

Креативные технологии создания визуального медиа-контента (на примере портала "Sports.ru")

Научный руководитель – Вакурова Наталья Владимировна

Московкин Владимир Львович

Студент (магистр)

Институт современного искусства, Факультет дизайна журналистики и менеджмента,
Москва, Россия

E-mail: silikoshkaa@gmail.com

Магистрант
АНО ВО «Институт современного искусства»
Кафедра журналистики и массовых коммуникаций, Москва, Россия
E-mail: natalia_vakurova@mail.ru

Тенденция визуализации медийного контента развивается уже более двух десятилетий. В настоящее время можно констатировать, что сложилась система методов, позволяющих формировать легкий для восприятия и содержательный контент, востребованный целевой аудиторией [1, 2]. Экранная культура стала неотъемлемой частью жизни современного общества, она предоставляет широкий доступ к получению различной информации, возможности для творчества, а также способна манипулировать массовым сознанием. Одним из самых быстрых и продуктивных способов передачи информации в мозг считается зрительное восприятие. Согласно исследованиям, проведенным Visual Teaching Alliance, мозг обрабатывает 36 тыс. визуальных сообщений в час и оказывает влияние менее чем за 1/10 секунды. [4] В процессе эволюции именно зрение стало самой важной частью восприятия окружающей среды. Визуальная информация попадает в мозг напрямую и разные элементы изображения расшифровываются одновременно, в то время как речь декодируется линейным, последовательным способом, что в свою очередь занимает больше времени для обработки полученной информации. Приоритет зрительного восприятия можно объяснить несколькими причинами. Человеческие глаза биологически предпочтительнее в качестве механизмов ввода. Семьдесят процентов всего набора сенсорных рецепторов тела расположены на сетчатке, и две трети нейронных импульсов в мозгу происходят непосредственно из зрительной коры. Кроме того, примерно 30% всей коры головного мозга предназначено для обработки изображений [5]. В результате анализа содержания и структуры интернет-портала «Sports.ru» за 2022 год были выявлены следующие креативные технологии подачи материала спортивной тематики с использованием методов визуализации контента: Использование креолизованного текста: как правило, текст новости размещается непосредственно на фотоизображении. Креативная идея заключается в том, чтобы не отделять подпись от фотографии, так как пользователь быстро пролистывает сообщения и может не прочесть текст. Графическое оформление текста также связано с тем, что восприятие читателя не всегда сконцентрировано и зачастую носит фоновый характер. Поэтому текст выделяется цветом или используется жирный шрифт. Использование визуальных метафор, в том числе в инфографике и креолизованном тексте. Иллюстрирование текстовых материалов документальными фотографиями. В большинстве случаев наблюдается классическая композиция фотографий с преобладанием крупных и средних планов. Применение изображений (в том числе рекламного характера) с использованием семантики цвета. В цветовом решении фотографий используются яркие цвета и высокий контраст снимков. Наличие в составе контента большого количества видеоматериалов. Это могут быть выступления спортсменов на соревнованиях или тренировках, фрагменты интервью.

В структуре ленты новостей слово «видео» выделяется зеленым цветом. Вывод: в системе средств массовой коммуникации используются следующие приемы визуализации контента: фотография, видео, рисунки, графика, различные виды креолизованного текста. В современном интернет-пространстве стремительно набирают популярность визуальные мемы и дипфейки. На основе соответствующих технологий и таких особенностей интернет-журналистики, как гипертекстуальность, персонализация, интерактивность и таргетированность, формируются креативные методы создания визуального контента и такие новые форматы, как лонгриды, подкасты, сторителлинг в телеграм-каналах, различные иммерсивные проекты. Особую роль в развитии визуализации может сыграть искусственный интеллект [3]. Также в составе новостной ленты портала используются подкасты как новый и высоко востребованный формат аудиовизуальной подачи материала. В подкастах дается краткая «летопись» событий с комментариями участников и экспертов. Таким образом, визуализация является неотъемлемой составляющей современного медиа-контента. Формы, методы и креативные технологии создания визуального контента развиваются на основе новых социальных вызовов и цифровых технологий, открывающих безграничные возможности для развития журналистики и массовых коммуникаций.

Источники и литература

- 1) 1. Вартанова Е.Л. О современных медиа и журналистике. Заметки исследователя. – М.: МедиаМир, 2015
- 2) 2. Грабельников А.А., Гегелова Н.С. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: история и современность: монография. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021
- 3) 3. Зимина Л.В. Нейросети в креативных индустриях. Журналистика в 2022 году: творчество, профессия, индустрия: сб. мат. междунар. науч.-практ. конф. – М.: Фак. журн. МГУ, 2023. С. 362-363
- 4) 4. Шукова Г.В. Зрительное восприятие пространственной протяженности: дис. ... канд. псих. наук – М., 2000. С. 30-38
- 5) 5. Шумакова Е.А. Эстетика визуального контента в маркетинговых коммуникациях [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/estetika-vizualnogo-kontenta-v-marketingovyh-kommunikatsiyah/viewer>