

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ В INSTAGRAM-КАНАЛАХ (НА ПРИМЕРЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ АККАУНТОВ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ)

Крячко Е.М.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

Ekatyunek@mail.ru

Дополненная реальность (AR) – это технология, которая с помощью специального программного обеспечения и гаджетов позволяет добавить виртуальные объекты в реальную обстановку.

AR-маски в Instagram – это специальные фильтры, с помощью которых добавляют различные визуальные эффекты на фото и видео в stories при съёмке через insta-камеру. Если поначалу пользователи применяли дополненную реальность исключительно для развлечения, то сейчас она превратилась в действенный бизнес-инструмент.

Первоначально AR-маски были «фишкой» Snapchat, где их называли «линзами». Когда в сентябре 2015 года Snapchat впервые запустил маски, они мгновенно привлекли внимание пользователей. Компания быстро поняла, как можно монетизировать этот интерес и предложила рекламодателям создавать брендированные линзы. Спонсорские маски помогали брендам активно вовлекать пользователей во взаимодействие. Например, линза от TacoBellCincodeMayo стала вирусной и набрала 220+ млн просмотров.

На сегодняшний день рекламы вокруг обычного пользователя настолько много, что он готов платить, чтобы ее не видеть. Об этом свидетельствует наличие (и актуальность) сервисов YouTubePremium, AppleMusic, Boom. Крупнейшие интернет-платформы, такие как Snapchat, Tik-Tok, Instagram (который принадлежит Facebook), – это понимают и активно развивают новые форматы взаимодействия с аудиторией. В их числе и дополненная реальность (AR).

В эпоху смартфонов у AR появилось явное преимущество перед виртуальной реальностью (VR). Сегодня VR – это дорогая игрушка, для которой нужно достаточно свободного места в помещении и не самый слабый компьютер. А вот AR прямо сейчас лежит в вашем кармане – это ваш смартфон.

Интерес к маскам со стороны рекламодателей растет. Потребителей AR-контента ежедневно становится все больше, а его разнообразие настолько велико, что тренды могут рождаться и умирать каждую неделю. Уже сейчас можно выделить следующие основные категории.

1. Маски – всё, что дополняет лицо человека.
2. Эффекты камеры – это могут быть как простые светофильтры, так и более сложные. Например, фильтр, который заменяет пиксели на символы, арт или имитирует инфракрасное видение. Одной из популярнейших масок прошедшей весны стала маска, на которой наверху камеры была надпись «Vogue».
3. AR-объекты или сценки – проецирование на плоскость дополнительных объектов, персонажей, анимации.
4. AR-эффекты с трекингом маркеров. Сюда можно отнести всё, что перечислено в предыдущем пункте, но активировать такие объекты можно только при наведении на конкретный маркер, например, логотип. Идеальный вариант для компаний.

Сейчас практически не осталось крупных телекомпаний, у которых нет своих собственных масок в их официальных социальных сетях, конкретно в Instagram. Первый канал, Матч, СТС, ТНТ, Россия 1, Пятый канал, Пятница – у всех этих каналов есть свои маски в Instagram разного уровня сложности. Эффекты, как раз так называемые маски, помогают СМИ увеличить свою аудиторию непосредственно в интернете. Хотя наличие самого эффекта не дает гарантии, что от него будет положительный результат.

Одни из самых хороших масок среди средств массовой информации у канала 2x2. Их преимущество в том, что они делают эффекты в своем корпоративном стиле, но при

этом следуя актуальным трендам Instagram. Масками канала 2x2 пользуются даже те, кто не знает такого канала. Это очень хороший пиар ход для данного телеканала.

Одни из самых неудачных масок у телеканала Пятый. Она неактуальная, ее неинтересно использовать. Даже если посмотреть по статистике их эффекта, пользователям он не понравился, так как просмотров у их эффекта практически нет. Это неудачный пиар ход, проигрышный.

Эффекты в Instagram сейчас на пике популярности. Если грамотно ими воспользоваться, можно очень хорошо расширить и удержать свою аудиторию.

Список литературы

1. *Иваница С.* Новые AR-возможности в Instagram //vc.ru. 2019. 16 декабря. <https://vc.ru/marketing/97149-novye-ar-vozmozhnosti-v-instagram>.
2. *Сурнин А.* AR-маски в Instagram: искусственный хайп или будущее // vc.ru. 2020. 11 февраля. <https://vc.ru/marketing/105761-ar-maski-v-instagram-iskusstvennyu-hayp-ili-budushchee>.