Межгих Надар Тельманович*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа телевидения (факультет), Кафедра журналистики и телевидения, Москва, Россия

*E-mail: nmezgikh@mail.ru*

Автор (-ы) любого аудиовизуального произведения ставит (-ят) себе 2 главные задачи: первая – донести до зрителя заложенную в контенте информацию (смыслы, образы), вторая – вызвать тем самым определённую реакцию. Она может быть разной: от простого проявления эмоций в момент просмотра до рейтингов (в случае с телевизионными продуктами), лайков, комментариев (в случае с сетевым содержанием) и прочих статистически фиксируемых показателей. Для решения перечисленных выше задач контент-мейкеры непременно используют выразительные средства. Это, естественно, касается и новых феноменов, наблюдаемых в медиа. Например, медиафутбола. В данном направлении на стыке спорта и видеоблогинга, характеризующемся полисубъектностью (большое количество команд и их представителей), проблема построения уникального образа не менее остра, чем в других сегментах.

Благодаря такой коммуникативной возможности видеоблога, как самопрезентация автора [1], перед медиафутбольными функционерами открывается простор в плане использования образных инструментов, включая вербальные. Речь/звучащее слово стоит особняком во многих медиатеориях. К примеру, Л.Н. Нехорошев подчёркивает важность роли звукового полотна с точки зрения драматургии произведения [4], у Н.Л. Горюновой это одна из частей её триадной концепции художественно-выразительных средств экрана [3]. А В.Т. Третьяков акцентирует внимание на специфике современной телевизионной речи, именуя её вульгарным русским языком в связи с хаотичным смешением максимально разнородных вербальных конструкций: от говоров и англицизмов до мата и уголовной лексики [2].

Один из ярчайших примеров эффективного применения вербальных средств в медиафутболе – команда 2DROTS, которая входит в число самых популярных в своём роде (более 3,6 млн подписчиков на YouTube [5]). Анализ видеоконтента, выпускаемого этим клубом, позволяет заключить, что ему удалось сформировать свой новояз, мгновенно вызывающий у медиафутбольной аудитории ассоциацию с брендом. Сюда относятся слова «куваться» (бороться), «своячки» (свои ребята; товарищи), «Дрот-арена» (воображаемый домашний стадион клуба, а фактически – любое поле, на котором эта команда снимает контент) и прочие. Элементами вербального кода могут служить и восклицательные междометия, такие как радостный, победный возглас «уэй».

Интересно, что в этом «словаре» есть и выражения, которые связаны с коллективом, но были введены не им самим, а третьими лицами. Так, сочетание «день раз\*\*\*\* [разгрома] 2DROTS» напоминает об обидном поражении команды в послематчевой серии пенальти 2 мая 2021 года, нанесённом вечным и самым принципиальным соперником – «Амкалом».

К вербальным средствам можно отнести и прозвища, получаемые членами команды. У 2DROTS это часто основано на внешнем сходстве с реальным или вымышленным героем. Например, с профессиональным футболистом (Ромео по прозвищу *маленький Мбанге*)

или персонажем видеоигры (Адам по прозвищу *Биг Смоук* – антагонист Grand Theft Auto: San Andreas). Отсылая к известным образам массовой культуры, клуб быстро устанавливает эмоциональную связь между своими участниками и аудиторией.

Итак, 2DROTS показывает, какое большое значение может иметь язык при создании не только индивидуального, но и коллективного образа, в этом случае – образа шоу-команды, вызывающего у болельщика желание отождествлять себя с ней.

### Источники и литература

- 1) Кузьмина Н.А. Современный медиатекст. М., 2013.
- 2) Третьяков В.Т. Как стать знаменитым на телевидении: Теория телевидения для всех, кто хочет на нём работать. М., 2016.
- 3) Горюнова Н.Л. Художественно-выразительные средства экрана: Учеб. пос. // М.: ИПК раб. ТВ и РВ, 2000. URL: <https://libking.ru/books/sci-/sci-culture/207790-n-goryunova-hudozhestvenno-vyrazitelnye-sredstva-ekrana.html#book>
- 4) Нехорошев Л.Н. Драматургия фильма // М.: ВГИК им. С.А. Герасимова, 2009. URL: <https://libking.ru/books/poetry-/dramaturgy/608789-leonid-nehoroshev-dramaturgiya-filma.html#book>
- 5) YouTube-канал команды 2DROTS: <https://www.youtube.com/@twodrots>