

# КОРОТКИЕ ВИДЕО КАК ТРЕНД СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СЕРВИСОВ SHORTS YOUTUBE, КЛИПЫ ВКОНТАКТЕ, REELS INSTAGRAM

Арсентьева А. Д., Морозова А. А.  
Челябинский государственный университет  
anastasia\_arsenteva@mail.ru, roxfan@rambler.ru

Считается, что сегодня пользовательское видео стало одним из самых популярных и массовых видов контента в Интернете. В первую очередь это связано с тем, что почти 60 % людей во всем мире (4,66 миллиарда человек) используют Интернет, и за год количество пользователей увеличилось на 7,3 %. Социальные сети в 2021 году также насчитывают более половины мирового населения (53,6 %). Это означает, что у 4,2 миллиардов человек есть аккаунты на одной или нескольких платформах [4]. В России на лидирующих местах по популярности находятся такие социальные сети и видеохостинги как YouTube (85,4 %), ВКонтакте (78 %) и Instagram (61,2 %). При этом TikTok, несмотря на популярность во всем мире, пользуются только 30,4 % пользователей в России [4].

Отметим, что за последние два года указанные выше сервисы сделали несколько важных обновлений и внедрили в общую структуру сайтов и приложений возможность создавать и делиться небольшими пользовательскими видео, как и в TikTok. Исследования приложений для создания подобных видеороликов показали, что просмотр эпизодов на мобильных устройствах должен быть коротким, чтобы заинтересовывать зрителей [7. С. 859]. Также немаловажно, чтобы приложение грамотно определяло интересы пользователя и составляло ленту рекомендаций, которая сможет надолго удерживать их внимание.

Ленту рекомендаций формируют базовые алгоритмы искусственного интеллекта, которые считают сразу несколько показателей, в том числе: взаимодействие с видео, которые нравятся пользователю или которыми он делится; аккаунты, на которые подписан; комментарии, которые публикует; и контент, который пользователь сам создает [8]. Синонимом указанного выше понятия можно считать «умную ленту». Под данным термином понимается специальный продукт, разработанный программистами, который анализирует поведение пользователей и их реакцию на тот или иной контент, размещённый в социальных сетях, в зависимости от заинтересованности в нём самого пользователя [1].

*Целью* данного исследования является сравнение новых видеоформатов на платформах YouTube (Shorts), ВКонтакте (Клипы) и Instagram (Reels), а также выявление особенностей работы ленты рекомендаций.

В первую очередь стоит сказать, что Shorts, Клипы и Reels – сервисы внутри социальных сетей, в то время как TikTok – отдельная платформа, которую можно назвать основоположником для анализируемых сервисов. Проведем анализ обновлений в хронологическом порядке их запуска.

## *1. Отечественный аналог TikTok – Клипы*

4 июня 2020 года социальная сеть ВКонтакте встроила Клипы в мобильное приложение. Многих пользователей удивило подобное обновление, потому что изначально сервис представлял недоработанную копию TikTok. Несколько позже разработчики добавили одну из ключевых особенностей съёмки клипов – управление с помощью AR-механик, когда начать запись ролика или включить эффект можно специальными жестами [3].

Внутри сервиса есть три основных раздела: Для вас (бесконечная лента коротких вертикальных видео, Подписки (каналы блогеров, на которые можно подписываться и смотреть только их видео в отдельной ленте) и Тренды (тематические подборки, которые гипотетически могут быть интересны пользователям).

Сервисом предусмотрены следующие способы взаимодействия с контентом из которых классические – лайки, комментарии, репосты. Но в первую очередь Клипы ВКонтате предлагают записывать совместные видео с другими пользователями в жанре реакций, озвучки и т.д. На наш взгляд, это связано с тем, что на данном сервисе достаточно невысокий процент оригинального контента.

Подавляющее большинство видео являются записями небольших фрагментов из других социальных сетей (лайфхаки, рецепты, распаковки, скетчи). Сами же пользователи ВКонтате редко снимают авторское видео, и чаще всего оно либо ориентировано на слишком взрослую аудиторию.

Это говорит, о том, что алгоритмы искусственного интеллекта работают достаточно слабо при подборе видео для ленты рекомендаций. Если приложение TikTok в течение 15 минут понимает интересы даже незарегистрированного пользователя и быстро запоминает, какой контент скрывает человек, то Клипы практически не подстраиваются под конкретного владельца аккаунта. Скорее всего алгоритмы анализируют не в целом лайки, репосты и подписки пользователя внутри социальной сети ВКонтате, а только активность в сервисе Клипы. Однако из-за того, что большая часть видео отвечает специфическим и узконаправленным интересам (ремонт дорог, строительство, садоводство) достаточно проблематично подобрать занимательный контент.

Еще одним препятствием для создания авторских видео становится автоматическое снижение качества изображения, когда картинка распадается на пиксели. Зрителя же Клипы могут оттолкнуть переизбытком рекламы, она демонстрируется сначала через три, а затем через шесть видео.

Также пользователи ВКонтате столкнулись с ощутимым неудобством, когда на основной панели внутри приложения, наряду с кнопками Главная, Сервисы и Мессенджер, появились и Клипы. Раньше на этом месте находился переход на главную страницу и из-за этого аудитории приходилось долгое время перестраиваться под новые изменения и случайно заходить во вкладку Клипы.

Несмотря на старания социальной сети ВКонтате, удержать внимание аудитории в сервисе Клипы через привлечение популярных блогеров, музыкантов, актеров и проведение специальных мероприятий все-таки не удалось и не получилось повторить успех TikTok.

## *2. Американский аналог TikTok – Reels*

5 августа 2020 года социальная сеть Instagram запустила сервис Reels в России. Перед этим работа дополнения тестировалась в Бразилии, Франции и Германии. По функциональности он аналогичен китайскому сервису обмена видео TikTok с упором на то, чтобы позволить пользователям записывать короткие видеоролики с уже существующими звуковыми клипами из других сообщений [9]. При этом для Индии, где в 2020 году официально заблокировали приложение TikTok, сервис Reels стал весьма полезным. Аргументируем, чем еще примечательно данное обновление.

На первый взгляд Reels сохраняют базовые инструменты из Stories: использование фильтров и масок с элементами дополненной реальности, добавление рисунков, музыки, стикеров и текста с различными шрифтами на видео, однако есть и важные дополнения для более удобной работы блогеров. Так, в Reels можно использовать дополнительно ретушь, не загружая маски и фильтры, которые могут несколько снижать качество изначального видео без обработки.

Некоторые пользователи предпочитают монтировать видео для Reels прямо внутри сервиса благодаря встроенным функциям монтажа, а также записать через приложение закадровый текст и менять голос через эффекты. Монтаж в сервисе удобен тем, что блогер сразу может оценить продолжительность видео и подобрать подходящую аудиодорожку на фон от нескольких секунд и до минуты.

Хотя часть пользователей Instagram просто дублируют свой контент из TikTok в Reels, можно говорить о достаточно высоком уровне авторского видео. Это связано не

только с простым функционалом монтажа, а также с тем, что пользователи Instagram есть во всем мире, поэтому вероятность получить большее количество лайков, комментариев и просмотров здесь значительно выше, чем в социальной сети ВКонтакте. Многие бизнес-аккаунты (магазины, салоны красоты, тату-мастера, художники, фотографы и т.д.) могут также с помощью Reels рассказать о своих товарах и услугах, заинтересовать потенциальных клиентов и увеличить число подписчиков.

Даже выпущенные ранее пользователем видео для Reels не теряют долгое время популярности и находят свою аудиторию, потому что при нажатии на определенную песню, хэштег или визуальный эффект пользователю открывается страница со всеми Reels-роликами, в которых используется этот элемент [2].

Немаловажно, что просматривать ролики в TikTok можно даже без регистрации в этой соцсети, в то время как смотреть Reels смогут только зарегистрированные в Instagram пользователи. Из-за этого лента рекомендаций в Reels составляется алгоритмами искусственного интеллекта достаточно умело, так как встроена в общие рекомендации на основе подписок, лайков, сохранений и репостов каждого конкретного пользователя.

Однако можно говорить о некоторых несомненных минусах сервиса Reels. Во-первых, здесь точно также значительно сжимается качество видео при загрузке. При этом, как отмечают пользователи Instagram, приложение в большей степени снижает качество изображения именно на смартфонах с операционной системой Android. Это связано с тем, что изначально в 2010 году Instagram вышел только для iOS устройств, и только спустя два года он появился на Android [5]. С тех пор проблема качества фото и видео практически не решилась, поэтому часто видео начинает распадаться на пиксели после загрузки в Reels, даже если изначально оно казалось пользователю хорошего качества.

Во-вторых, из-за большого объема новых встроенных функций приложение занимает еще больше оперативной памяти и быстрее разряжает устройства. Но приведенные недостатки не являются на столько ощутимыми, как при работе с Клипами социальной сети ВКонтакте. На фоне отечественного аналога, Reels можно назвать успешным сервисом, который развивает и дополняет Instagram.

### *3. Новое обновление YouTube – Shorts*

12 июля 2021 года YouTube Shorts стал доступным в России, поэтому данный сервис можно назвать самым новым из анализируемых примеров. Среди основных функций Shorts находятся создание и добавление семплов аудио из других роликов Shorts, добавление автоматических субтитров; запись роликов продолжительностью до 60 секунд прямо в инструменте [6]. На данный момент подобный инструмент для создания коротких видео доступен во всем мире. Пользоваться им можно в мобильном приложении YouTube.

Спецификой данного сервиса можно назвать тематику видеороликов. В основном это вырезанные интересные моменты из шоу и интервью, которые сейчас популярны на видеохостинге. Чаще всего они достаточно длинные по хронометражу, в отличие от двух-трех секунд, которые могут быть актуальны в Reels. Это сделано с целью заинтересовать потенциального зрителя, чтобы далее он перешел на полноценный выпуск, подписался на канал и т.п.

Главным минусом Shorts является примитивный способ монтажа видео, который можно использовать только в том случае, если пользователь записывает ролик непосредственно в данный момент. Если же он захочет наложить музыку поверх уже записанного видео из галереи, то эта функция останется недоступной.

Следовательно, большинство популярных видео, которые попадают в ленту рекомендаций, были смонтированы в другом приложении (с наибольшей вероятностью в TikTok) и изначально опубликованы там же. Поэтому процент авторского контента в Shorts еще ниже, чем в Клипах социальной сети ВКонтакте, где можно дополнительно модифицировать снятое заранее видео.

Также отметим особенность работы алгоритмов искусственного интеллекта при составлении «умной ленты». В первую очередь пользователь видит в Shorts ролики,

опубликованные YouTube-каналами, на которые он подписан, а далее следует остальной контент.

При этом мы отметили, что видео с менее чем тысячей лайков не попадают в начало «умной ленты». Подобные не раскрученные ролики можно встретить очень редко, спустя 15-20 популярных видео. Поэтому еще одним недостатком Shorts можно назвать то, что алгоритмы не стараются продвигать новый контент от обычных пользователей, а ориентируется только на крупные YouTube-каналы.

Подводя общий итог проделанной работе, можно выделить основные *выводы*, к которым мы пришли.

1. Клипы в социальной сети ВКонтакте нельзя назвать полностью оригинальными, однако, у авторских видео присутствует отечественный колорит, который может быть узнаваем и интересен людям более зрелого возраста. В них поднимаются вопросы семейной жизни, проблемы неровных дорог, обыгрываются бытовые ситуации через призму легкого юмора и т.д. Но эти видеоролики попадают в ленту рекомендаций пользователей разных возрастных групп, которым могут быть совсем не интересны.

2. Зачастую пользователи Instagram делают акцент на красивое визуальное наполнение своих профилей, поэтому и видео из Reels содержат больше эстетической красоты, чем другие подобные сервисы. Блогеры часто публикуют живописные виды под красивую музыку, которые органично смотрятся в общей сетке профиля. Такими видео приятно делиться в Stories и сохранять в архив, чтобы в дальнейшем пересматривать и получать удовольствие от прекрасных кадров.

3. Сервис Shorts пока что выглядит наименее нужным дополнением для платформы YouTube, чем интегрированные в другие приложения Reels и Клипы. Он находится на достаточно примитивном уровне и, возможно, ему только предстоит подключение дополнительных функций (маски, фильтры, стикеры и анимация).

Подводя общий итог, можно сказать, что, несмотря на нюансы анализируемых платформ их все-таки можно назвать достаточно успешными, пусть и не на таком же уровне как TikTok. Например, у Facebook в 2018 году была неудачная попытка создать конкурента TikTok. Компания запустила мобильное приложение Lasso, которое тестировали в Мексике, Колумбии, Аргентине, Чили и еще ряде стран, но ежедневная аудитория этого приложения на смартфонах составляла менее 80 тысяч пользователей [2]. Поэтому мы считаем важным дальше развивать и изучать работу анализируемых в данной статье сервисов, а также отслеживать изменения в работе алгоритмов искусственного интеллекта.

*Исследование проведено при поддержке гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых – кандидатов наук, МК-1684.2020.6.*

#### **Список литературы:**

1. ВКонтакте представляет умную ленту новостей URL: <https://vk.com/blog/smartfeed> (дата обращения: 05.11.2021).

2. Внутри инстаграма появился сервис Reels, который один в один как TikTok. Зачем он нужен? URL: <https://meduza.io/cards/vnutri-instagrama-poyavilsya-servis-reels-kotoryu-odin-v-odin-kak-tik-tok-zachem-on-nuzhen> (дата обращения: 05.11.2021).

3. Клипы ВКонтакте URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте#Клипы\\_ВКонтакте](https://ru.wikipedia.org/wiki/ВКонтакте#Клипы_ВКонтакте) (дата обращения 05.11.2021).

4. Digital 2021: главная статистика по России и всему миру URL: <https://exlibris.ru/news/digital-2021-glavnaya-statistika-po-rossii-i-vsemu-miru/> (дата обращения: 05.11.2021).

5. Facebook, ответьте: почему Instagram на Android до сих пор сильно сжимает качество фото URL: <https://www.popmech.ru/gadgets/680413-facebook-otvette-pochemu-instagram-na-android-do-sih-por-silno-szhimaet-kachestvo-foto/> (дата обращения: 05.11.2021).
6. Google объявил о запуске Youtube Shorts в России URL: <https://www.vedomosti.ru/media/news/2021/07/12/877860-google-obyavil-o-zapuske-youtube-shorts-v-rossii> (дата обращения: 05.11.2021).
7. Hara K. O., Mitchell A. S., Vorbau A. Consuming Video on Mobile Devices // SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. 2007. Pp. 857–866.
8. How TikTok recommends videos #ForYou URL: <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> (дата обращения: 28.10.2021).
9. Vincent, James Instagram is testing a new video editing tool called Reels that copies TikTok’s best features. The Verge, 2019.