

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ВИДЕОКОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Е. А. Смирнова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
berezovskayae@mail.ru*

В статье рассматриваются особенности видеоконтента в социальных сетях: юмористический характер, короткий формат, музыкальность и др. А также выделяются некоторые проблемы: шаблонность, повторяемость и др.

Ключевые слова: видеоконтент; социальные сети; новые медиа.

FEATURES AND ISSUES OF VIDEO CONTENT IN SOCIAL NETWORKS

E. A. Smirnova

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str, 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. A. Smirnova (berezovskayae@mail.ru)*

The article discusses the features of video content in social networks: humorous nature, short format, musicality, etc. Some problems are also highlighted: stereotyped, repetitive, etc.

Key words: video content; social networks; new media.

Тренд на видеоконтент в медиа давно стал настолько очевидным и привычным, что многие не замечают, как ежедневно смотрят сотни видеороликов. «Существует аудитория тех, кто даже не думает включить телевизор, чтобы посмотреть новости, но ленту новостей в Instagram обновляет несколько раз в день. Нельзя сказать, что новости их совсем не интересуют – просто они привыкли к тому, что важные материалы находят их, а не наоборот», – отмечают эксперты [1]. Популярна и другая тенденция, причем характерная для всего мира – отказ от кабельного телевидения, появление поколения корд-неверов

(cord-nevers) – потрэбителей, которые никогда не пользовались услугами традиционных телевизионных операторов.

Выделим особенности и проблемы видеоконтента в социальных сетях:

– короткий формат: стремление к уменьшению хронометража связано, прежде всего, с алгоритмами многих социальных сетей, где важным фактором для продвижения является досматриваемость; чем короче видео, тем больше шансов, что его досмотрят и соответственно покажут другим пользователям;

– юмористический характер: здесь большое влияние оказала китайская сеть TikTok;

– музыкальное оформление: для видеоконтента в социальных сетях особенно важное значение имеет использование трендовой музыки, здесь опять же очень велико влияние TikTok, все музыкальные тренды сегодня формируются там;

– использование шаблонов, повторяемость видеоконтента: в социальных сетях большое количество одинаковых видеороликов, сделанных по одному шаблону, под одинаковую музыку, шаблоны часто встраиваются в функционал социальной сети;

– активное использование мобильных приложений для монтажа видео;

– популярность персонализированного контента;

– отсутствие сценария и съемочной команды, очень многие ролики в социальных сетях снимаются без заранее продуманного и написанного сценария, при минимальном участии других людей;

– гибкость: в социальных сетях не бывает «застывшего контента», всегда можно что-то отредактировать, изменить, перезапустить.

Отдельно следует отметить и еще одну проблему – простоту (а порой и примитивность) видеоконтента, понятность содержания, независимо от возраста.

Многие медиаэксперты сходятся во мнение, что основная проблема рынка видео сегодня – это именно ЧТО показывать, а не ГДЕ, потому что платформ как раз много.

Бібліаграфічныя спасылкі

1. *Штернс Дж.* Как я научился останавливать волнение и полюбил короткие новости // Radio.ru [Электронный доступ]. URL: <https://www.radiportal.ru/news/dzhosh-shterns-kak-ya-nauchilsya-ostanavlivat-volnenie-i-polyubil-korotkie-novosti>. (дата обращения: 01.09.2022).