

ОСОБЕННОСТИ ДИСТРИБУЦИИ РЕГИОНАЛЬНОГО КОНТЕНТА В INSTAGRAM (на примере СМИ Солигорска)

Е. А. Смирнова

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
berezovskayae@mail.ru*

В статье рассматриваются варианты дистрибуции регионального контента в социальную сеть Instagram. Проведен контент-анализ и аудит профилей медиаресурсов города Солигорска: государственной районной газеты, телеканала, блогерского паблика и др. Результаты контент-анализа представлены в таблице.

Ключевые слова: дистрибуция; контент; социальная сеть; медиаресурс; локальная информация.

DISTRIBUTION OF REGIONAL CONTENT ON INSTAGRAM (evidence from Soligorsk media)

E. A. Smirnova

*Belarusian State University,
9, Kalvariskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: E. A. Smirnova (berezovskayae@mail.ru)*

The article discusses options for distributing regional content on the Instagram social network. The author carries out content analysis and audits profiles of Soligorsk media resources: state regional newspaper, TV channel, blogging public, etc. The results of the content analysis are presented in the table.

Key words: distribution; content; social network; media resource; local information.

Региональный контент для жителя конкретного города имеет ряд очевидных преимуществ: близость к аудитории, утилитарный интерес, большая эмоциональная вовлеченность, так как зачастую героями публикаций или телевизионных сюжетов становятся знакомые люди.

Несмотря на множество задач, которыми обычно оперируют теории, у местных средств массовой информации по сути одна главная задача – информировать зрителя или слушателя о том, что происходит

в регионе, потому что именно эта информация для него является уникальной. Источниками местной информации могут стать региональные газеты, региональные теле- и радиостанции, причем «редакции региональных медиа сегодня распространяют контент не только с помощью газеты и сайта, но и активно используют соцсети («ВКонтакте», Instagram, «Одноклассники»), представлены на платформе YouTube, а также в мессенджерах (Telegram, Viber)» [1, с. 1]. Кроме того, особую популярность сегодня набирают городские паблики информационно-рекламного характера, представленные, как правило, в наиболее мобильных социальных сетях – Instagram и Telegram.

Для контент-анализа региональных СМИ в Instagram рассмотрим традиционные средства массовой информации Солигорщины: районную газету «Шахцёр»; «Солигорский телевизионный канал»; частную информационно-рекламную газету «Лидер-пресс», которая с недавнего времени выходит только в цифровом формате; а также один из самых популярных медиаресурсов города – информационно-справочный портал «Электронный Солигорск» и относительно новый городской паблик «Мой Солигорск» (@my_soligorsk). Хронологические рамки контент-анализа: 01.04.2021 – 30.04.2021.

**Данные контент-анализа
представлены в таблице (на 03.05.2021)**

Медиаресурс/ Критерии	Шахцёр @gazeta_ shahter	СТК @stctvby	Лидер- пресс @lider. press	Электрон- ный Со- лигорск @soligorsk	Мой Солигорск @my_soli- gorsk
Дата регистрации	05.03.2017	09.11.2017	03.08.2017	17.01.2014	22.02.2021
Количество подписчиков	5 314	5116	10,6 тыс.	23,7 тыс	4 794
Количество подписок	2663	1352	420	4103	6766
Общее количество публикаций	1361	5142	3210	6401	24
Общее количество публикаций 01.04.–30.04.21	31	427	58	176	7

Медиаресурс/ Критерии	Шахцёр @gazeta_ shahter	СТК @stctvby	Лидер- пресс @lider. press	Электрон- ный Со- лигорск @soligorsk	Мой Солигорск @my_soli- gorsk
Общее количество лайков (посты)	3763	10784	8595	49893	4676
Среднее количество лайков (посты)	139	38	182	299	935
Среднее количество просмотров видео	3735	718	2393	5966	1779
Общее количество комментариев	95	119	413	599	320
Среднее количество комментариев	10	4,5	17	6	46
Основные форматы публикаций	Посты, сторис	Посты, IGTV	Посты, сторис (со ссылками на сайт), IGTV, прямые эфиры	Посты, сторис	Сторис, посты
Основные темы	Новости Городские зарисовки Розыгрыши	Городские новости Статистика	Реклама, Городские новости UGC	Городские новости Реклама	Фото города Новые места Городские новости
Наиболее популярные публикации	О приезде в д. Мироны Леонида Якубовича	О приезде Светланы Боровской О спасенной собаке	«Малыш, живи» – о спасенной собаке	Ретро-кадры Вербное воскресенье (фото)	«Необычный Солигорск»
Популярные теги	#шахцер_новости	#СТК #новости_Солигорск	#лидер-пресс	#esoligorsk	#мойсолигорск

Контент-анализ позволяет оценить не только абсолютные количественные показатели (число подписчиков, количество публикаций), но и вовлеченность аудитории. Так, например, у газеты «Шахцёр», Солигорского телеканала и у блога «Мой Солигорск» примерно равное количество подписчиков, однако, если соотнести количество постов и реакций на эти посты, то очевидно, что степень вовлеченности в блог «Мой Солигорск» значительно выше, чем у других.

В профиле Солигорского телеканала за это т период было опубликовано самое большое количество постов с разным контентом, однако показатели вовлеченности аудитории одни из самых низких среди конкурентов, причем это касается даже просмотров видео. С чем это связано? Выделим несколько главных ошибок:

- перенасыщенность контента в ленте; контент надо перераспределить между лентой и сторис (погода, статистика по коронавирусу и т. д.), тем самым повышая охваты; приветствия типа «доброе утро» и «хорошего дня» тоже лучше переносить в сторис, а еще лучше совмещать это с прогнозом погоды, но стоит тогда делать это регулярно;
- устаревшие визуальные решения;
- однообразие контента; анализ показал, что наибольшее число просмотров набирают не полные выпуски новостей, а живые live видео;
- неадаптированный видеоконтент: есть смысл разбивать выпуски новостей на более короткие сюжеты, менять обложки;
- отсутствие персонификации, в профиле абсолютно нет журналистов телеканала;
- отсутствие контент-плана, только так можно объяснить, что в ленте Солигорского телеканала вдруг появляется фото Элвиса Пресли с комментарием «Доброе утречко! Продолжаем наш музыкальный марафон – сегодня предлагаем угадать, почему к нам заглянул Элвис Пресли. Ждем ваши варианты в комментариях». Ожидаемо, что у публикации всего 8 лайков и 0 комментариев.

Любопытным оказался старт нового городского паблика «Мой Солигорск», который за короткий промежуток времени смог собрать почти 5 тысяч подписчиков. Судя по количеству подписок, основным способом наращивания аудитории был массфолловинг. Если они хотят повысить охваты, то, конечно, от части подписок надо постепенно избавляться.

Анализ профилей медиаресурсов Солигорска показал, что, несмотря на разные статусы, в социальных сетях все равны: будь то районная

газета с десятилетней историей или блог, который появился несколько месяцев назад. Здесь работают абсолютно другие алгоритмы, которые способны значительно повысить узнаваемость ресурса и его влияние в жизни региона, а самое главное – повысить привлекательность ресурса для рекламодателя.

Библиографические ссылки

1. Градюшко А. А. Да будет цифра! Как меняются региональные медиа // Белорусская думка. 2020. № 10. С. 76–83.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ СМИ КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ (на примере газеты «Nanfang Daily» провинции Гуандун)

Тан Жунянь

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
tangrongyan57@gmail.com*

Рассматриваются региональные средства массовой информации Китая на фоне межкультурной коммуникации в контексте глобализации, роль СМИ в установлении диалога и согласия в современном обществе.

Ключевые слова: Китай; СМИ; коммуникация; межкультурный; Nanfang Daily.

REGIONAL MEDIA OF CHINA IN THE CONTEXT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION (evidence from the newspaper «Nanfang Daily» of Guangdong province)

Tang Rongyan

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: Tang Rongyan (tangrongyan57@gmail.com)*

The article examines the regional mass media of China against the background of intercultural communication in the context of globalization,