

Кроме того, велика роль авторской позиции публициста и необычных афористично звучащих его мыслей. Изучая материалы, можно всегда предположить, что там, где подписано «Юрий Рост», обязательно будет текст, который вскоре разберут на цитаты и будут пользоваться ими всю жизнь. Например: «Нравственная пересортица – дьявольская затея. Но любая власть – не от Бога», «Совесьть – вещь обременительная. Ее не наденешь на себя к случаю, а все время таскать без привычки – тяжело и неудобно».

Таким образом, Юрий Рост – пример современного универсального журналиста, имеющего свой неповторимый почерк. Елена Яковлева пишет в «Российской газете»: «Я иногда получаю от редактора задание написать заметку «в стиле Юрия Роста» и расшифровываю его обычно так: человек крупным планом внутри предельных координат: времени, мира, войны, природы...».

Пытаясь убедиться в верности выводов и оценок, мы провели опрос (в марте 2017 с помощью сайта survio.com). Количество опрошенных – 70 человек. Из них, 95 % респондентов признались, что всегда обращают внимание на качество и художественность фотографий, представленных с журналистским текстом. Почти 80 % опрошенных нравятся «идеальные» фото: с хорошим качеством, интересной задумкой, необычным ракурсом, построением. А вот персонально фотожурналистов опрошенные не знают. Две трети респондентов не смогли назвать хоть какие-то имена. Образцовые работы фотожурналистов, считают респонденты, можно увидеть в журналах «Русский репортер» и «National Geographic».

Литература

1. Рагожина Е. Юрий Рост: Я поженил текст на фотографии [Электронный ресурс]. – URL <http://www.newstyle-mag.com/personalii/yurij-rost-ya-pozhenil-tekst-na-fotografii.html>

2. Яковлева Е. Безусловный человек [Электронный ресурс]. – URL <https://rg.ru/2008/09/04/foto.html>

Д. А. Спевак

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АККАУНТОВ «РУССКОЙ СЛУЖБЫ РАДИО СВОБОДА» И «РАДЫЕ СВАБОДА. БЕЛАРУСЬ» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Современная медиасфера характеризуется превалирующей долей визуального контента. В интернете люди все чаще предпочитают не читать, а смотреть – «визуальная информация получает все большее распространение, нарушая монополию текста на передачу информации» [3].

Сегодня самые посещаемые сайты – это социальные медиа, которые составляют серьезную конкуренцию традиционным СМИ и становятся для аудитории главными источниками информации. Многие функции, присущие традиционным СМИ, выполняют и социальные сети [4; с. 115].

Сайт Instagram – пример сочетания обеих вышеупомянутых тенденций. Так, в 2016 году приложение обошло в мировом рейтинге популярности известный

за счет микроблогинга Twitter, что подтверждает ориентацию современной аудитории на визуальный контент [5].

В данном исследовании представляется сравнительный анализ применения возможностей и инструментов социального медиа Instagram в работе «Русской службы Радио Свобода» и «Радые Свабода. Беларусь», транслирующих журналистский и пользовательский контент в данной социальной сети.

Страница «Русской службы Радио Свобода» (www.instagram.com/radiosvoboda) начала деятельность 11 октября 2012 года. С этого времени по 14 марта 2017 года здесь вышли 1 054 публикации. Среднесуточное количество выпускаемых постов – 1–2, в зависимости от того, насколько насыщенной является информационная картина дня.

Как правило, мультимедийный контент данного аккаунта представлен фотографиями и их сериями, в абсолютном большинстве – фотофактами. Так, 28.02.2017 здесь был опубликован снимок с подписью «Киев, 28 февраля. Рабочий на месте частичного обрушения Шулявского моста, произошедшего вечером в понедельник. Последний раз мост, часть важной транспортной развязки, капитально ремонтировался еще до распада СССР. Фото – Сергей Нужненко (RFE/RL) #Украина #Киев #шулявка #мост #ремонт #обрушение #транспорт». 20.02.2017 также обнародован снимок с элементами фотофакта и подписью «Таджикистан, последствия схода снежной лавины на шоссе, соединяющее столицу страны, Душанбе, с ее северными районами. Фото – таджикская служба Радио Свобода (rus.ozodi.org) #Таджикистан #снег #лалина #тоннель». Заметим, что большинство фотографий сопровождается довольно объемным текстом, который в данной социальной сети не совсем уместен, т. к. она ориентирована на визуальный контент.

Положительной особенностью данного аккаунта является наличие информативных хештегов, благодаря которым растет вовлеченность пользователей. Обычно теги соответствуют ключевым словам, содержащимся в тексте актуального новостного события. К примеру, 05.03. 2017 под фото, где изображен бывший руководитель Государственной фискальной службы Украины Роман Насиров в суде, были проставлены следующие хештеги: #Украина #Киев #Насиров #коррупция #суд #больница. Эти слова четко отвечают на традиционные новостные вопросы (Кто? #Насиров. Что? #коррупция. Где? #суд, #Украина, #Киев и т. д.).

Аудитория современных медиа перестает быть лишь потребителем информации, теперь читатель, зритель или слушатель может участвовать в обмене информацией и ее производстве, т. е. является активной частью медиасферы [6]. Исходя из этого, для грамотного и эффективного продвижения своего продукта СМИ необходимо постоянно налаживать контакт с аудиторией.

Instagram-аккаунт «Русской службы Радио Свобода» нечасто использует данный инструмент. Например, 05.03.2017 на странице вышла фотография Алексея Навального с широко разведенными руками, под которой редакция предложила пользователям придумать подпись (к слову, получила лишь 10 ком-

ментариев). До этого редакция пыталась вызвать у подписчиков обратную реакцию лишь 20.01.2017, анонсируя прямой эфир инаугурации Дональда Трампа: «Вы еще не следите за инаугурацией Дональда Трампа в прямом эфире? Тогда нажимайте на ссылку в нашем профиле! В пятницу и субботу мы ведем лайвблог, посвященный этому событию и ожидаемым акциям протеста против нового президента США. #Трамп #США #инаугурация #протесты #Вашингтон».

Аккаунт «Радые Свабода. Беларусь» (www.instagram.com/radiosvaboda) появился в Instagram 22 декабря 2013 года. На 14 марта 2017 года на странице опубликовано 3 932 поста. В среднем на ней выдается 3–4 сообщения в сутки.

Данный профиль использует спектр мультимедийных сообщений – это видео, фотографии (и их серии), мемы, демотиваторы и инфографику. В общей массе сообщений превалирует видеоконтент, рынок которого, по данным исследователей, наблюдает небывалый подъем [2]. Так, рассматриваемый аккаунт 03.03.2017 опубликовал короткую выдержку из интервью бывшего президента Кыргызстана с подписью «Курманбек Бакиёв даў эксклюзіўнае інтэрвію Радые Свабода». В середине марта 2017 года большой популярностью пользовались ролики с т. н. «марша нетунеядцев». Следует отметить, что данный профиль в редких случаях использует хештеги, несмотря на то, что они могут простимулировать приток новых подписчиков и вовлеченность существующих.

Фотографии в рассматриваемом аккаунте подаются с коротким наложенным на них текстом, который емко сообщает, какую новость иллюстрирует снимок, тем самым экономя время читателя. В частности, 14 марта 2017 года опубликован снимок молодого человека крупным планом с подписью «Арыштаваны блогер Максім Філіповіч».

Мемы и демотиваторы обычно содержат распространенные в сети картинки (или коллажи), на которые редакция накладывает надписи, связанные с событиями в Беларуси. Примерами инфографики можно назвать такие визуальные сообщения, как «Дзе былыя савецкія дзяржавы бяруць зброю?» (01.03.2017), где схематично и иллюстративно отображен ответ на данный в заголовке вопрос, «Колькі міліцыі ў Беларусі» (04.03.2017), где просто и понятно отображена сравненная с разными странами статистика.

Аккаунт «Радые Свабода. Беларусь» ведет активную политику в рамках интерактивности. Периодически на странице публикуются различные цитаты известных отечественных деятелей, наложенные текстом на фотографии – 06.03.2017 таким примером стала известная цитата писателя Василя Быкова, под которой редакция обратилась к аудитории с вопросом «Ці згодныя вы з клясыкам?», тем самым стимулируя ее обратной реакцией. Кроме того, регулярно публикуются фотографии (в основном пейзажные) подписчиков с указанием ссылок на их аккаунты, а также шуточные сообщения типа «Увага! З 29 па 31 лютага Інстаграм не працуе. Сандзень» с подписью «Важная інфармацыя!» (01.03.2017) и т. д.

Обратная связь от пользователей (количество подписчиков, отметок «мне нравится», комментариев и др.) прямо пропорциональна вложениям специа-

листов по SMM. Так, страница «Русской службы Радио Свобода» в Instagram, которая появилась годом ранее, чем ее белорусский аналог, на 14.03.2017 насчитывает 5727 подписчиков, 31 827 отметок «мне нравится» и 481 комментарий за все время своего существования. В это же время аккаунт «Радые Свабода. Беларусь» – 40 866, 1 731 648 и 29 925 соответственно, и это с учетом того, что российского населения (т. е. потенциальной аудитории) гораздо больше, чем белорусского [1]. В среднем одна фотография русской службы собирает 70 отметок «мне нравится», белорусской – примерно 700.

Исходя из вышеперечисленных фактов, можно сделать следующие выводы. В условиях абсолютного превалирования визуального контента над текстовым «Русской службе Радио Свобода» необходимо, взяв за образец работу белорусских коллег, публиковать в своем Instagram-аккаунте больше сообщений, широко использовать различные виды мультимедиа (видео, мемы, демотиваторы, инфографику и др.), а также активнее налаживать интерактивность с аудиторией, включая в свою ленту прямые вопросы читателям, публикуя фотографии пользователей и т. д. Специалистам по ведению страницы «Радые Свабода. Беларусь» в Instagram следует взять за образец указание информативных хештегов, как это делают российские соратники.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быстрая и удобная аналитика контента сообществ в социальных сетях [Электронный ресурс]. – URL: <https://popsters.ru/app/dashboard> (дата обращения: 14.03.2017).
2. Верник А. Г. Особенности и технологии распространения видеоконтента социальных медиа [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-i-tehnologii-rasprostraneniya-videokontenta-sotsialnyh-media> (дата обращения: 04.03.2017).
3. Градюшко А. А. Белорусская интернет-журналистика в условиях «визуального поворота» [Электронный ресурс]. – URL: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/158899/1/Hradziushka_Belgorod_2016.pdf
4. Градюшко А. А. Современная веб-журналистика Беларуси. – Минск, 2013.
5. Фролова Е. Самые популярные социальные сети в мире 2016 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-2016> (дата обращения: 28.02.2017).
6. Чернавский А. С. «Новые медиа» и развитие журналистики цифровой эры [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-i-razvitie-zhurnalistiki-tsifrovoy-ery> (дата обращения: 03.03.2017).

А. Р. Сынбулатова

ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ РУНЕТА

Сегодня социальные сети являются, пожалуй, важнейшим источником коммуникации внутри общества. В последнее время можно заметить все больше и больше сообществ и пабликов, предоставляющих сведения о фактах и явлениях окружающего мира для широкого круга подписчиков. Добавление видео, аудио, фотоматериалов, креолизация текста – все это позволяет сделать сложную