

# МОЛОДЕЖНЫЕ СМИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM: ТОЧКИ РОСТА И ПЕРСПЕКТИВЫ

*А. Д. Маркович*

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
markovAD@bsu.by*

Рассматриваются возможности аккаунтов республиканских молодежных СМИ в популярной социальной сети Instagram, анализируется значимость их создания и наполнения. В условиях борьбы за внимание молодой аудитории, сегодня важно грамотно использовать ресурсы соцсетей.

**Ключевые слова:** молодежь; молодежная проблематика; проблематика СМИ, социальные сети.

## YOUTH MEDIA IN THE INSTAGRAM SOCIAL NETWORK: POINTS OF GROWTH AND PROSPECTS

*A. D. Markovich*

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: A. D. Markovich (markovAD@bsu.by)*

The possibilities of accounts of republican youth media in the popular social network Instagram are considered, the significance of their creation and content is analyzed. In the context of the struggle for the attention of a young audience, today it is important to wisely use the resources of social networks.

**Key words:** youth; youth issues; media issues; social networks.

Онлайн-пространство стремительно трансформируется, подстраиваясь под интересы пользователей. Если всего несколько лет назад ученое сообщество анализировало и изучало появление блогов и микроблогов как новых средств массовой коммуникации, то сегодня мы говорим о появлении и распространении микро-СМИ – площадках с типологическими признаками средств массовой информации, при этом не име-

ющие печатной или веб-версии, а выходящие в пределах одной (или нескольких) социальных сетей. Одной из самых популярных платформ в Беларуси сегодня является Instagram: согласно данным 2023 года, аккаунт имеют 3,4 миллиона белорусов от 18 лет и старше [1]. При этом, по данным Института социологии НАН, «максимальный уровень вовлеченности отмечается среди молодых людей в возрасте 16–29 лет – доля ежедневных пользователей соцсетей в этой группе составляет 80,8%» [2].

Таким образом, микро-СМИ, развивающиеся в быстрорастущем русскоязычном сегменте TikTok и завоевавшие свою аудиторию в Instagram, составляют серьезную конкуренцию средствам массовой информации для молодежи. Достаточно сравнить тираж республиканского молодежного издания «Знамя юности» (газета выходит 1 раз в неделю тиражом 35 тысяч экземпляров) и количество подписчиков микро-СМИ «Минск.online» в Instagram (более 130 тысяч подписчиков в аккаунте), чтобы увидеть выбор аудитории.

Сегодня в Беларуси выходит 2 республиканских издания для молодежи. Среди них – вышеупомянутая газета «Знамя юности» и «Чырвоная змена». Также молодежные издания можно найти в виде вкладышей или приложений к другой прессе. Среди других специализированных изданий данный тип СМИ имеет небольшой процент, что, в целом, легко объяснимо предпочтениями аудиториями. К молодежи относятся лица от 14 до 30 лет – круг тем, интересных для обозначенного возрастного диапазона, будет максимально широким. Читатели распределяются иным способом (по возрасту, по месту проживания, по сфере интересов) и черпают информацию из других специализированных СМИ. «Крючком» для молодежных медиа может стать грамотная работа в соц-медиа, планомерное «выстраивание отношений» с аудиторией, грамотное ведение страниц.

Что сегодня важно для современной молодежной аудитории? Прежде всего, быстрый доступ к информации (социальные сети здесь имеют преимущество, ведь контент «сам» попадает к пользователю, его не нужно искать самостоятельно). Также – актуальность, значимость, попадание в проблемы целевой аудитории, подсвечивание важных тем, ведь пользователь идет читать новости не только и не столько для того, чтобы развлечься, отдохнуть. Следующий пункт – доступность восприятия, оформление, удобство чтения, дизайн. Также использование всевозможных элементов вовлечения – возможность оценить текст,

написать комментарий, высказать свое мнение, поспорить, поделиться информацией с другими людьми [3]. Большую часть данных потребностей площадка Instagram может удовлетворить самостоятельно: в социальной сети работает алгоритмическая лента выдачи интересных материалов целевой аудитории, есть возможность комментирования и взаимодействия. Редакция республиканских молодежных СМИ стоит рассмотреть возможность создания аккаунтов в данной социальной сети, освоения актуальных форматов (Reels, пост с текстом в картинках, инфографики и иные визуализации), создание цепляющих заголовков специально для постов, налаживание коммуникации с читателями (например, с помощью специальных рубрик для социальных сетей). Таким образом, есть возможность остаться на лидирующих позициях в молодежном сегменте СМИ и выиграть борьбу за внимание данного сегмента аудитории.

#### **Библиографические ссылки**

1. Digital 2023: Belarus [Электронный ресурс]. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-belarus>. (дата обращения: 03.02.2024).
2. Какие соцсети популярнее всего у белорусов [Электронный ресурс]. URL: <https://socio.bas-net.by/kakie-sotsseti-populyarnee-vsego-u-belorusov/>. (дата обращения: 03.02.2024).
3. *Тарасова Ю.* Маркетинг книг в социальных сетях: новые кейсы: видео [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=w36dqsLtgjE>. (дата обращения: 03.02.2024).