

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

Способы подачи развлекательного контента для молодежной аудитории

Научный руководитель – Шестерина Алла Михайловна

У Жоюй

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: 1797291533@qq.com

В этой работе речь идет о потребностях зрителей-подростков в развлечениях и влиянии на них подачи контента. Отмечается, что в настоящее время спрос на развлекательный контент среди подростков становится все более разнообразным, и цель исследования - понять, как эффективно удовлетворить этот спрос и изучить его значение для психологического и когнитивного развития подростков. Далее исследование делится на две основные части: особенности развлекательных потребностей зрителей-подростков и способы подачи развлекательного контента. В разделе, посвященном характеристикам молодежной аудитории, анализируются ее возрастные, психологические особенности и потребительское поведение, подчеркивается разнообразие потребностей в развлечениях. Способ подачи развлекательного контента оказывает значительное влияние на когнитивное развитие молодых людей. Например, высокоинтерактивный онлайн-контент может способствовать развитию их критического мышления, а образовательный контент - формированию ценностей [1]. В современном обществе молодежная аудитория, являющаяся главной силой цифровой эпохи, демонстрирует заметную тенденцию к диверсификации и индивидуализации своего спроса на развлекательный контент. С быстрым развитием технологий и популяризацией Интернета и социальных сетей молодежной аудитории больше не ограничиваются традиционными формами развлечений и испытывают большой спрос на новый, творческий и образовательный контент. С развитием технологий представление традиционного развлекательного контента претерпевает изменения, но все же стоит глубоко проанализировать его влияние на молодежных аудиторий, чтобы извлечь уроки для разработки нового развлекательного контента [2]. Однако вопрос о том, может ли существующее предложение развлекательного контента соответствовать ожиданиям этой группы и насколько уместна его подача, вызвал широкую озабоченность как в научных кругах, так и в промышленности [3]. В то же время их привычки в области медиа меняются, переходя от традиционного телевидения и фильмов к новым медиаканалам, таким как онлайн-видео и социальные платформы [4]. В связи с этим перед производителями развлекательного контента встает серьезная задача: как удовлетворить любопытство молодежной аудитории в то же время передать им правильные ценности, стало насущной проблемой, требующей решения. Поэтому будущие исследования должны продолжить изучение того, как обеспечить развлекательный контент, который в большей степени соответствует росту молодых людей за счет интеграции науки, техники и искусства, чтобы способствовать их всестороннему развитию [5].

Источники и литература

- 3 Дж Коэн - Психология развлечений. Идентификация аудитории с персонажами СМИ. 2023.
- 5 Хуан Лу. Влияние событийных мероприятий в области искусства на развитие молодежи // Океан искусств. 2018-02-15.

- 1 Цинь Фэнчжэнь Цай Юаньюань. Медиакультура и литературная жизнь современной молодежи // Журнал Сычуаньского института образования. 2010-08-25.
- 2 Чжао Бинчжан, Ли Мо. Воспитание гуманистических качеств у подростков на основе эстетического воспитания с помощью кино и телевидения. // Справочник по преподаванию политики в средней школе. 2020-07-20.
- 4 LM Ward. Понимание роли развлекательных СМИ в сексуальной социализации американской молодежи: Обзор эмпирических исследований. 2003.