

Наталія Семен
асист. кафедри ЖЗМК,
Національний університет
“Львівська політехніка”,
eliashevskal990@ukr.net

Юліана Казімова
асист. кафедри ЖЗМК,
Національний університет
“Львівська політехніка”,
kazimovauliana@gmail.com

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА INSTAGRAM ЯК СУЧАСНА ПЛАТФОРМА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОГО КОНТЕНТУ

© Семен Наталія, Казімова Юліана, 2019

Сучасна вітчизняна журналістика намагається наслідувати тенденції світових мас-медіа. Це надзвичайно позитивне явище, яке свідчить про глобалізацію та прогресивність. Дослідження сконцентроване довкола соціальної мережі Instagram, яка від часу свого заснування здобула велику популярність як серед пересічних користувачів, так і серед журналістів. Робота сучасного журналіста в соціальних мережах сьогодні надзвичайно необхідна йому як для власного інформування, так і для популяризації свого контенту серед аудиторії. Платформа Instagram має низку специфічних особливостей, що відрізняє її від інших соціальних мереж. Саме тому для ефективності роботи в Instagram потрібно дотримуватись певних правил та тенденцій. Крім того, Instagram надзвичайно стрімко та систематично покращує свої функції. Відтак, аби досягти ефективності у просуванні власного контенту, потрібно постійно досліджувати та аналізувати усі інструменти популяризації через соціальну мережу Instagram. Поки що українські журналісти не виробили чіткої стратегії роботи у соціальній мережі Instagram, тому це питання сьогодні надзвичайно актуальне. Адже журналістика, представлена в соціальних мережах, – одна з ознак демократичного суспільства, а також запорука успіху в аудиторії, оскільки майже кожна сучасна людина є користувачем тієї чи іншої соцмережі. Саме тому потребує поглиблення науковий арсенал праць у сфері просування контенту через соціальні мережі, зокрема Instagram, який допоможе згодом застосувати на практиці здобуті теоретичні знання. Оскільки таких досліджень в українському журналістикознавстві надзвичайно мало, то потрібно аналізувати досвід закордонних колег, висвітлений в багатьох іноземних наукових працях, і виокремлювати власні критерії успішного просування контенту в Instagram, враховуючи реалії вітчизняного медійного ринку.

Ключові слова: соціальні мережі, Instagram, профіль, ЗМІ, контент.

**Nataliya Semen,
Yuliana Kazimova**

SOCIAL NETWORK INSTAGRAM AS A MODERN PLATFORM FOR POPULARIZATION OF THE JOURNALISTIC CONTENT

Modern domestic journalism tries to imitate the trends of the world's mass media. This is an extremely positive phenomenon that testifies about globalization and progressiveness. The research is focused around the social network Instagram, which since its foundation has

gained great popularity among ordinary users as well as among journalists. The work of a modern journalist in social networks today is extremely necessary both for personal information and for popularizing his content among the audience. The Instagram platform has a number of specific features that distinguish it from other social networks. That is why you need to follow certain rules and trends for your Instagram performance. In addition, Instagram improves its functions extremely rapidly and systematically. So, in order to be effective in promoting your own content, you need to constantly explore and analyze all the tools of popularization through the social network Instagram. So far, Ukrainian journalists have not developed a clear strategy for work in the social network Instagram, therefore, this issue is extremely relevant today.

After all, journalism, presented in social networks – one of the signs of a democratic society, as well as a guarantee of success among the audience, since almost every modern person is a user of one or another social network. That is why it needs to deepen the scientific arsenal of works in the field of promotion of content through social networks, in particular Instagram, which will subsequently help to apply the acquired theoretical knowledge in practice. Since there are so few such studies in Ukrainian journalism, it is necessary to analyze the experience of foreign colleagues presented in many foreign scientific works and to distinguish their own criteria for the successful promotion of content in Instagram, taking into account the realities of the domestic media market.

Key words: social networks, Instagram, profile, media, content.

Постановка проблеми. Використання соціальних мереж для популяризації свого контенту для сучасних журналістів – чудовий інструмент для здобуття популярності серед аудиторії та отримання чималих прибутків, оскільки практично кожна сучасна людина є активним користувачем тієї чи іншої соцмережі.

Instagram – соціальна мережа, що основана на обміні фотографіями, дає змогу користувачам робити фотографії, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і низку інших соціальних мереж [1].

У січні 2011 р. додаток доповнено хештегами для того, щоб було легше знаходити користувачів і фотографії [1]. У червні 2018 р. аудиторія Instagram досягла понад 1 мільярд користувачів. Відтак, можна стверджувати, що ця соціальна мережа користується шаленою популярністю серед інтернет-спільноти, тому, якщо орієнтуватись в специфіці роботи в ній та вміти правильно застосовувати усі її інструменти популяризації контенту, то успіх гарантований. Для того, щоб популяризувати свій контент у Instagram, потрібно насамперед вибрати правильний спосіб “просування” свого акаунту і контенту зокрема. Оскільки Instagram постійно оновлює та вдосконалює свої можливості, необхідно систематично спостерігати за усіма його ключовими функціями та аналізувати їх. У вересні 2011 р. випущено версію додатка 2.0, в якій з’явилися живі фільтри, миттєва зміна нахилу, чотири нових фільтри, фотографії високої роздільної здатності, опціональні границі, поворот одним кліком і оновлена іконка [1]. У квітні 2012 р. була випущена версія програми для платформи Android, яку за добу завантажили понад мільйон разів [1]. 9 квітня 2012 року Facebook оголосив про купівлю мобільного фотододатка Instagram за \$ 1 млрд. У зв’язку з цим 25 червня з’явилося оновлення 2.5.0, що забезпечило Instagram тіснішу інтеграцію з Facebook [1]. У грудні 2013 р. користувачам запропонували сервіс обміну повідомленнями Direct [1]. У серпні 2016 р. запущено InstagramStories, що дає змогу публікувати на видному місці фото та відео, які доступні для перегляду протягом 24 годин від моменту публікації [1].

У червні 2018 р. запущено IGTV – додаток для публікації вертикальних відео від Instagram. На відміну від Instagram, цей додаток дає змогу завантажувати відео тривалістю до години і кожна сторінка користувача називається “каналом” [2]. Систематичне оновлення Instagram забезпечує ефективний результат у “просуванні” свого акаунту та контенту в цій соціальній мережі.

Мета дослідження полягає в окресленні ключових засобів просування контенту в соціальній мережі Instagram. Для того, щоб досягти поставленої мети, виконано низку завдань: проаналізовано

дослідження українських та закордонних науковців про способи популяризації контенту в мережі Instagram; досліджено етапи оновлення ключових функцій у мережі Instagram; окреслено найпопулярніші методи просування контенту в Instagram; визначено недоліки і перспективи українських журналістів у галузі просування контенту в Instagram.

Виклад основного матеріалу. Для того, аби виробити чітку стратегію роботи, треба визначити способи популяризації. Їх декілька, тому, на нашу думку, слід застосовувати їх систематично та комплексно, відповідно до тематики контенту:

1) один користувач підписується на іншого, очікуючи, що той здійснить підписку у відповідь. Таким методом можна збільшити кількість користувачів. Проте, як показує практика, такі підписники не є активними, а більшість з них взагалі зареєстровані в Instagram з комерційною метою або є “ботами”. Для того, аби досягти ефективності, застосовуючи цей метод, потрібно проаналізувати схожі акаунти і “запозичити” там підписників, відфільтрувавши всіх “ботів” та комерційні акаунти;

2) метод, коли один користувач ставить “лайк” та коментує світліну іншого користувача, очікуючи на такі самі дії у відповідь. Зазвичай коментарі продумують заздалегідь. Є кілька стандартних фраз, якими коментують контент потенційної аудиторії. Наприклад: “Супер фото”, “Я в захваті від вашого фото” тощо. Це хвалебні коментарі, що виражають повагу та захват до користувача і до того, чим він займається. Під час застосування цього способу просування спостерігається позитивна тенденція. Адже після виявлення такого інтересу до “фоловера” він може зайти в акаунт і прокоментувати чи “лайкнути” пост у відповідь;

3) робота з хештегами – під кожним постом потрібно добирати правильні словесні конструкції, адже завдяки цьому можна легко знайти контент в пошуку і він займатиме верхні позиції. Є чимало мобільних додатків, які допоможуть створити правильний, тобто ефективний хештег. Для цього потрібно ввести головний хештег, який чітко стосується посту, й автоматично з’явиться ряд інших, подібних до головного хештегів. Варто пам’ятати, що усі хештеги мають бути зорієнтовані на певну аудиторію, адже саме тоді аудиторія акаунту буде активною;

4) пропозиції для опублікування фото – за цим методом на опублікованому фото позначають топових осіб, віп-заклади тощо. Він передбачає, що хтось з них опублікує це фото у відповідь і вкаже на його автора. Так можна підвищити свою популярність без жодних капіталовкладень [3].

Створюючи свій акаунт в Instagram, журналіст повинен чітко розуміти, що контент, поданий на його сторінці, має відповідати запитам його читачів. Відтак, перш ніж створити профіль в Instagram, як радить відомий Insta-блогер Яна Іванова, варто поставити собі кілька запитань: 1. “Чим я відрізняюся?”. 2. “Чому мені мають довіряти?”. 3. “Чому саме у мене варто купити цей товар/послугу/інформацію?”. 4. “Чим я можу сподобатися?”. “5. Яку проблему я вирішую?” [4].

Перед тим, як створити власний акаунт в Instagram, потрібно також розробити власну стратегію роботи і чітко розуміти, хто представлятиме потенційну аудиторію. Крім того, роль фотографії у Instagram – вирішальна, а текст – річ другорядна. Однак у всьому має бути баланс, світлина не повинна перевантажувати сприйняття підписника, має викликати емоції та чітко відповідати тексту, розміщеному під нею. Таке співвідношення викликатиме довіру до блогу, а крім того, інформуватиме аудиторію, що є визначальним для журналіста.

Оскільки мережа Instagram сьогодні є однією з найдинамічніших, то, відповідно до її оновлень, з’являються і нові методи популяризації контенту. Вони потребують вивчення і подальшого введення у загальний обіг.

Висновки. Роль соціальних мереж у роботі журналіста неocenенна. Адже вони можуть бути як засобом для створення інформаційного приводу і подальшого висвітлення його в контенті ЗМІ, так і ефективним плацдармом для популяризації своїх матеріалів.

Instagram сьогодні є однією з найпопулярніших соцмереж в Україні та світі. Сучасні люди активно користуються цією соціальною мережею, і часто саме тут черпають корисну та актуальну

інформацію. Проте є низка правил, яких необхідно дотримуватись під час роботи в Instagram, і, саме тоді інструменти “просування” ефективно працюватимуть.

У час великої популярності соціальних мереж журналістам варто першочергово вдосконалювати роботу на таких ресурсах. А це неможливо без постійної самоосвіти, відвідування майстер-класів, тренінгів провідних Insta-блогерів, не варто також забувати і про іноземний досвід у цій сфері.

На жаль, українське журналістичнознавство поки що перебуває на стадії сприйняття мережі Instagram як платформи для популяризації журналістського контенту. Відтак, арсенал наукових праць, що висвітлює це питання, потребує негайного поповнення дослідженнями, які б допомогли журналістам ефективно використовувати всі інструменти просування свого контенту в Instagram.

1. Instagram [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – Електрон. дані. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>. – Назва з екрана. – Дата останньої правки: 18.04.2019. – Дата перегляду: 24.04.2019. 2. IGTV [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія. – Електрон. дані. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/IGTV>. – Назва з екрана. – Дата останньої правки: 24.03.2019. – Дата перегляду: 24.04.2019. 3. Пулипенко А. Чотири найефективніші способи просування в інстаграм (+ ще один), а також практичне кейс стаді [Електронний ресурс] / А. Пулипенко // Блог Ореста Зуба. – 2016. – Режим доступу: https://openmind.com.ua/2016/04/05/instagram/?fbclid=IwAR1mimoUHZ6rETegqWb2Dzh67hH0vdrmmz_RDkXT2DAUHPNJmqvhiWaFW7A. 4. Процик Х. Секрети розвитку Instagram-сторінок. 7 безкоштовних методів просування від відомої блогерки [Електронний ресурс] / Х. Процик // Talents Collection. – 2018. – Режим доступу: <http://talentscollection.com/uk/materials/show/sekreti-rozvitku-instagram-storinok-7-bezkoshtovnih-metodiv-prosuvannya-vid-vidomoji-blogerki>. 5. Владимірова В. Как вести сторінку в Instagram, если ты – СМІ [Електронний ресурс] / В. Владимірова. – М., 2017. – Режим доступу: <https://dddjournalism.info/как-вести-страницу-в-instagram-если-ты-сми-7de8eafe7db5>.

REFERENCES

1. Instagram [Elektronnyj resurs] // Vikipediia: vil'na entsyklopediia. – Elektron. dani. – Rezhym dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Instagram>. – Nazva z ekranu. – Data ostann'oi pravky: 18.04.2019. – Data perehliadu: 24.04.2019. 2. IGTV [Elektronnyj resurs] // Vikipediia: vil'na entsyklopediia. – Elektron. dani. – Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org/wiki/IGTV>. – Nazva z ekranu. – Data ostann'oi pravky: 24.03.2019. – Data perehliadu: 24.04.2019. 3. Pylypenko A. Chotyry najefektyvnishi sposoby prosuvannia v instahram (+ sche odyh), a takozh praktychne kejs stadi [Elektronnyj resurs] / A. Pylypenko // Bloh Oresta Zuba. – 2016. – Rezhym dostupu: https://openmind.com.ua/2016/04/05/instagram/?fbclid=IwAR1mimoUHZ6rETegqWb2Dzh67hH0vdrmmz_RDkXT2DAUHPNJmqvhiWaFW7A. 4. Protsyk Kh. Sekrety rozvytku Instagram-storinok. 7 bezkoshtovnykh metodiv prosuvannia vidvidomoji bloherky [Elektronnyjresurs] / Kh. Protsyk // Talents Collection. – 2018. – Rezhym dostupu: <http://talentscollection.com/uk/materials/show/sekreti-rozvitku-instagram-storinok-7-bezkoshtovnih-metodiv-prosuvannya-vid-vidomoji-blogerki>. 5. Vladymyrova V. Kak vesty stranytsu v Instagram, esly ty–SMY [Elektronnyj resurs] / V. Vladymyrova // M. – 2017. – Rezhym dostupu: <https://dddjournalism.info/kak-vesty-stranytsu-v-instagram-esly-ty-smy-7de8eafe7db5>.