

## Лидеры мнения в социальных сетях: на примере Instagram

**Котова Татьяна Валерьевна**

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

*E-mail: malinovskaya.tanya2015@yandex.ru*

На сегодняшний день Сеть Интернет стала неотъемлемой частью нашей жизни, в России пользователями Интернета являются 85% населения - это 124 миллиона человек[1]. Интернет привлекает пользователей своей легкостью и доступностью, при этом стоит отметить, что большую популярность в Интернете имеют социальные сети, ведь 67% населения нашей страны являются активными пользователями социальных сетей - 99 миллионов человек, и ежедневно количество пользователей растет.

В России около десятка социальных сетей, которые являются лидерами по различным показателям. Например, по данным системы аналитики социальных медиа и СМИ Brand Analytics[2] социальная сеть Вконтакте занимает лидирующее место в России по числу отправленных сообщений, но при этом по количеству активной аудитории - социальная сеть Instagram.

Социальные сети сегодня являются не просто средством общения, проведения досуга для своих пользователей, но и средством заработка. Активные пользователи, которые имеют заработок со своего аккаунта в социальных сетях - блогеры. Также блогер является известной личностью, примером для подражания, при этом не всегда оправдано, активно ведет социальные сети. Например, по данным журнала Forbes[3] блогеры Анастасия Ивлеева, Валентин Петухов, Юрий Дудь и Даниил Милохин являются одними из самых успешных звезд России, данные подсчитывались исходя из доходов и количества подписчиков. Таким образом, мы понимаем, что деятельность блогеров демонстрирует пример хорошего заработка и формирует положительное отношение у аудитории и определенный уровень доверия, поэтому сегодня блогеры выступают в качестве лидеров мнения.

Примерно 20 лет назад тенденции и тренды формировало телевидение, но сегодня реалии изменились, образ жизни, стиль и моду диктуют нам лидеры мнения в социальных сетях, они формируют повестку дня. О влиянии лидеров мнения впервые написал американский социолог П. Лазарсфельд[4]. Автор отмечал, что лидеры мнения имеются в различных областях, при этом предпочтения аудитории формируются не напрямую СМИ, а через посредников, которые являются лидерами мнения. Таким образом, мы понимаем, что в XXI веке именно блогеры являются одними из современных лидеров мнения.

Изучая социальную сеть Instagram, стоит отметить, что по количеству подписчиков популярными на сегодняшний день считаются:

- Хабиб Нурмагомедов (32,9 млн. человек);
- Ольга Бузова (23,1 млн. человек);
- Гусейн Гасанов (20,9 млн. человек);
- Настя Ивлеева (19,1 млн. человек);
- Ксения Бородина (18, 2 млн. человек).

Социальная сеть Instagram имеет несколько отличительных особенностей от других социальных сетей. Во-первых, Instagram направлен на публикацию фотографий, а не текстовый материал, в отличие, например от Twitter. Во-вторых, личные профили имеют такую же визуализацию, как и коммерческие. В-третьих, в Instagram невозможно создавать группы, сообщества, в отличие, например от Facebook.

Итак, лидеры мнения в Instagram используют различные методики привлечения, вызывая у своей аудитории доверие. Например, одна из таких методик - это сходство интересов и мнений, лидеры мнения спрашивают у аудитории советы на различные тематики, простит прокомментировать какие-либо события и т.д. Также можно сказать, что лидеры мнения формируют между собой и аудиторией дружеские отношения, часто можно прочесть или услышать существительные «друзья», «товарищи», «ребята», при этом они обращаются к своей аудитории напрямую. Лидеры мнения часто используют местоимения «мы», как бы создавая иллюзию о совместной деятельности, звучит в контексте: «мы с вами», «давайте мы вместе». Еще стоит обратить внимание на то, что каждый лидер мнения открыто, демонстрирует свою финансовую независимость, праздность для них является показателем высокого социального статуса, что можно считать еще одним способом привлечения новых пользователей. Публикация позитивного контента является методом привлечения аудитории. Стоит обратить внимание, что при публикации контента, который вызовет негативные эмоции, блогеры чаще всего используют фразы: «я решил высказаться», «простите», «я больше не могу терпеть» и т.д.

Как мы понимаем, методика лидеров мнения является действующей и актуальной, к ним прислушиваются миллионы людей, а так как подписчики привыкли доверять авторитетному мнению блогеров, то они активно начинают рекламировать товары и услуги. Например, в 2020 году проводилось голосование по внесению поправок в Конституцию РФ [5] и известные блогеры проводили агитацию о голосовании в социальных сетях, данный пример вызвал множество эмоций подписчиков, как негативных, так и позитивных.

Мы приходим к выводу, что блогеры в социальных сетях являются сегодня лидерами мнения и для сохранения доверия своей аудитории лидеры мнения используют несколько методик, которые помогают им формировать как общественные мнения, так и настроения. Министр связи и массовых коммуникаций Н.А. Никифоров заметил: «Нередко ваши «посты» опережают и прессу, и информагентства, дополняют актуальные новости конкретными примерами и эмоциональными комментариями, формируют общественное мнение» [6].

### Источники и литература

- 1) Digital 2021: global overview report [Электронный ресурс]: Статья. – Электрон дан. – DataReportal – Global Digital Insights. 2021. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report> (дата обращения: 02.12.2021).
- 2) Система аналитики социальных медиа и СМИ [Электронный ресурс]: Статья. – Электрон дан. – Brand Analytics. – Режим доступа: <https://br-analytics.ru/> (дата обращения: 02.12.2021).
- 3) Самые богатые российские блогеры в рейтинге Forbes [Электронный ресурс]: Статья. – Электрон дан. - Российская версия журнала Forbes («Форбс»). 2021. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/obshchestvo-photogallery/436383-samyebogatye-rossiyskie-blogery-v-reytinge-forbes> (дата обращения: 02.12.2021).
- 4) Лазарсфельд П.Ф. Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской компании [Текст] / Пол Феликс Лазарсфельд, [Б. Берельсон, Х. Год]; авторы русского перевода: М. Ю. Завгородняя [и др.]. - Ульяновск: УлГУ, сор. 2018. - 151 с.
- 5) Поправки в Конституцию РФ [Электронный ресурс]: Статья. – Электрон дан. – КонсультантПлюс. 2021. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/63372.html/> (дата обращения: 02.12.2021).
- 6) Медведев: блогеры добавляют новостям эмоций и решают проблемы людей [Электронный ресурс]: Статья. – Электрон дан. – Российское агентство международной

информации «РИА Новости». 2012 – Режим доступа: <https://ria.ru/20121029/907577805.html> (дата обращения: 02.12.2021).