

УДК 659.1.012.12

Максимова Т.Н.

студент

4 курс, факультет международного бизнеса

Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Россия, г. Омск

Судакова Т.В.

старший преподаватель кафедры маркетинга и рекламы факультета

международного бизнеса

Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского

Россия, г. Омск

КЛИПМЕЙКИНГ КАК НОВЫЙ СПОСОБ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С АУДИТОРИЕЙ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «SAMSUNG».

Аннотация: *в статье рассматривается коммуникация с потребителем на примере компании «Samsung», в виде ведения канала на видеохостинге «YouTube» и распространения на нём видеорекламы. Изучается методика внедрения продукта в музыкальный клип, с целью его рекламы. Рассматриваются применённые техники создания видеорекламы. Дается оценка рекламной деятельности компании в области производства видеорекламы.*

Ключевые слова: *Интернет, видео, реклама, продвижение, видеоконтент.*

Maksimova T.N.

Student

Fourth year, International Business Faculty

Omsk State University n.a. F.M. Dostoevskiy

Russia, Omsk

Sudakova T.V.

Senior lecturer of International Business Faculty

Omsk State University n.a. F.M. Dostoevskiy

Russia, Omsk

CLIPMAKING AS NEW CHANNEL FOR COMMUNICATION ON EXAMPLE OF “SAMSUNG” COMPANY.

Abstract: *in this article communication with consumers is analyzed on the example of “Samsung” company, which has its channel on YouTube and shares video advertisements. Methods of inserting products into music videos are discussed, given techniques are observed, video advertisement strategy is evaluated.*

Key words: *Internet, video, advertisement, promotion, video content.*

Возникновению клипмейкинга, как нового жанра, способствовали расширяющиеся технические возможности. [2,128] Видеохостинг «YouTube» является самым популярным сервисом для онлайн-просмотра видео в Интернете. На протяжении последних девяти лет этот проект лидирует не только в списке крупнейших видеохостингов, но и входит в тройку самых посещаемых сайтов в мире. Одно из наиболее популярных направлений сервиса – просмотр и загрузка музыкальных клипов. [1,48]

В 2008-ом году известной корейской компанией «Samsung» был открыт канал «Samsung YouTube TV». Когда компания обратилась к рекламным агентствам «Zebra Hero» и «JAMI», то канал уже был создан, а перед творческой командой стояла задача обновить его, сделать привлекательным для миллениалов. Кроме того, необходимо было привлечь

внимание аудитории к выходу новых продуктов из серии «Galaxy S7». Так появился проект «Битва клипмейкеров», где молодые, но пока еще недостаточно популярные, исполнители соревновались в искусстве создания музыкальных видеороликов, с обязательным условием съёмки на смартфон от компании «Samsung». Проект завершился, однако, канал продолжил выпускать музыкальные клипы, снятые на мобильный телефон. В данной статье будут изучены три самые успешные работы, размещённые на канале.

Безусловно, самым удачным стал дебютный клип молодой исполнительницы «TatarKa» на композицию «Altyn». Работа собрала почти 33000000 просмотров и 647000 лайков против 60000 дизлайков, кроме того было получено множество положительных отзывов. Помимо качественной съёмки и нестандартного монтажа, клип отличился большим количеством сменяющихся локаций. Безусловно, зрителей привлекла и сама песня, а также её исполнение на татарском языке. А если учитывать то, что клип снимался лишь на смартфон «Samsung Galaxy S7 edge», конечный результат явно достоин уважения.

Клип исполнительницы «TatarKa» был опубликован 29 ноября 2016 года, однако, музыкальные видеоработы можно увидеть на канале «Samsung YouTube TV» и сейчас. Так 31 декабря 2017 года в Сети появилась совместная работа двух музыкантов: Ивана Дорна и Антохи MC, созданная при помощи смартфона «Samsung Galaxy Note 8». Клип снят на праздничную тематику, в формате сменяющихся «Stories» из социальной сети «Instagram». Ролик собрал 400000 просмотров и 4500 лайков против 458 дизлайков. В музыкальном клипе можно встретить такие знакомые новогодние атрибуты, как праздничный стол в комбинации с телевизором, подарки, ёлка. Безусловно, зрителей привлёк и сюжет, похожий на Новый год любого россиянина, в виде совместного времяпровождения с родственниками и друзьями. Однако почти все действия происходят в лесу, что вносит некий креатив в происходящее на экране. Кроме того, зрители оценили знакомый

уже многим формат «Stories» из социальной сети «Instagram», внедрённый в видео, особенно учитывая новизну вертикальных музыкальных клипов на российском пространстве. Эта работа стала ярким примером, как без большого бюджета снять качественный музыкальный клип и видеорекламу смартфона одновременно.

А 22 января 2018 года на канале появился уже сольный музыкальный клип Ивана Дорна на песню «Preach», снятый также на смартфон «Samsung Galaxy Note 8». Работа собрала 878731 просмотра и 29000 лайков против 1100 дизлайков. В этот раз её отличают смена вертикальных и горизонтальных кадров, искусное сочетание видеоряда и музыкальной композиции, внедрение черно-белых кадров, а также интересная сюжетная линия. Примечательно и то, что съёмка идёт то с рук оператора, то с рук музыканта; это прибавляет ролику динамики. Безусловно, этот видеоклип можно считать довольно удачной рекламой смартфона и компании в целом.

Все три приведённых примера нашли свою аудиторию и признание. Таким образом, становится ясно, что создание музыкального клипа компанией, занимающейся развитием цифровых технологий, может стать не только удачным экспериментом, но и хорошей рекламой, распространяемой в качестве «вируса».

Использованные источники:

1. Верник А.Г. Анализ роста популярности музыкальных клипов, опубликованных на сервисе видеохостинга YouTube (на примере композиции Daft Punk «Get Lucky») // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2013. №2 (12). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rosta-populyarnosti-muzykalnyh-klipov-opublikovannyh-na-servise-videohostinga-youtube-na-primere-kompozitsii-daft-punk-get-lucky>
2. Фуртай Франциска Явление клиппинга в современной массовой культуре: опыт культурологического анализа // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2009. №4 (Философия). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yavlenie-klippinga-v-sovremennoy-massovoy-kulture-opyt-kulturologicheskogo-analiza>