

# Визуальные материалы в мультимедиа

---

в силу короткого контакта с анонсами, натренированности глаза и других, в том числе чисто физиологических, причин, обеспечивают лучшее вовлечение, чем текстовые

В новостной сетке  
объектом  
внимания  
становятся яркие  
картинки,  
анимация,  
видеоролики

Иногда по одной  
картинке можно  
понять о чем будет  
идти речь в статье

The screenshot shows the New York Times website interface. At the top, there are navigation links for 'SECTIONS' and 'SEARCH', and language options for 'U.S.', 'INTERNATIONAL', '中文', and 'ESPAÑOL'. The main headline is 'EXCLUSIVE Trump Tax Records Reveal He Could Have Avoided Paying Taxes for Years' by David Barstow, Susanne Craig, Russ Buettner, and Megan Twohey. Below the headline is a small image of Donald Trump and a list of bullet points. To the right, there is a 'Sunday Review' section with a cartoon illustration of a person's face with large speech bubbles, titled 'The Shame of Fat Shaming' by Gina Kolata. The cartoon is set against a red background and features a stylized face with large, expressive eyes and a wide, open mouth. The text 'The Shame of Fat Shaming' is written in a bold, sans-serif font. Below the cartoon, the author's name 'Gina Kolata' and the date 'Oct. 1, 2016' are visible. The cartoon is signed 'Hanna Barczyk' at the bottom.

# Короткие видеоролики популярной формой подачи материала

Компания Syndacast прогнозирует, что к 2017 году 74% всего интернет-трафика будет составлять видео контент

The image shows a screenshot of a BBC News website interface. At the top, there is a navigation bar with three tabs: "Recommended", "Most Watched", and "Latest". Below this, there are three featured video thumbnails with titles: "Prince's big goodbye wave to Canada", "'Let's go!' - Bill keeps Barack waiting", and "Meet the 'Trumpettes'". The main content area features a large video player with a red "BBC NEWS" banner at the bottom. The video shows a young boy in a dark sweater and red shorts standing next to a black SUV, with a man in a suit standing by the open door. The video player has a "The Stig on YouTube" and "BBC World News" header. Below the video player, there is another navigation bar with the same three tabs: "Recommended", "Most Watched", and "Latest". At the bottom, there is a URL: "www.bbc.com/news/world-37533213".

# Рубрики «Фото дня», «Мир в картинках»

Практически во всех именитых изданиях существует та или иная версия «Мира в картинках», визуальный ряд в которой полностью заменяет текстовую форму.

The screenshot displays the Esquire website interface. At the top, the navigation menu includes 'ИСТОРИИ', 'ПРАВИЛА ЖИЗНИ', 'ВЕЩИ', 'ФОТОГРАФИИ', and 'ЖУРНАЛ'. The main content area features a 'ФОТО ДНЯ' (Photo of the Day) section with a large image of a man fishing in the Mediterranean Sea near Beirut, Lebanon, dated 29/09/2016. Below this is a 'World in pictures' gallery with several smaller photo thumbnails and their respective titles: 'The Unbearable, the Sadness and the Rest', 'Africa's top shots', 'Do the clothes we wear define us?', 'In pictures: Four hours on Westminster Bridge', and 'In pictures: Royals on Canada tour'.

# Комикс как новая форма подачи важной информации

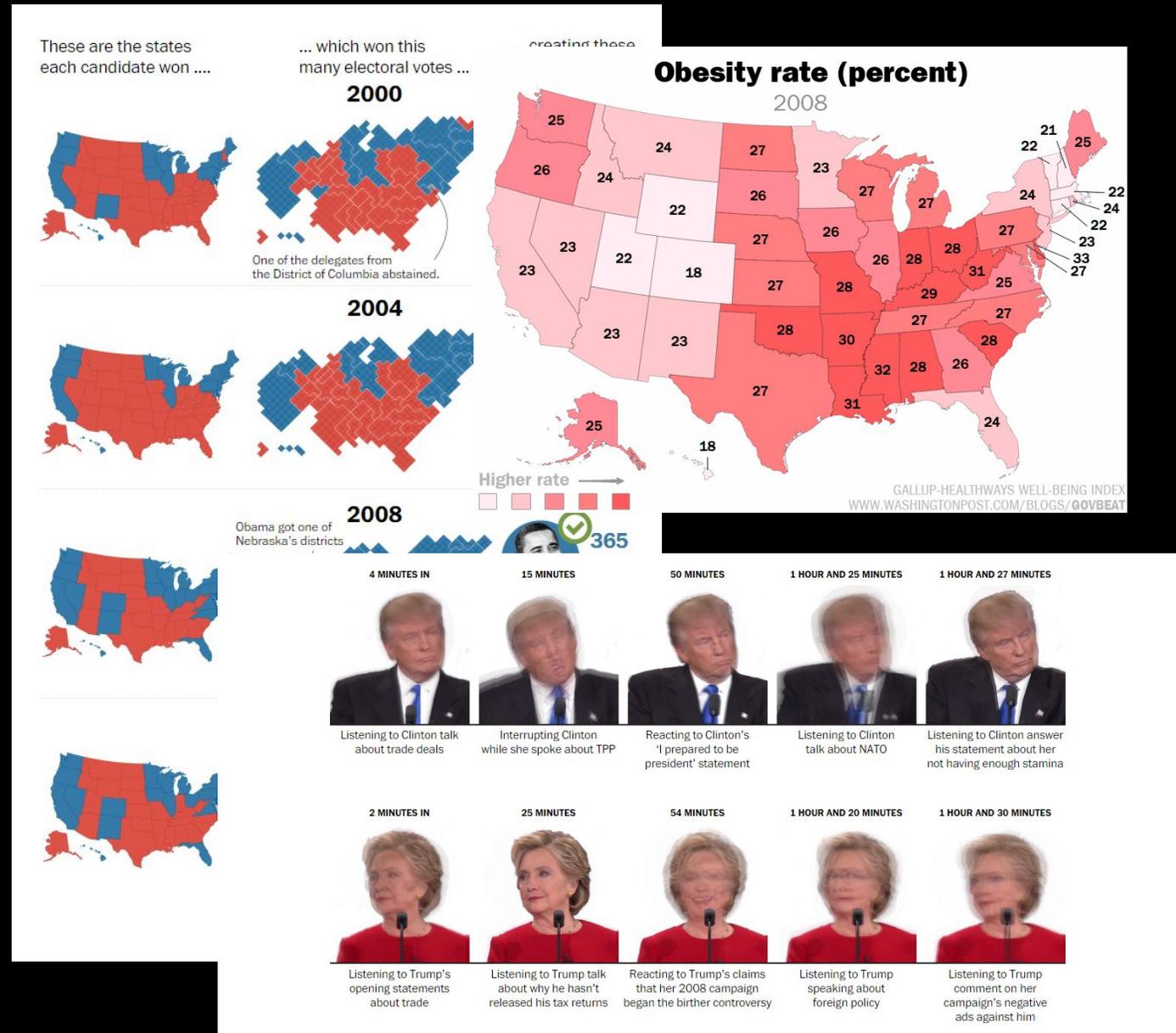
становится неотъемлемым элементом в самых серьезных изданиях таких как, «The New York Times»

The Strip



# Явное предпочтение визуального контента

В том числе в случаях, когда видеопотребление занимает время, несоразмерное с прочтением текстового эквивалента



**Видеопотребление, кроме  
видеороликов, породило  
два больших новых  
формата:**

**трансляции**

**простые  
визуализаци  
и**

# Трансляции

В том числе  
пользовательские,  
редакционные и  
интерактивные с  
возможностью  
реагировать на  
комментарии  
пользователей

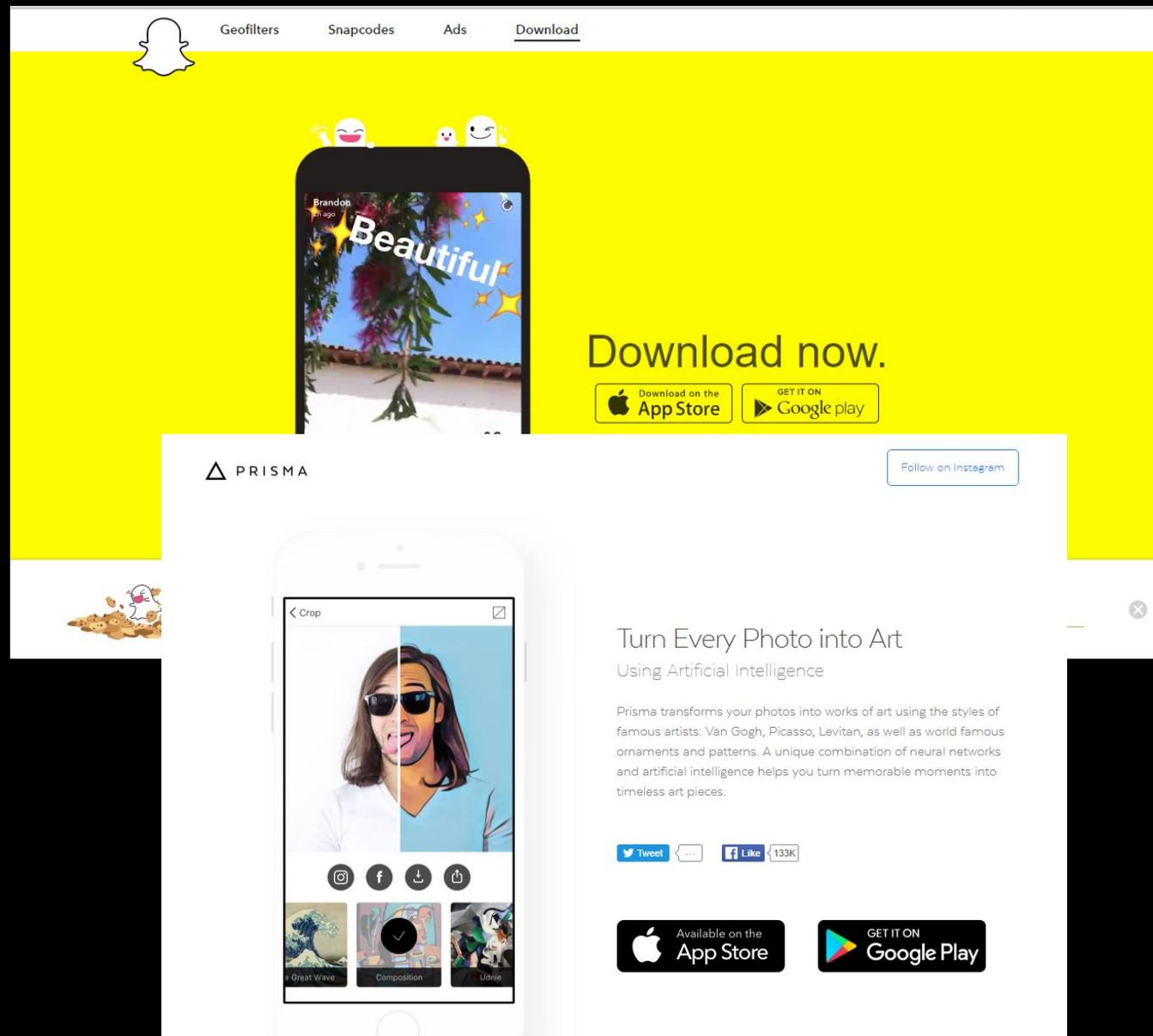


За июль 2015 года пользователи сервиса Periscope посмотрели видео общей продолжительностью в 40 лет

# Простые визуализац ии

## СЛОЖНЫХ ПОНЯТИЙ\*

Принципиальные схемы, диаграммы, интерактивные изображения и даже видеопроекты теперь могут создаваться в полуавтоматическом режиме. Появляются платформы вроде Snapchat, которые облегчают издателям задачу по производству видео- и иллюстрированного контента на мобильных устройствах.



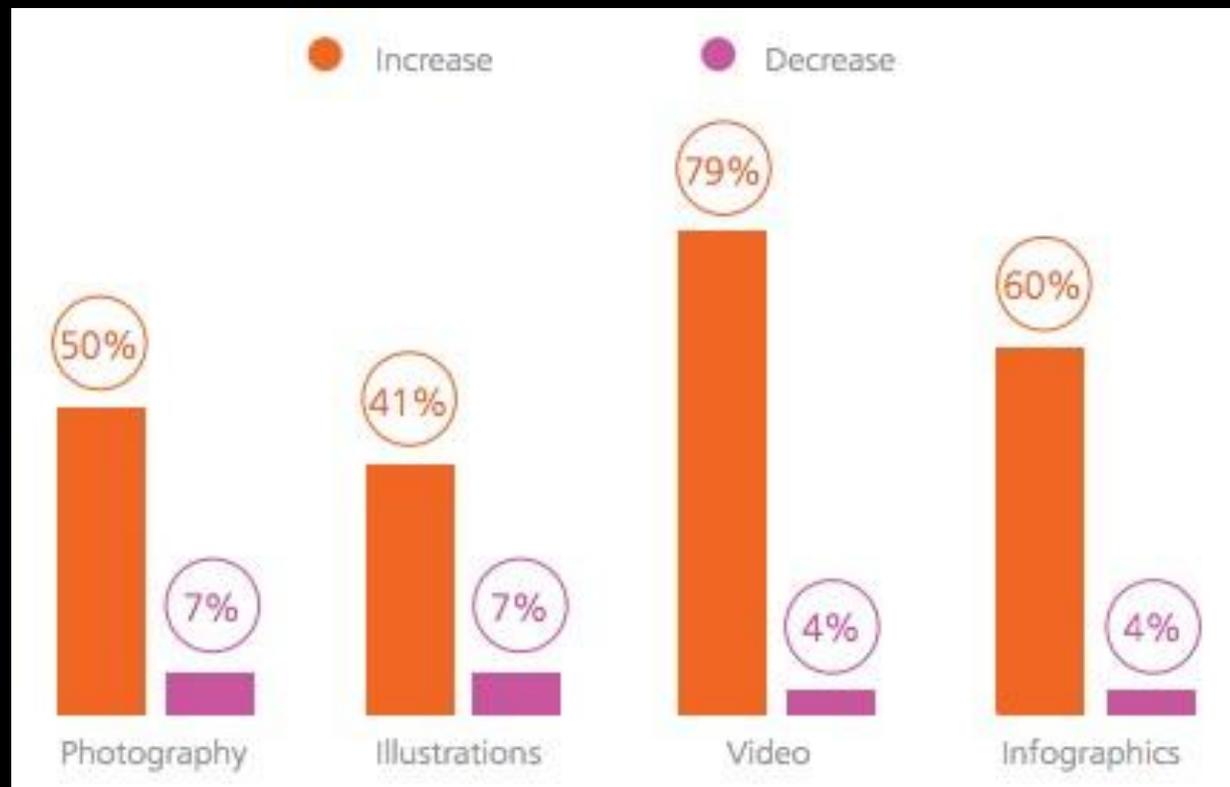
# Инфографика

Айтрекинговые исследования указывают на то, что люди отдадут большее предпочтение тем изображениям, которые несут какую-либо полезную информацию. Когда картинки соответствуют запросу пользователя, он рассматривает их гораздо дольше, чем если бы прочитывал ту же информацию.



# Инфографика

Люди следуют указаниям текста с иллюстрациями на 323% чаще, чем указаниям без иллюстраций.

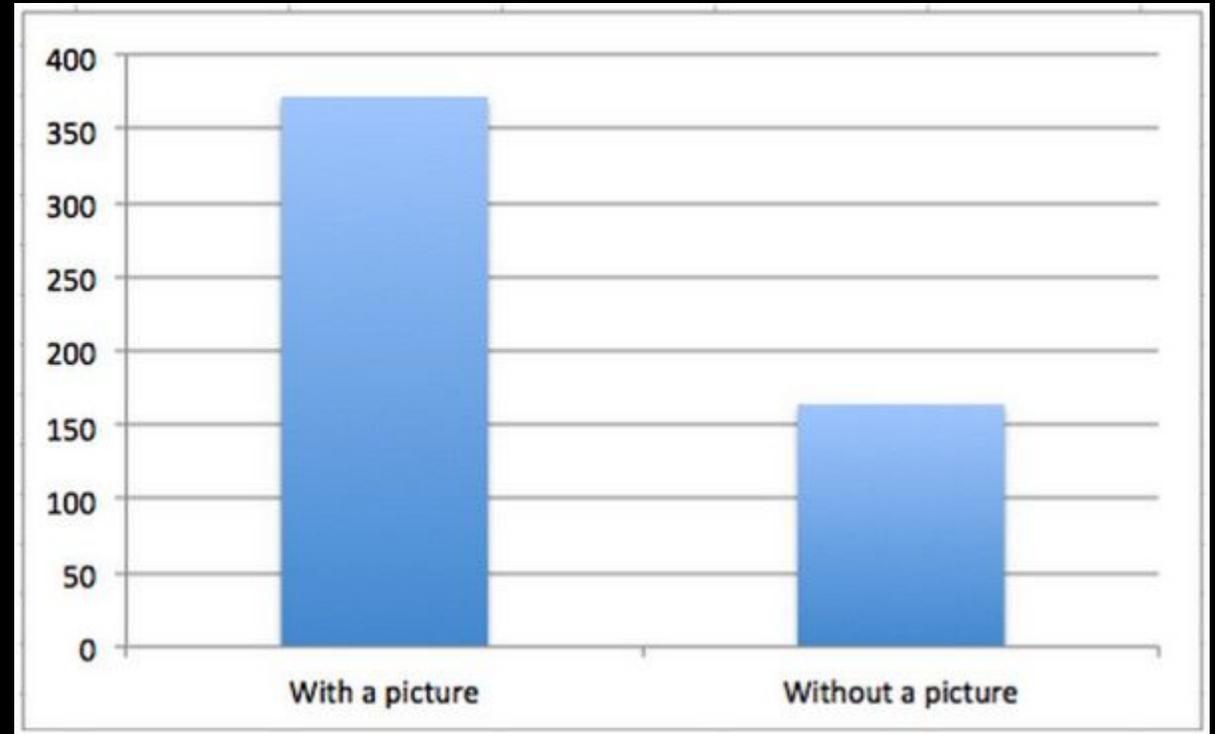


Оранжевым — увеличение объема использования того или иного формата визуального контента, фиолетовым — уменьшение

# Социальные медиа

Визуальный контент в социальных медиа в 40 раз чаще цитируется пользователями, чем другие типы контента.

Статьи, в которых через каждые 75-100 слов следует изображение, получают в два раза больше «репостов», чем статьи с лишь несколькими иллюстрациями.



# Явное предпочтение визуального контента

---

К середине 2015 года  
объем видео,  
проигранного на  
мобильных  
устройствах, составил  
44%, что на 74% выше  
предыдущих  
показателей и на 844%  
— показателей 2012  
года.



С апреля по ноябрь 2015 среднее число  
ежедневных просмотров видео на  
Facebook увеличилось с 4 до 8  
миллиардов.

\* На основе анализа поведения своих клиентов сервис Buffer сообщает, что твиты с изображениями получают больше ретвитов, чем твиты без картинок.

\* В сентябре прошлого года число пользователей Instagram достигло 400,000,000 человек.

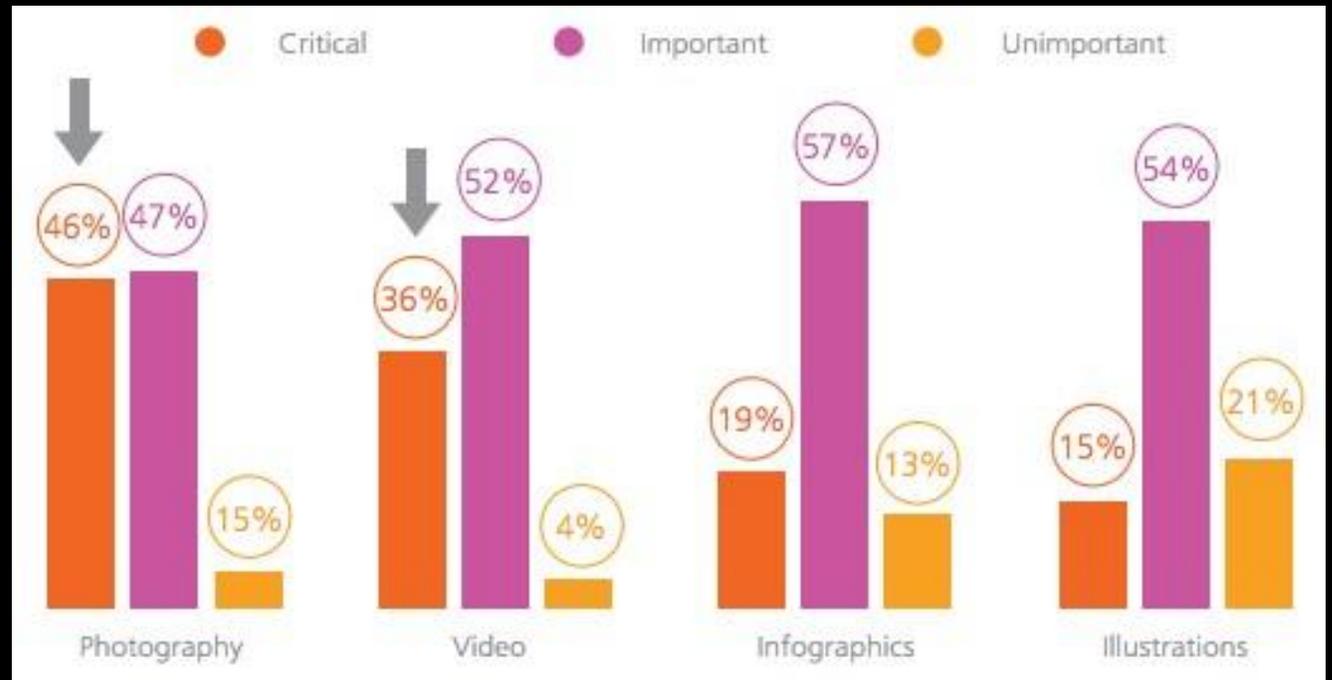
\* В Instagram фотографии с изображениями лиц получают на 38% больше «лайков»

\* Органическое вовлечение на Facebook к 2015 удвоилось, а в Instagram — увеличилось наполовину

Ежедневно  
сервисом Snapchat  
пользуются 100 млн.  
человек. 65% из них  
загружают  
фотографии,  
используя  
мобильное  
приложение

**Контент, дополненный визуальным материалом, просматривается на 94% чаще, чем аналогичный материал, но без каких-либо связанных изображений.**

Оранжевым цветом — критически важные компоненты, фиолетовым — просто важные, желтым — неважные. Первый график — фотографии, второй график — видео, третий — инфографика, четвертый — иллюстрации.



Спасибо за  
внимание