

УПАКОВКА ИНФОКОНТЕНТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Белорусские средства массовой информации уже более десяти лет используют для продвижения своего контента социальные сети. Более того, сегодня о событии в Интернете нам рассказывают очевидцы. Площадкой оперативного доступа к этим сообщениям являются именно социальные сети и мессенджеры. Любой из нас может разместить общественно значимую информацию в своем аккаунте в социальной сети. Если раньше мы искали информацию в традиционных СМИ, то сейчас, особенно молодая аудитория, для этой цели использует социальные медиа. Но привлечение внимания аудитории и выстраивание грамотной медиакommunikации с каждым годом усложняется.

На сегодня в *Instagram** используются четыре медиаформата для распространения контента: публикация (может быть фото, карусель из фото и видео), истории, прямой эфир и видео Reels. Рассмотрим требования, которые предъявляются к упаковке контента для каждого из медиаформатов.

Правила оформления публикаций или постов:

- текст структурирован, с отступами между абзацами;
- минимум два фото или видео;
- большой текст разделен на смысловые единицы и оформлен карточками, которые размещаются в карусели. Заглавное фото должно быть без обилия текста;
- в конце текста призыв к действию;
- публикация совместных постов для поднятия охватов;
- фото естественные, максимально реалистичные.

Правила оформления историй (сторис):

- сторителлинг;
- первая история цепляющей, интригующей;
- ссылки на публикации на сайте СМИ с цепляющим заголовком и фоновой иллюстрацией, подходящую по смыслу к теме публикации;

- единый стиль в оформлении сторис и иного контента: шрифтовая пара, цветовое решение, отдельные элементы.

Правила проведения прямого эфира:

- динамичность;
- прямое включение с места событий;
- продолжительность прямого эфира должна быть хотя бы от 15 минут, чтобы собрать большее количество зрителей.

Видео *Reels*. В отличие от других соцсетей в *Reels* больше просмотров набирают эстетичные видео, липсинги (синхронный повтор текста под определенный звуковой ряд).

Правила оформления видео *Reels*:

- вертикальный формат видео;
- качественное изображение;
- включенная функция публикации контента в высоком качестве;
- короткий цепляющий заголовок;
- видео продолжительностью до 15 с;
- разговорные *Reels* с субтитрами.

Несмотря на то, что сама социальная сеть *Instagram** в определенное время активнее поддерживает отдельные форматы, для продвижения информационного контента не стоит концентрировать внимание только на одном данном формате. Продвигать контент стоит, используя системно все существующие форматы. Так увеличиваются шансы вовлечь большее количество аудитории.

* Принадлежит компании *Meta Platforms*, признанной экстремистской организацией и запрещенной в РФ.