

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

Эволюция видеоконтента в Интернет-пространстве

Научный руководитель – Утилова Наталья Ивановна

Невзоров Даниил Дмитриевич

Студент (бакалавр)

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

E-mail: daniilnevzorov45@gmail.com

Развитие видеоконтента в интернет-пространстве прошло значительный путь -от длинных любительских роликов к коротким, алгоритмически управляемым форматам, формируя новые эстетические и коммуникационные стандарты [1]. Первые интернет-видеоплатформы, такие как YouTube, предлагали преимущественно длинные горизонтальные видео, где ключевую роль играло содержание, а визуальная эстетика оставалась второстепенной [4]. Появление блогинга и пользовательского контента сделало видеоматериалы более персонализированными, однако при этом сохранялось внимание к сюжетной структуре, монтажу и последовательному повествованию [4].

Массовое распространение мобильных устройств значительно ускорило потребление видеоконтента, что привело к росту популярности форматов короткой длительности [2]. Платформы социальных сетей внедрили вертикальный формат и временные ограничения роликов, сформировав новые правила визуальной композиции и подачи материала. Одновременно алгоритмическая система рекомендаций изменила способ взаимодействия пользователей с видео: внимание аудитории стало концентрироваться на визуально ярких, динамичных и быстро воспринимаемых элементах [3].

Развитие коротких видеоформатов стимулировало изменения в эстетике монтажа и визуального оформления. Монтажные ритмы стали быстрее, активнее используется яркая цветокоррекция, различные эффекты и графические элементы, усиливающие эмоциональное воздействие на зрителя. При этом эволюция видеоконтента сопровождается определенной стандартизацией форматов, формируя повторяемые эстетические паттерны, но одновременно оставляя пространство для творческой интерпретации и индивидуального стиля автора [1].

Историческая динамика видеоконтента отражает более широкую трансформацию медиакультуры -переход от преимущественно пассивного потребления информации к активному участию пользователей в ее создании [4]. Современные цифровые форматы формируют особую визуальную грамотность молодежной аудитории, влияя на способы восприятия, анализа и интерпретации видеоматериалов [2]. Упрощение инструментов монтажа в мобильных приложениях также сыграло важную роль в демократизации производства видеоконтента, сделав его доступным для широкой аудитории [5].

Одновременно значительное влияние на развитие видеоконтента оказали экономические и технологические факторы. Монетизация через партнерские программы и рекламные интеграции стала важным элементом платформенной экономики и повлияла на структуру и длительность видеороликов [5]. Появление стриминговых функций изменило модель потребления видео, усилив эффект присутствия и синхронного взаимодействия автора с аудиторией, а развитие интерактивных инструментов -таких как опросы, реакции и комментарии в реальном времени -трансформировало характер коммуникации между создателями контента и зрителями [5].

Кроме того, рекомендательные алгоритмы способствовали формированию так называемого «клипового» способа восприятия информации, при котором внимание пользователя быстро переключается между фрагментами контента [3]. Важную роль в распространении коротких видео играет интеграция популярной музыки и трендов, что значительно повышает вирусный потенциал роликов. Параллельно формируется инфлюенсерская культура, в рамках которой автор видеоконтента превращается в медиаперсону с собственной аудиторией и репутационным капиталом [5].

Конвергенция цифровых платформ привела к дублированию форматов и постепенной унификации визуальных решений в разных социальных сетях. В условиях растущей конкуренции за внимание аудитории особое значение приобретают первые секунды видеоролика, которые должны мгновенно привлечь зрителя [2]. Таким образом, современное развитие видеоконтента характеризуется сочетанием технологических инноваций, новых моделей коммуникации и изменяющихся эстетических принципов медиапроизводства [1].

Источники и литература

- 1) Коваленко Е. И. Онлайн-видео: теоретические подходы к изучению сегмента медиаотрасли // Медиаскоп. — 2023. Медиаскоп: <http://www.mediascope.ru/2841>
- 2) Круглова Л. А. Медиапотребление видеоконтента цифровым поколением // Медиаскоп. — 2019. Медиаскоп: <http://www.mediascope.ru/2542>
- 3) Burgess J., Banks J., Bowman N. Research on Algorithmic Video Distribution // Academic journals. 2024.
- 4) Burgess J., Green J. YouTube: Online Video and Participatory Culture. Cambridge, 2018.
- 5) Cunningham S., Craig D. Social Media Entertainment. New York, 2019.