

Тенденції зацікавленості мультимедійними презентаціями книг у соціальних мережах

Софія Колос

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

otikakolosok@gmail.com

Тетяна Білушак

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Tetiana.M.Bilushchak@lpnu.ua

Abstract. The tendencies of interest in multimedia presentations of books on social networks are revealed and analyzed.

Ключові слова: мультимедійна презентація, соціальні мережі, відеореклама книги, буктрейлер, хештеги, статистика

ВСТУП

В умовах інформатизації суспільства зростає роль засобів візуальної комунікації. Тенденції збільшення попиту аудиторії на візуальне повідомлення, що краще подає інформацію та привертає більшу увагу, сприяло появі такого рекламно-презентаційного характеру книжкової продукції як буктрейлер [1-3].

Мета дослідження – виявити популярність та зацікавленість серед користувачів соціальних мереж мультимедійним форматом презентації книги як буктрейлером за допомогою хештегу.

АНАЛІЗ ХЕШТЕГУ #BOOKTRAILER В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Даний мультимедійний формат презентації книги ідеально вписується в темп нашого сучасного прогресу, адже переважно на таких соціальних мережах як Facebook, Instagram та Twitter поширюється такий контент. Така тенденція також поширена і на YouTube. Щоб дослідити наскільки популярний тренд – буктрейлер, ми скористались хештегами [4-5]. Таке дослідження може бути корисним не лише читачам, а і письменникам, які хочуть популяризувати свою творчість.

Найоптимальніше буде шукати і вписувати цей хештег англійською мовою, тоді він охопить більшу цільову аудиторію, яка

користується латинкою. Відповідно, якщо цей хештег записувати українською, то він охопить лише цільову аудиторію України.



Рис.1. Статистика хештегу #booktrailer

На Рис.1 видно, що найбільшого піку використання хештегу #booktrailer ми отримали на початку карантину в таких соціальних мережах як Twitter та Instagram (перевірено за допомогою ресурсу Keyhole). Перебуваючи в самоізоляції, люди почали більше приділяти увагу книгам, тому такий тренд набув великої популярності. Загалом дописів, які використали цей хештег – 36000; користувачів, які його використали – 22400, а охоплення – 247900000.

Цей тренд дуже підходить під формат мережі Instagram, адже в короткому відео можна передати зміст книги і таким чином привернути увагу нових читачів. На Рис.2 видно кількість публічних постів з використанням хештегу #booktrailer лише в цій мережі – 48000. Також тут висвітлюється список подібних хештегів.

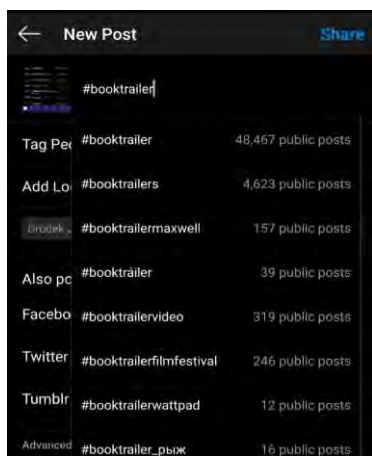


Рис.2. Хештег #booktrailer в Instagram

Соціальна мережа Twitter в основному направлена на миттєві повідомлення та новини, тому цей тренд реалізується як реклама книг. Щогодини в Twitter появляються приблизно 100 унікальних постів, які закликають користувачів до читання книг, а також охоплення, яке складає 882000 та 1300000 реакцій на ці пости (Рис.3).

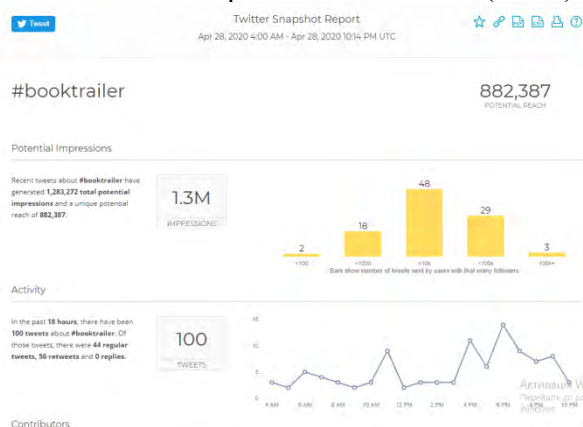


Рис.3. Статистика хештегу #booktrailer в Twitter

Як можемо бачити на Рис.4 цей хештег найбільше використовується в Twitter та Instagram, а в Facebook – ні. Такі результати дослідження показали, що дві інші мережі найбільше за функціональністю сконцентровані на хештегах. Саме в Twitter вони були засновані, в Інстаграмі спільноти побудовані на хештегах, а Facebook має зовсім іншу політику конфіденційності. Тому не в усіх ресурсах можна побачити наскільки часто використовували хештеги в Facebook, бо це переважно особисті акаунти, на відміну від публічних в інших соціальних мережах.

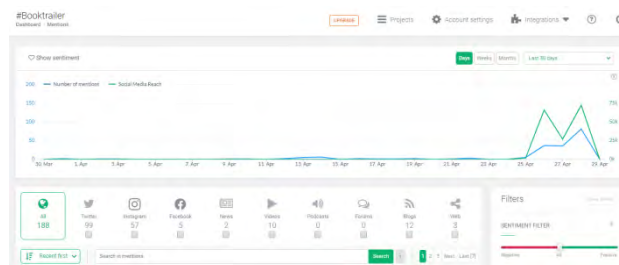


Рис.4. Статистика хештегу #booktrailer в різних соціальних мережах

Отже, тренд набув популярності закордоном ще декілька років тому, а зараз він перебуває на досить високих рейтингах через введені умови карантину у зв'язку з пандемією коронавірусу (COVID-2019). Порівнявши різні соціальні мережі, можна сказати, що найкраща аудиторія зацікавленості тренду та популяризації його – це Instagram та Twitter.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Т. Білушак, О. Радковець, “Використання інформаційної моделі при створенні мультимедійного формату для промоції книги”, Proceedings of the XL International Scientific and Practical Conference “Strategic priorities in science”. Вінниця, 2020. С.5-8.
- [2] Т. Білушак, В.Акиджі, “Особливості сервісів для створення віртуальних виставок у формуванні ефективного бібліотечно-інформаційного простору”. Вісник Книжкової Палати. 2019. №2. С. 45-48.
- [3] Т. Білушак, В.Акиджі, “Віртуальні виставки: нові можливості у соціально-комунікаційних інституціях”, Матеріали VII Міжнародної наукової конференції “Інформація, комунікація, суспільство” (ICS-2018). Львів, 2018. С.81-82.
- [4] S.Fedushko, S. Kolos, “Effective Strategies for Using Hashtags in Online Communication. International Journal of Computing and Related Technologies”, 2018, 2 (2) pp. 82-90.
- [5] S.Fedushko, Y.Syerov, S.Kolos, “Hashtag as a Way of Archiving and Distributing Information on the Internet”, Proceedings of the 8th International Conference on “Mathematics. Information Technologies”. Education 2019, Vol. 2386 [Electronic resource] Available at: <http://ceur-ws.org/Vol-2386/paper20.pdf>.