

Влияние визуального контента на восприятие информации молодежной аудиторией

Научный руководитель – Давыдик Александр Сергеевич

Никонович Анастасия Владимировна

Студент (бакалавр)

Белорусский государственный университет, Институт журналистики, Минск, Беларусь

E-mail: nastanikonovich@gmail.com

Визуальный контент играет ключевую роль в формировании восприятия информации современной молодежью. С развитием цифровых технологий и платформ, таких как YouTube, визуальные элементы становятся основным средством коммуникации и передачи знаний.

Разберемся с терминами, молодежная аудитория – это социально-демографическая группа, включающая людей в возрасте от 14 до 35 лет, характеризующаяся высокой вовлеченностью в цифровые технологии, визуальным мышлением и быстрой обработкой информации (Федорова, 2015). Молодежь потребляет контент преимущественно через мобильные устройства и социальные сети, где ключевую роль играет визуальная составляющая [3].

Что же такое визуальный контент? Визуальный контент – это любые графические или видеоэлементы, предназначенные для передачи информации. К ним относятся фотографии, инфографика, анимация, видео, мемы и иллюстрации. По данным исследования Pew Research Center, более 80% молодежной аудитории воспринимает визуальный контент быстрее и эффективнее, чем текстовый [4].

Восприятие – это процесс обработки информации, поступающей через органы чувств. Молодежная аудитория характеризуется следующими особенностями восприятия:

- Предпочтение краткого и емкого контента.
- Восприятие информации через эмоции и образы.
- Высокая чувствительность к цвету и динамике изображения.
- Склонность к быстрому переключению внимания (клиповое мышление) [2].

Современные создатели контента используют различные визуальные средства для привлечения и удержания внимания молодежной аудитории. Так Дягтерев рассказал об основных композиционных правилах: линии и формы, цвет, свет и тень, расположение объектов в кадре. Рассмотрим эти правила с практической стороны:

- **Линии и формы.** Визуальные линии направляют взгляд зрителя и создают эмоциональный фон кадра. Например, в документальных фильмах Юрия Дудя диагональные линии в кадре создают динамику и ощущение движения, усиливая драматический эффект интервью. В свою очередь, круглые формы, используемые в визуальном стиле National Geographic, создают чувство гармонии и целостности изображения.
- **Цвет.** Важную роль играет цветовая палитра. В научно-популярных видео канала Kurzgesagt используются яркие, контрастные цвета для акцентирования внимания и упрощения сложных концепций. В тревел-блогах, таких как у Антона Птушкина, теплые оттенки вызывают чувство уюта и ностальгии, а холодные — передают атмосферу приключений.

- Свет и тень. Контрастное освещение часто применяется в журналистских расследованиях, например, в видео The New York Times или BBC Panorama, где тени создают атмосферу таинственности и напряжения. В YouTube-контенте блогеров вроде Марка Робера яркое освещение и равномерная подсветка используются для формирования позитивного настроения.
- Расположение объектов в кадре. Асимметричная компоновка часто встречается в развлекательном контенте, например, у MrBeast, чтобы создать эффект спонтанности и привлечь внимание к движущимся объектам. В образовательных роликах Veritasium автор часто располагается в центре кадра, создавая ощущение диалога со зрителем [1].

Современные СМИ адаптируют визуальный контент для молодежной аудитории, используя:

- Мемы и инфографику для объяснения сложных тем (пример: Meduza, The New York Times).
- Короткие видеоформаты и анимацию (BBC Shorts, Vox Media).
- Интерактивные истории и VR-репортажи (National Geographic).
- Использование ярких цветов и динамичного монтажа .

YouTube-блогеры используют различные визуальные приемы для привлечения молодежи:

- Динамичный монтаж и резкие переходы (пример: MrBeast, Дудь).
- Использование графики, текста и анимации в кадре (Kurzgesagt, Veritasium).
- Работа с эмоциями – крупные планы, акцент на выражении лица (Джей Лазерсон, Лиззка).
- Цветокоррекция и насыщенные цвета для повышения вовлеченности.
- Трендовые визуальные форматы – реакции, челленджи, ASMR, slow-motion видео.

В интервью популярные YouTube-креаторы отмечают, что одна из главных сложностей – удержание внимания зрителя, поэтому они используют монтаж, сюжетные повороты и элементы сторителлинга для поддержания интереса [5].

В условиях цифровых медиа, где визуальный контент потребляется в больших объемах, грамотное использование композиционных приемов становится особенно важным. Молодежная аудитория, обладая высокой визуальной грамотностью, остро реагирует на композиционные решения в контенте, порой даже неосознанно.

Применение динамичных композиций, ярких цветов и нестандартных ракурсов способно привлечь внимание молодых зрителей и удерживать их интерес. Более того, использование определенных композиционных приемов может влиять на эмоциональное состояние и поведение аудитории, формируя определенные настроения и побуждая к действиям.

Источники и литература

- 1) Федорова А.М. Основные тенденции использования визуального контента в научно-популярных изданиях. ТюмГУ, 2015.
- 2) Горелов И.Н. Психология восприятия: теория и практика. Москва: Психология, 2006.
- 3) Пономарев Н.И. Молодежная аудитория и ее медиапредпочтения. Вестник РГГУ, 2018.

- 4) Сидоров В.П. Визуальный контент как инструмент медиакommunikаций. Вопросы журналистики, 2020.
- 5) YouTube Creator Interviews. Как работают ведущие блогеры. 2024.