

*processing by the search query Instagram in the category “tags”. It seems promising to further study the precedent hashtags, which will allow us to form the most complete idea of the preferences and values of a modern person.*

**Keywords:** media discourse, social network, Instagram, hashtag.

**Гапутина Виолетта Александровна**, кандидат филологических наук, старший научный сотрудник научно-образовательного центра коммуникационных технологий и цифрового образования, Московский государственный лингвистический университет, [wwwgaputina@gmail.com](mailto:wwwgaputina@gmail.com).

*А. А. Градюшко*

*Белорусский государственный университет*

*Минск (Беларусь)*

## **ВЛИЯНИЕ ПЛАТФОРМЫ INSTAGRAM НА ФОРМИРОВАНИЕ НОВОСТНОЙ ПОВЕСТКИ**

*В статье рассматривается место и роль платформы Instagram в медиапространстве Республики Беларусь. Исследование позволяет утверждать, что наибольшее влияние на формирование новостной повестки оказывают аккаунты, относящиеся к категории новостных и развлекательных пабликов, а также авторские блоги. Автор приходит к выводу о том, что традиционные медиа недостаточно эффективно используют Instagram как площадку для дистрибуции новостей.*

**Ключевые слова:** цифровая журналистика, аудитория, вовлеченность, медиапотребление, лидеры мнений, Instagram.

Платформа Instagram занимает первое место по популярности в Республике Беларусь среди социальных сетей, количество ее пользователей в стране превышает 3,5 млн человек. В цифровой среде Instagram становится все более значимым источником

новостей. Эта тенденция особенно очевидна среди молодежи. Причем ежедневные новости о текущих событиях появляются в лентах социальных сетей случайным образом, автоматически предлагаются с помощью алгоритмов, основанных на интересах пользователей [3].

*Цель* исследования заключается в определении степени влияния платформы Instagram на формирование белорусской новостной повестки. *Методология* базируется на сравнительном анализе статистических данных об аудитории крупнейших белорусских аккаунтов в Instagram, а также на углубленных интервью с представителями медиаиндустрии.

Для анализа были отобраны 10 крупнейших аккаунтов белорусских медиа в Instagram. Они представляют как классические СМИ, так и альтернативные медиа (новостные и развлекательные паблики, авторские блоги). Были изучены статистические показатели (количество подписчиков, количество записей, среднее количество лайков и комментариев) и контент-стратегии (форматы и жанры материалов, частота их размещения). Хронологические рамки исследования: сентябрь 2021 года.

С ростом популярности Instagram аккаунты на этой платформе были созданы многими белорусскими медиа, как национальными, так и региональными. Количество подписчиков в ряде случаев достаточно велико. В частности, можно отметить аккаунты Onliner.by (145 тыс.), «s13.ru – Новости Гродно» (85,6 тыс.), Intex-press (41,2 тыс.), «БелТА» (23 тыс.), «Аршанская газета» (17,9 тыс.) и др.

В то же время количество подписчиков аккаунтов в Instagram ряда традиционных средств массовой информации (в первую очередь государственных) невелико. Это касается, например, самой тиражной газеты «СБ. Беларусь сегодня» (1369), республиканской газеты «Звезда» (557), телеканалов ОНТ (2578) и «Столичное телевидение» (3335). Причина их неэффективности кроется в том, что эти медиа работают по алгоритму однонаправленной коммуникации, продолжая традиции институализированного линейного вещания.

В ходе экспертного интервью с представителями газеты «СБ. Беларусь сегодня» ими было отмечено, что основная цель

редакции в цифровой среде заключается в донесении информации до пользователей, а не в активном взаимодействии с ними. Таким образом, миссией профессии журналиста респонденты видят информирование. В то же время исследования показывают, что сегодня «общество переходит от традиционного новостного цикла, в котором доминируют профессионалы журналистики, к более сложному информационному циклу, в котором участвуют обычные люди» [3].

Мы полагаем, что в цифровой среде наиболее востребован персонифицированный формат новостей, который имеет личный и интерактивный характер. Механический перенос контента из традиционных СМИ на платформу Instagram не способен привлечь аудиторию. Более предпочтителен формат новостных сообщений популярных блогеров. В этом случае «каждый отдельный аккаунт фактически представляет собой мини-СМИ со своей информационной и рекламной политикой» [1. С. 539]. Мы можем отметить важность создания атмосферы неофициального общения, ведения аккаунтов в неформальном стиле, что будет способствовать увеличению активности аудитории.

В частности, основная лента аккаунта @onlinerby ведется в неофициальном стиле, отличается яркими визуальными решениями. К фото добавляются титры, используется формат публикаций, который позволяет прикрепить к одному посту несколько последовательно идущих фотографий. Среди региональных СМИ заслуживает внимания аккаунт @orshanka.by, который развивается как городской паблик «Новости Орши». Редакция не делает акцента на официальном аккаунте «Аршанской газеты», но и не скрывает это. Аккаунт используется в том числе и для продвижения новостей, в том числе с помощью Stories с возможностью перехода на сайт (обычно 5–7 историй в день).

В белорусском медиапространстве значительную аудиторию привлекают Instagram-аккаунты, относящиеся к числу новостных и развлекательных пабликов, авторских блогов и новостных агрегаторов. К числу таких ресурсов можно отнести аккаунты «ЧП Беларусь Будь в курсе» @srbelarus и «Инцидент Минск» @chr\_minska, которые делают акцент на чрезвычайных ситуациях и происшествиях. Фото с мест происшествий можно присылать

в директ, либо же используя чат-боты, что свидетельствует о важности пользовательского контента. В то же время нельзя не отметить, что в данном случае «у большинства авторов отсутствует необходимость соблюдать профессиональные журналистские стандарты и придерживаться этики» [2. С. 120].

В сегменте авторских блогов лидирует аккаунт «Кокобай» @koko\_by (425 тыс. подписчиков), который позиционирует себя как уютный блог о еде в Беларуси. По среднему количеству комментариев к постам этот аккаунт занимает одно из первых мест, но это объясняется проведением разного типа конкурсов с розыгрышем призов. Также популярен аккаунт «Обзорбай Минск» @obzooг.by (166 тыс.), представляющий собой обзорный журнал о Минске. Также мы можем отметить блог Максима Пушкина @mc\_maxim (112 тыс. пользователей), посвященный в основном городским новостям.

Исследование показало, что влияние платформы Instagram на формирование новостной повестки возрастает. Многие белорусские СМИ размещают там значительные объемы контента, однако не все из них умеют пользоваться инструментами Instagram и понимают специфику работы с аудиторией на этой платформе. Самые большие охваты в Instagram получают новостные и развлекательные паблики, авторские блоги и новостные агрегаторы.

### Список литературы

1. Зырянов, Б. В. Стратегии продвижения персонального аккаунта в Instagram / Б. В. Зырянов. – Текст : непосредственный // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – Т. 7. – № 3. – С. 539–556.

2. Морозова, А. А. Контент в социальной сети: критерии качества / А. А. Морозова, С. Н. Попова. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 1. – С. 120–124.

3. Bergström, A. News in Social Media / A. Bergström, M. Jervelycke Belfrage. – Текст : непосредственный. // Digital Journalism. – 2018. – Vol. 6. Issue 5. – Pp. 583–598.

*A. A. Hradziushka*  
*Belarusian State University*  
*Minsk (Belarus)*

## **INFLUENCE OF THE INSTAGRAM PLATFORM ON THE FORMATION OF THE NEWS AGENDA**

*The article examines the place and role of the Instagram platform in the media space of the Republic of Belarus. The study allows us to assert that the greatest influence on the formation of the news agenda is exerted by accounts belonging to the category of news and entertainment publics, as well as author blogs. The author comes to the conclusion that traditional media do not effectively use Instagram as a platform for news distribution.*

**Keywords:** digital journalism, audience, engagement, media consumption, influencers, Instagram.

**Градюшко Александр Александрович**, кандидат филологических наук, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики, Белорусский государственный университет, webjourn@gmail.com.

*A. V. Groshova*  
*Челябинский государственный университет*  
*Челябинск (Россия)*

## **INSTAGRAM-БЛОГИ ВРАЧЕЙ КАК СПОСОБ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ДОКАЗАТЕЛЬНОЙ МЕДИЦИНЫ**

*В данной статье автор рассматривает страницы врачей разных специализаций в социальной сети Instagram. Проанализирован контент пяти блогов за 2020–2021 годы (всего 200 публикаций), на основании чего выявлены особенности Instagram-блогов о доказательной медицине.*