

Особенности отражения трэвел-контента в социальных медиа (на примере Instagram)

Глазунова Ирина Владимировна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: glazunova.irina.v@mail.ru

Информационное общество предполагает масс-медиа в качестве основного транслятора информации. К телевидению, радио, и печатным СМИ добавились интернет-СМИ и социальные сети. В настоящее время соцсети — это не только средство связи, общения, самовыражения, но и площадка для масс-медиа. Большая часть СМИ транслирует свой контент в социальные сети и привлекает внимание пользователей посредством Social Media Marketing. Рассмотрим на примере Instagram, как отражается трэвел-контент в социальных сетях, и какие тенденции свойственны этому направлению.

На сегодняшний день Instagram — это самая быстрорастущая социальная сеть. В России в ноябре 2012 года его месячная посещаемость достигала 2 млн. По данным на апрель 2015 Instagram посетили 11 млн. уникальных посетителей. Максимального значения этот показатель достиг в ноябре 2014 года — 13,3 млн. человек. [4]

В своем исследовании, посвященном телетрэвелу, С.М. Тузова-Щекина заключает: «эстетизируя все, что способно передать своими средствами телевидение (пейзажи, виды блюд, достопримечательности, спортивные состязания и пр.), создатели телепутешествий отчасти способны вызвать в зрителе его собственные эстетические переживания, недоступные ему в рамках обыденной жизни, максимально имитируя эффект присутствия зрителя в тех или иных пространственных координатах». [2, Тузова-Щекина, с. 148] Поскольку в Инстаграм главная составляющая контента — визуальная, у современной аудитории он пользуется особой популярностью. Причина этого — клиповость мышления; следствие глобализации и интернетизации мирового пространства. Перелистывание фотографий в Instagram можно сравнить с телевизионными программами, и в этом случае телефон — альтернатива телевидению.

Фаттахова Г.Р., рассматривая Инстаграм, как площадку для бизнеса отмечает, что «данное приложение изначально создавалось для устройств Apple, а это довольно дорогие устройства, которые люди с низким уровнем дохода не могут себе позволить. Это значит, что аудитория сети Instagram имеет средний и высокий доход, а, значит, платежеспособна и готова к покупкам». [3, Фаттахова, 2015, 567] А следовательно, имеет больше возможностей для путешествий.

Говоря об инструментах, применяемых в социальных сетях к трэвел-контенту, выделим следующие:

• метки геолокации, которые используют и Instagram, и Facebook, и Вконтакте. С их помощью пользователи находят контент по карте мира в пространстве социальных сетей;

• хэштеги; «хэштег - это слово или набор слов, записанных без пробелов и начинающихся с символа #». [1, Батура, 2015, с. 189] Используются для выборки информации в социальных сетях по ключевым словам;

• гиперссылки. Они позволяют сделать текст подробным, не прибегая к описанию каждого параметра, что визуально делает материал более привлекательным.

Так, аккаунт National Geographic в мире имеет 45 млн. подписчиков, что составляет 11,25 % всех пользователей. Количество публикуемых снимков в день - от 3 до 7. Каждый снимок имеет описание и отсылку к аккаунту фотографа, который его сделал. Таким образом, Инстаграм обеспечивает персонализацию контента и его структуризацию. Хэштеги выступают в роли рубрик, среди которых «natgeoexpedition», «onassignment», страны по названиям или описание места (например, «горы» или «поля») и другие.

Источники и литература

- 1) Батура Т.В., Мурзин Ф.А., Проскуряков А.В. Программный комплекс для анализа данных из социальных сетей // Программные продукты и системы. 2015. №4 (112). С. 188-197.
- 2) Тузова-Щёкина С.М. Цель и формы эстетического переживания в масс-медиа (на примере травелога) // Вестник Югорского государственного университета . 2015. С. 147-151.
- 3) Фаттахова Г.Р. Социальная сеть Инстаграм - современная площадка для развития и продвижения бизнеса // Science Time . 2015. №11 (23). С. 566-578.
- 4) www.tns-global.ru (Международная исследовательская группа TNS GLOBAL).

Слова благодарности

Хочу поблагодарить своего научного руководителя Данилову Юлию Сократовну!