

Александр Александрович Градюшко

Белорусский государственный университет (Беларусь, г. Минск)

webjourn@gmail.com

ПЛАТФОРМЫ INSTAGRAM И ТІКТОК КАК ЛИДЕРЫ ЦИФРОВОГО СТОРИТЕЛЛИНГА: БЕЛОРУССКИЙ КОНТЕКСТ

В свете растущего внимания медиаиндустрии к вовлечению аудитории рассматривается влияние платформ Instagram и TikTok на цифровую журналистику, анализируются последствия платформизации для редакций и аудитории, делается вывод об увеличении влияния алгоритмических систем в медиапространстве.

Ключевые слова: медиапространство, Instagram, TikTok, платформы, алгоритмические системы, аудитория, вовлеченность.

Две большие платформенные экосистемы, такие как Instagram и TikTok, в последние годы стали крупными игроками в медиапространстве. Все чаще выступая в качестве распространителей новостного контента, они меняют структуру медиапотребления и перераспределяют аудиторное внимание на основе алгоритмических систем обработки данных [1]. Сегодня социальные сети и мессенджеры стали фактически основным источником информации для молодежи.

Классические СМИ пытаются компенсировать уменьшение количества читателей путем привлечения новой аудитории из социальных медиа. При этом они сталкиваются с платформизацией новостей, алгоритмическим формированием новостных лент, необходимостью адаптации контента к требованиям мировых глобальных технологических компаний [4; 5]. Эти тенденции в 2021 году отчетливо проявляют себя как на глобальном уровне, так и на локальном.

В исследованиях установлено, что на российском рынке в сегменте региональной журналистики у государственных традиционных медиа нет задачи формировать локальные сообщества и ориентироваться на читателя [2]. Белорусские медиа также часто используют социальные платформы исключительно как источники ссылок на материалы «родительских» сайтов. В социальных медиа наблюдается снижение интереса аудитории к классическому контенту [3]. Это актуализирует важность различных форматов цифрового сторителлинга на таких популярных платформах, как Instagram и TikTok.

Были рассмотрены 10 крупнейших аккаунтов белорусских медиа в Instagram и TikTok. Изучены статистические показатели (количество подписчиков, количество записей, среднее количество лайков и комментариев) и контент-стратегии (форматы и жанры материалов).

В Instagram в безусловных лидерах аккаунт @tutbylive. Количество его подписчиков составляет более 860 тыс. За все время существования аккаунта в нем опубликовано более 11 тыс. постов. Среди белорусских медиа канал @tutbylive занимает первое место по среднему количеству лайков одного поста в 2020 году (около 14 тыс.). Среднее количество комментариев в каждой записи составило свыше 300. Это достаточно большая цифра.

В то же время очевидно, что основная лента публикаций в Instagram уже утратила популярность, а наиболее перспективным направлением работы являются новостные истории (Stories). Наиболее успешно этот формат цифрового сторителлинга освоен такими белорусскими медиа, как Onliner.by, «s13.ru — Новости Гродно», «Сильные Новости — gomel.today»,

«Tribuna.com Беларусь». Среди локальных медиа можно отметить аккаунт «Аршанской газеты» @orshanka.by.

Мы также можем утверждать, что самые большие охваты в Instagram набирают отнюдь не площадки классических СМИ, а аккаунты, относящиеся к категории новостных и развлекательных пабликов, авторских блогов. К числу таких ресурсов можно отнести аккаунты «ЧП Беларусь Будь в курсе» @srbelarus и «Инцидент Минск» @chp_minska. В сегменте авторских блогов мы можем отметить блог Максима Пушкина @mc_maxim, на который в Instagram подписано более 110 тыс. человек.

Присутствие белорусских медиа на платформе TikTok пока невелико. В сегменте цифровых изданий это «Радыё Свабода — Беларусь», «Onliner.by», «Tut.by», «Наша Ніва», «КуКу». Аудиовизуальные СМИ представлены «Радио Мир Беларусь». Среди региональных изданий аккаунты ведут «Intex-press» и «Родныя вытокі».

В частности, редакция районной газеты «Родныя вытокі» создала свой канал @www.dokshitsy.by в TikTok в 2020 году. На момент написания данного исследования на него подписаны 317 пользователей. 13 видео успели набрать 7738 лайков. У самого популярного сюжета — 152 100 просмотров. На видео демонстрируется, как водитель редакции мастерски стришет кусты обычной косой. Оно стало вирусным и попало в раздел «Рекомендации». Это приводит нас к выводу о том, что наибольший эффект на платформе TikTok имеют видеоматериалы, сочетающие журналистскую составляющую с развлекательной и музыкальной.

Есть основания полагать, что в дальнейшем зависимость журналистики от глобальных технологических компаний будет усиливаться.

Литература

1. Коноплев Д. Э. Современные медиасистемы: кризис традиционных СМИ // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2020. № 1 (35). С. 158–162.
2. Нигматуллина К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России // Вестник Московского ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 30–50.
3. Нигматуллина К. Р. Профессиональная культура журналистов в России. СПб.: Алетейя, 2021.
4. Belair-Gagnon V., Nelson J. L., Lewis S. C. Audience Engagement, Reciprocity, and the Pursuit of Community Connectedness in Public Media Journalism // Journalism Practice. 2019. No 13 (5). P. 558–575. DOI: 10.1080/17512786.2018.1542975.
5. Holt K., Figschou T. U., Frischlich L. Key Dimensions of Alternative News Media // Digital Journalism. 2019. No 7 (7). P. 860–869. DOI: 10.1080/21670811.2019.1625715.

Анастасия Игоревна Данилова

Санкт-Петербургский государственный университет

a_danilova@schoolnano.ru

ЦИФРОВОЙ СТОРИТЕЛЛИНГ В ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ JOYCE PROJECT)

О значимости цифрового сторителлинга говорят не только медиаисследователи, но и педагоги. Отдельный интерес представляют просветительские проекты, возникающие