

ВОЗМОЖНОСТИ ВИДЕО REELS В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА ТЕЛЕВИЗИОННЫХ СМИ В INSTAGRAM

О. Н. Касперович-Рынкевич

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
kasperon@bsu.by*

Рассматриваются возможности актуального на сегодня аудиовизуального формата в социальной сети Instagram: видео Reels. Предложены варианты использования видео Reels в аккаунтах телевизионных средств массовой информации с целью продвижения бренда телеканалов, расширения охватов и привлечения новой аудитории в профиль.

Ключевые слова: видео Reels; охват; продвижение; средства массовой информации; социальные сети.

REELS VIDEO OPPORTUNITIES IN PROMOTING THE TV MEDIA BRAND ON INSTAGRAM

O. N. Kaspiarovich-Rynkevich

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: O. N. Kaspiarovich-Rynkevich (kasperon@bsu.by)*

The article examined the possibilities of the currently relevant audiovisual format in the social network Instagram: Reels video. The author suggests options for using Reels videos in television media accounts in order to promote the brand of TV channels, expand coverage and attract new audiences to the profile.

Key words: Reels video; coverage; promotion; mass media; social networks.

Привлечение внимания аудитории и выстраивание грамотной медиакоммуникации в социальных медиа с каждым годом усложняется. В борьбу за пользователя вступили социальные сети, которые в том числе стали площадкой для распространения контента средств массовой информации.

По данным креативного агентства We are Social, работающего над исследованиями в области социальных медиа, по состоянию на январь 2022 г. наибольшее число подписчиков в Беларуси насчитывалось в социальных сетях Instagram (3,7 млн человек) и TikTok (3,08 млн человек). При этом в стране было зафиксировано 4,35 млн пользователей социальных сетей [1]. Население Беларуси на начало 2022 г. составляло 9,44 млн человек. Самый вовлекающий формат мультимедиа в названных соцсетях – это истории и видео, их чаще всего смотрит белорусская молодежь в возрасте до 30 лет (Касперович-Рынкевич: 463).

Поскольку треть страны являются подписчиками соцсети Instagram, то рассмотрим, используют ли аккаунты белорусских телевизионных СМИ возможности самого популярного формата видео – Reels.

Летом 2020 г. в европейских странах появилась возможность публиковать вертикальное видео нового формата: видео Reels – видео длиной 15–60 секунд, нечто среднее между IGTV и сторис, своеобразный аналог видео TikTok. Данный функционал социальная сеть Instagram вводила с целью удержать аудиторию на своей платформе, не позволить ей массово уйти в TikTok. В июне 2021 г. видео Reels появились в аккаунтах российских пользователей. И только в августе 2022 г. видео Reels стали официально доступны в Беларуси, но по-прежнему возникают проблемы с добавлением музыкальных дорожек к клипам. Это связано с авторскими правами на музыкальные композиции.

Сейчас Reels можно снимать продолжительностью до 90 секунд. Редактор Reels напоминает редактор сторис, но в отличие от последних, Reels размещается в ленте и не пропадает через 24 часа. Жители тех стран, где официально запущены Reels, могут найти такое видео в отдельной вкладке на странице пользователя, а также в общей ленте. Особенность видео Reels заключается в том, что оно собирает большие охваты за счет того, что алгоритм соцсети показывает его не только подписчикам аккаунта, но и другим пользователям со схожими интересами [2, с. 696]. В этом и заключается уникальная возможность быстрого и бесплатного продвижения аккаунтов. Однако такая возможность становится доступной лишь в том случае, если видео Reels попадают в рекомендации.

С целью установить наличие видео Reels в Instagram-аккаунтах белорусских телеканалов мы обратились к аккаунтам республиканских телеканалов (таблица 1). Оказалось, что видео Reels в аккаунтах республиканских телеканалов присутствуют в единичных случаях.

**Данные по наличию видео Reels
в аккаунтах белорусских республиканских телеканалов**

Название телеканала, ник в Instagram	Количество подписчиков по состоянию на август 2022 г.	Наличие видео Reels
Белтелерадиокомпания @ belteleradiocompany	8 090	отсутствуют
Беларусь 1 @belarus1tv	5 587	есть
Беларусь 2 @telekanal_belarus_2	2 586	отсутствуют
Беларусь 3 @tvbelarus3	1 925	есть
Беларусь 5 @belarus5tv	13 800	отсутствуют
ОНТ @ont.news	5 864	есть
СТВ @ctvby	3 605	отсутствуют

В профилях телеканалов Беларусь 1, Беларусь 3 и ОНТ в разделе Reels размещены видеоанонсы программ телеканалов в горизонтальном формате. Чаще это сюжеты новостных программ. Количество просмотров размещенных видео Reels и IGTV редко достигает количества подписчиков.

Сейчас формат видео Reels в Instagram находится на пике популярности. Качественные видео, сделанные по определенным правилам, позволяют получить большой охват и привлечь новую аудиторию в профиль. На данном этапе явно прослеживается помощь алгоритмов в продвижении аккаунтов, публикующих «цепляющие» Reels. Например, вероятность попасть в рекомендованное повышается, если видео Reels короткое (до 7 секунд), динамичное (быстро меняются кадры фото или видео), имеет привлекательную обложку с текстом, кратко передающим смысл видео, хорошего качества (яркое, четкое), соответствует трендам, но адаптированное под целевую аудиторию.

Таким образом, использование видео Reels аккаунтами средств массовой информации видится нам в возможности продвигать бренд СМИ за счет расширения охватов. Учитывая общие тенденции в создании видео Reels и специфику контента телеканалов в социальных сетях, предлагаем следующие рекомендации по подготовке Reels:

- формат видео должен быть вертикальным;
- продолжительность видео оптимально до 10–15 секунд;

- анонсы программ размещать не как видео Reels, а как обычное видео в ленту;
- добавлять трендовое музыкальное оформление из галереи Instagram;
- сюжетами видео Reels могут выступать внутренняя жизнь телеканала, смешные истории из работы корреспондентов, особенности в работе редакторов отделов телеканала, отдельные факты из жизни страны.

Акцент в видео Reels в профилях телеканалов должен быть сделан на привлечение внимания пользователей социальной сети к деятельности телевизионных СМИ.

Библиографические ссылки

1. Digital 2022: Belarus [Электронный ресурс]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-belarus> (дата обращения: 10.08.2022).
2. *Касперович-Рынкевич О. Н.* Аудиовизуальные форматы в социальных медиа как инструмент медиакommunikации с аудиторией СМИ // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в оординатах массмедиа: материалы VI Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: Медиапир, 2022. С. 695–698.