

КОРОТКИЕ НОВОСТНЫЕ РОЛИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ВОВЛЕЧЕНИЯ АУДИТОРИИ

В связи с появлением новых платформ коммуникации радикально изменились принципы дистрибуции новостного контента. Медиаисследователи подчеркивают, что в условиях цифровизации журналистика ответила на цифровую трансформацию «становлением новых практик и инструментов в создании журналистского содержания» [Вартанова, 2022: 8]. В социальных медиа появились такие форматы, как *short video* (короткое видео) и *caption video* (короткое видео с титрами). Короткие новостные ролики выступают одним из наиболее эффективных новостных форматов в цифровых средах, позволяющих удерживать внимание аудитории [Myllylahti, 2020: 567].

В качестве материала исследования нами были взяты короткие видео, размещенные на цифровых платформах российскими и белорусскими медиа. В частности, команда «Комсомольской правды» каждый день размещает в своих аккаунтах от 7 до 10 коротких видеороликов. Их содержание охватывает многие темы, посвященные резонансным событиям. В том числе интересны ролики «Гагарин и королева», «Видеорегистратор заснял авиакатастрофу», «Проклятье «Ласкового мая». Видеоролики отличаются ярким оформлением обложки, динамичным началом, титрами и небольшим хронометражом.

Примечателен также пример проекта *PostNews*, работающего в жанре *explanatory journalism* (объяснительной журналистики). Следуя за зарубежными трендами, проект развивается как полезный сервис, а не просто конвейер производства информации. Этот стиль проявляется в удобных форматах упаковки контента, каждый из которых позволяет аудитории быть в курсе событий, но без больших затрат времени. Короткие новостные ролики размещаются несколько раз в неделю. Их длительность не превышает одной минуты, все видео снабжаются титрами. Контент подается быстро, эффективно и сжато. Белорусские цифровые медиа пока что в недостаточной мере освоили этот медийный формат.

В частности, в аккаунтах цифровых изданий *Onliner.by*, *Tochka.by*, *Smartpress.by* мы не нашли примеров caption video.

Таким образом, короткие новостные ролики в социальных медиа выступают эффективным инструментом вовлечения аудитории. Результаты исследования приводят нас к выводу о том, что этот медиаформат включает в себя следующие элементы: короткое заглавие, отражающее суть новости, привлекательная обложка, яркое начало видеоролика (первые 5-7 секунд видео), сильная история или яркий герой, эмоциональный компонент, небольшой хронометраж (не более 1-2 минут), монтаж короткими кадрами, возможность смотреть без звука (обязательны титры, субтитры), качественная визуальная составляющая, финальный план.

Список литературы

1. Вартанова Е. Л. Меняющаяся архитектура медиа и цифровые платформы // Меди@льманах. 2022. № 1 (108). С. 8–13. DOI:10.30547/mediaalmanah.1.2022.813

2. Myllylahti M. (2020) Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms. *Digital Journalism*. Vol. 8. Issue 5. Pp. 567–575. DOI:10.1080/21670811.2019.1691926