

СПЕЦИФІКА ПІДГОТОВКИ ВІДЕОКОНТЕНТУ: INSTAGRAM REELS ТА YOUTUBE SHORTS

Степанюк Альбіна Вячеславівна

здобувачка вищої освіти кафедри журналістики, реклами та PR
Житомирський державний університету імені Івана Франка, м. Житомир, Україна

Науковий керівник: Башманівський Валерій Іванович

канд. філол. наук, доцент кафедри журналістики, реклами та PR
Житомирський державного університету імені Івана Франка, м. Житомир, Україна

Анотація. У статті досліджено особливості підготовки короткого відеоконтенту в соціальній мережі Instagram та на платформі YouTube, описано специфіку кожного формату відео, проаналізовано труднощі, які можуть виникати під час створення контенту. Укладено власну методику підготовки короткого відео.

Ключові слова: контент, короткі відео, соціальні мережі, Instagram Reels, YouTube Shorts, методика.

Постановка проблеми. Розвиток соціальних медіа відіграли важливу роль у формуванні сучасного реципієнта для якого комунікація та інформаційні технології є ключовими елементами. Соціальні мережі стали невіддільною (частина/ознака) частиною суспільних процесів, а їхня історія тісно пов'язана з розвитком технологій та змінами у способах сприйняття інформації та спілкування людей. Згідно з даними Forbes Advisor станом на 2023 рік найпоширенішими платформами за кількістю активних користувачів є Facebook – 2,9 млн; YouTube – 2,5 млн; Instagram – 2 млн. Найпопулярнішим типом контенту є короткі відео тривалістю до однієї хвилини, які у 2,5 раза зручніші, ніж довгі відео і понад 66% споживачів надає їм перевагу [1]. З появою нових форматів у соціальних мережах, Instagram Reels і YouTube Shorts стають все більш популярними серед користувачів, оскільки це швидко, зручно та легко не лише у створенні, а й у перегляді.

Складність створення коротких відео полягає в тому, що ці жанри вимагають контенту, який зацікавив би глядача з перших секунд. Відповідно можуть виникати такі проблеми: відсутність ідей, погана якість, невідповідна тривалість відео, брак контент-матеріалу та відсутність аудиторії на сторінці, що призводить до неефективності. Для розв'язання цих проблем необхідно планувати контент, аналізувати цільову аудиторію, використовувати тренди в ефектах і музиці, збільшувати кількість підписників сторінки, а також розуміти психологічні закони, за якими люди сприймають інформацію.

Метою статті є дослідження особливостей та найкращих практик підготовки короткого відеоконтенту в форматі Instagram Reels та YouTube Shorts, оскільки тема є малодослідженою; укладання власної методики створення відео.

Завданням статті є вивчення особливостей використання Instagram Reels та YouTube Shorts та спроба реалізації методичних аспектів для підготовки короткого відеоконтенту.

Виклад основного матеріалу. У словнику «Український словник медіакультури», О. Баришполець тлумачить термін «контент» наступним чином: «наповнення змістом будь-якого повідомлення; медіазміст, представлений у різних медіаформах, жанрах, медіаканал (друковані видання, теле- і радіопрोगрами,

вебсайт), а також на окремих носіях (аудіо-, відеокасетах, компакт-дисках)» [5]. Згідно зі «Словником іншомовних слів» за редакцією В. Лук'янюк, контент – це інформаційне наповнення системи [6]. Відповідно, відеоконтент – це інформація у вигляді відео із поєднанням зображення, тексту та аудіо, що використовується для розваг, передачі інформації, реклами. Під час аналізу словників визначення цього терміну не було знайдено.

Короткі відео – це новий жанр тривалістю від 5 секунд та до 3 хвилин відеороликів у соціальних мережах, якими можна ділитися та переглядати на соціальних платформах, і які здебільшого знімаються та монтуються за допомогою мобільних додатків [2]. Короткі відео у соціальних мережах часто характеризується короткотривалим форматом, який привертає увагу користувача із використанням музики, текстів або зображення з метою передачі інформації; на платформах функція автозапуску дозволяє користувачам миттєво взаємодіяти з представленим контентом.

Instagram Reels – це короткі відеоролики тривалістю до 90 секунд, які публікуються в Instagram і зберігаються на сторінці користувача з музикою та ефектами. Вони створюються переважно як розважальний контент, але також можуть поєднувати в собі різні типи контенту. Користувач може записувати зі своїм власним оригінальним аудіо, оригінальним аудіо іншого автора чи використати аудіо з бібліотеки Instagram за допомогою інструмента «Аудіо» [3].

YouTube Shorts – жанр коротких відеороликів (оптимальна тривалість до однієї хвилини), знятих, змонтованих і опублікованих на платформі YouTube. Він характеризується можливістю експериментувати з різними темами, стилями та типом контентом. Користувачі можуть знімати відео в портретному форматі та застосовувати додаткові функції, такі як фільтри, субтитри та зміна швидкості. Можна використовувати будь-які звукові доріжки, для яких не встановлені обмеження [4].

Для створення відео у форматах Instagram Reels та YouTube Shorts можна використовувати різні інструменти, зокрема камери смартфонів та спеціалізоване програмне забезпечення для редагування відео. При підготовці незалежно від платформи, слід звертати увагу на якість зображення та звуку, привабливе візуальне оформлення та цікавий контент, що відповідає потребам глядачів. Крім того, використання популярних хештегів та слідкування за трендами музики та відео, щоб привернути увагу глядачів та збільшити кількість переглядів, лайків, коментарів та підписників. Це показники ефективності створеного контенту, тобто залученості аудиторії, і не можуть бути конкретно визначені, оскільки кількість переглядів не залежить від кількості читачів сторінки/каналу.

Дослідивши особливості створення Instagram Reels та YouTube Shorts, ми зробили спробу розробити власну методику підготовки та створення цих форматів для подальшого розповсюдження на платформах. Перш за все, це визначення теми та генерація ідей; створення та розробка концепції за потреби прописування сценарію; розрахунок приблизної тривалості відео для того, щоб воно не перебільшувало показники норми; пошук аудіосупроводу, який відповідатиме ідеї відео (із врахуванням наявності авторських прав); знімання; монтаж; створення опису та ключових слів; публікування короткого відео; відстежування статистики, яке допоможе визначити що саме подобається аудиторії; покращення контенту за необхідності для підвищення показників замученості та подальший моніторинг трендів.

Висновок. Instagram Reels та YouTube Shorts – популярні формати, які

дозволяють користувачам створювати короткі відео тривалістю до 90 секунд для реклами, розваг та брендингу. Цей формат контенту набирає популярності серед користувачів, яким потрібні лаконічні відео, що швидко і легко переглядаються.

Короткі відео стають дедалі популярнішими в соціальних мережах, що створює потребу в нових знаннях і навичках. У процесі створення Instagram Reels та YouTube Shorts необхідно враховувати різні характеристики (вікові групи, сфера інтересів, соціальний статус і т.д.), щоб вибрати найбільш вдалу версію контенту, яка приверне та залучить більше глядачів.

Список використаних джерел:

1. Belle Wong. Top Social Media Statistics And Trends Of 2024. Forbes Advisor. URL: <https://www.forbes.com/advisor/business/social-media-statistics/#source> (date of access: 06.03.2024).
2. Peng-chao Gao. Research on the Influence of Social Media Short Video Marketing on Consumer Brand Attitude / Proceedings of the 2019 5th International Conference on Social Science and Higher Education.
3. Reels. Instagram Help Center. URL: https://www.facebook.com/help/instagram/270447560766967/?helpref=hc_fnav.
4. YouTube Creators. URL: https://www.youtube.com/intl/ru_ALL/creators/shorts/.
5. Баришполець О. Т. Український словник медіа культури / О. Т. Баришполець; НАПН України. – К.: Міленіум, 2014. – 196 с.
6. Контент: Алфавітний покажчик: Словник іншомовних слів. Словник іншомовних слів. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=10176&action=show> (дата звернення: 13.05.2023).