

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

### Тенденции развития видеоклипов в 2020-х годах.

*Зарицкая Валентина Михайловна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: seroglazayaaa@yandex.ru*

На третьем десятке XXI века видеоиндустрия претерпела значительные изменения. Возросшее влияние социальных сетей и интернета в эпоху COVID-19 и разработка упрощенных технологий для создания контента, доступных каждому современному человеку, привела к тому, что на первое место вышел такой жанр, как видеоклипы. [1]

Видеоклипы – это склеенная последовательность кадров длительностью от нескольких секунд до нескольких минут, наложенная на музыкальную композицию или оригинальный звук. Целью создания такого ролика может быть продвижение песни, реклама товаров или услуг, развлечение аудитории с помощью юмористической зарисовки, либо презентация своей истории или идеи. [2]

Несмотря на то что видеоклипы появились еще в первой половине XX века и, казалось бы, все, что могло удивить людей, уже было придумано, в 2020-е годы история их развития пошла по новой ветви.

Основные тенденции развития видеоклипов в 2020-х годах:

- 1) Сокращение концентрации внимания у современного человека определило одну из главных тенденций в содержании видеоклипов на третьем десятке XXI века – упрощение содержания. [3]
- 2) Клиповое мышление у молодого поколения заставляет создателей видеороликов корректировать правила монтажа: длительность отдельного кадра становится короче, а общий сюжет – динамичнее. [4], [5]
- 3) Самый популярный формат видеоклипов – вертикальный. Зародившись в Tik Tok, он постепенно появился почти во всех социальных сетях. На данный момент можно увидеть один и тот же ролик в YouTube Shorts, Instagram Reels (Instagram признан экстремистской организацией и запрещен на территории РФ) и ВК Клипах. [1]
- 4) Последние несколько лет все больше людей получает доступ к технологиям искусственного интеллекта, что определяет еще одну ветвь развития видеоклипов – активное внедрение нейронных сетей в создание роликов: от написания сценариев до разработки полноценного видеопродукта. [6], [7], [8]
- 5) Разделение длинной истории на несколько частей для удержания внимания: в эпоху перенасыщения информацией многие создатели видеоконтента удерживают внимание аудитории с помощью презентации своей идеи в нескольких частях. Таким образом сохраняется интрига, а пользователь возвращается к аккаунту, чтобы узнать продолжение, привыкает смотреть одного и того же человека и остается с ним. [9]
- 6) Мультиплатформенность как способ расширить аудиторию: ввиду того что сейчас сложно набрать популярность с нуля на одном аккаунте, создатели видеоклипов часто выкладывают одну и ту же единицу контента на разные площадки, повышая свои шансы на получение узнаваемости. [10], [11]

- 7) Ориентация на вертикальный и горизонтальный формат одновременно: создатели традиционного полнометражного кино не могут отрицать значимость видеоклипов, поэтому для продвижения нового фильма используется не только реклама в кинотеатрах и на телевидении, но и социальные сети. При этом часто трейлеры и тизеры выкладываются именно в вертикальном формате, что обязывает их создателей учитывать особенности экранов телефонов при кадрировании видео. [10], [11]

Понимание этих тенденций поможет создателям видеоклипов добиться максимального охвата аудитории и завоевать свое место под солнцем на современном высококонкурентном медиарынке.

### Источники и литература

- 1) Ефимова Мария. Искусство в эпоху TikTok [Электронный ресурс] // Doers & Doings. 28.12.2024. Обновлено: 28.12.2025 – Режим доступа: <https://doersdoings.ru/culture/iskusstvo-v-epohu-tiktok> (дата обращения: 27.02.2026).
- 2) Видеоклип [Электронный ресурс] // Википедия : свободная энциклопедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Видеоклип> (дата обращения: 27.02.2026).
- 3) Зорина М.В. Вертикальные видео как феномен современности в сфере SMM и рекламы [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. 2024. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vertikalnye-video-kak-fenomen-sovremennosti-sfere-smm-i-reklamy/viewer> (дата обращения: 27.02.2026).
- 4) Новиков Матвей. Видеомонтаж 2025: какие тренды нельзя игнорировать? [Электронный ресурс] // Kurshub. 04.03.2025 – Режим доступа: <https://kurshub.ru/journal/blog/videomontazh-2025-kakie-trendy-nelzya-ignorirovat> (дата обращения: 27.02.2026).
- 5) Киномир. 15 основных тенденций видеомонтажа в 2025 году, которые необходимо знать [Электронный ресурс] // CinemaP. 02.04.2025 – Режим доступа: <https://cinemap.ru/blog/15-osnovnyh-tendencij-videomontazha-v-2025-godu-kotorye-neobhodimo-znat> (дата обращения: 27.02.2026).
- 6) Flyfilm. Как ИИ меняет видеопроизводство: от сценария до постпродакшена [Электронный ресурс] // РБК. 24.07.2025 – Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/LL8jNOyTnr/kak-ii-menyaet-videoproizvodstvo-ot-stsenariya-do-postprodakshe-na> (дата обращения: 27.02.2026).
- 7) Кольцов Артур. Как ИИ помогает создавать видеоролики [Электронный ресурс] // Секреты Т-Банка. 08.08.2025. – Режим доступа: <https://secrets.tbank.ru/blogi-kompanij/kak-ii-pomogaet-sozdavat-videoroliki> (дата обращения: 27.02.2026).
- 8) Кравченко Анна. Кино, которого нет: опыт работы над ИИ-клипом [Электронный ресурс] // Хабр. 09.11.2025 – Режим доступа: <https://habr.com/ru/articles/964486> (дата обращения: 27.02.2026).
- 9) Голованова Е.А. Формирование музыкального контента в связи с сюжетной линией видеоклипов [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. 31.12.2020 – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-muzykalnogo-kontenta-v-svyazi-s-syuzhetnoy-liniey-videoklipov> (дата обращения: 27.02.2026).
- 10) FLOTTGROUP. Горизонтальные и вертикальные видео: как ориентация кадра влияет на эффективность кампании [Электронный ресурс] // FLOTTGROUP. 17.06.2022 – Режим доступа: [https://flottgroup.com/company/blog/gorizontalnye\\_i\\_vertikalnye\\_video\\_kak\\_orientatsiya\\_kadra\\_vliyaet\\_na\\_effektivnost\\_kampanii](https://flottgroup.com/company/blog/gorizontalnye_i_vertikalnye_video_kak_orientatsiya_kadra_vliyaet_na_effektivnost_kampanii) (дата обращения: 27.02.2026).

- 11) Дуркин А. Видео: горизонтальное или вертикальное? [Электронный ресурс] / А. Дуркин // Vipro. 16.12.2024 – Режим доступа: <https://www.vipro.ru/articles/video-gorizontalkoe-ili-vertikalnoe> (дата обращения: 27.02.2026).