

إنستاجرام تتخلى عن علامة IGTV التجارية



الأربعاء 6 أكتوبر 2021 05:53 م

تتخذ منصة إنستاجرام خطوة أخرى نحو هدفها الأكبر المتمثل في جعل الفيديو جزء أكثر مركزية من تجربتها مع الأخبار التي تفيد بأنها تجمع الآن مقاطع فيديو IGTV الطويلة ومقاطع فيديو الخلاصة في تنسيق جديد يسمى Instagram Video.

وكان رئيس منصة إنستاجرام، آدم موسيري، قد قال مؤخرًا إنه لم يعد تطبيقًا لمشاركة الصور، مشيرًا إلى أن الشركة تعطي الأولوية للتحول إلى الفيديو وسط منافسة كبيرة من يوتيوب وتيك توك.

ويتم العثور على مقاطع الفيديو هذه، الأطول والأقصر، في حسابات المستخدمين ضمن علامة تبويب "الفيديو" الجديدة.

وفي الوقت نفسه، عندما يصادف الأشخاص مقاطع فيديو عبر المنصة، يتمكنون من النقر في أي مكان عبر الفيديو للدخول إلى العرض بوضع ملء الشاشة.

وبعد المشاهدة، يمكنهم بعد ذلك اختيار الاستمرار في التمرير لاكتشاف المزيد من محتوى الفيديو من صانع المحتوى أو النقر على زر الرجوع للخروج.

ولن تؤثر أي من هذه التغييرات فيما تفعله المنصة على Reels، التي تظل منفصلة، ولن يتم دمجها في خلاصة مقاطع الفيديو هذه، إذا اختار المستخدمون التمرير.

وكانت IGTV تتراجع كمنتج مستقل وعلامة تجارية قبل هذا التغيير. وفي أوائل عام 2020، أسقطت المنصة الزر البرتقالي IGTV من الصفحة الرئيسية بسبب نقص الاهتمام.

وجاءت هذه الخطوة في الوقت الذي قام فيه 7 ملايين فقط من مستخدمي المنصة الذين يزيد عددهم عن مليار مستخدم بتنزيل تطبيق IGTV المستقل.

إنستاجرام تهدف للحصول على تجربة فيديو أكثر بساطة

أوضحت المنصة قرارها بإزالة الزر بالقول إن معظم مستخدميها يعثرون على محتوى IGTV من خلال المعايينات التي تمت مشاركتها ضمن الخلاصة وفي Explore.

ولكن وجود IGTV كمنتج مستقل أدى إلى حدوث فوضى وارتباك في التطبيق الرئيسي. وفشل في جذب عدد كبير من التنزيلات.

ومع ذلك، لن يتم إلغاء تطبيق IGTV. بل يتم تغيير علامته التجارية الآن إلى Instagram Video، ويستضيف المحتوى المنسق Instagram Video، إلى جانب مقاطع فيديو Instagram Live. ولكن لن يستضيف مقاطع فيديو Reels.

ويظل المستخدمون قادرين على تحميل مقاطع الفيديو بنفس الطريقة السابقة. وذلك عبر النقر فوق علامة (+) في الزاوية العلوية اليمنى من الصفحة الرئيسية ضمن المنصة وتحديد خيار "نشر". ويمكن أن يصل طول مقاطع الفيديو إلى 60 دقيقة.

وتضيف المنصة أيضًا ميزات جديدة مثل الفلاتر والأشخاص وعلامات الموقع كجزء من تجربة التحميل المحدثة.

وتعرض مقاطع الفيديو الأطول، التي كان من الممكن تحديدها مسبقاً على أنها مقاطع فيديو IGTV، معاينات مدتها 60 ثانية في الخلاصة، كما فعلت من قبل ومع ذلك، إذا كان الفيديو مؤهلاً لعرض الإعلانات، فإن المعاينة تظل مدتها 15 ثانية، كما كان من قبل

وفي ظل هذه التغييرات، فإن إعلانات IGTV أصبحت تسمى إعلانات أثناء بث الفيديو المباشر ويمكن لصناع المحتوى الاستمرار في استثمار مقاطع الفيديو الطويلة كما يمكن للعلامات التجارية استخدام التنسيق أيضاً

وتظل مقاطع الفيديو جزء من اختبارات مشاركة الأرباح في إنستاجرام مع صناع المحتوى، كما كان من قبل ويظل صناع المحتوى أيضاً قادرين على نشر مقاطع الفيديو عبر القصص ومشاركتها عبر الرسائل المباشرة