

А. А. Градюшко

Белорусский государственный университет

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОСТЕЙ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Практически каждое общественно значимое событие сегодня находит отклик в публикациях, размещаемых в сетевых сообществах. Актуализируется новостное потребление «в обход» традиционных средств массовой информации, что, на наш взгляд, может привести к структурным трансформациям медиасферы Белоруссии. Исследование, проведенное нами на материале двух информационных порталов Tut.by и Onliner.by, интернет-версий десяти белорусских газет, а также ряда оригинальных интернет-СМИ, имело целью выявить наиболее оптимальную модель для распространения новостей в социальных сетях «ВКонтакте», Twitter, Facebook, и определить показатели успешности присутствия в них СМИ.

В качестве успешного примера можно привести портал Onliner.by. В общей сложности он имеет около 235.000 подписчиков в социальных сетях. Прежде всего это «ВКонтакте» и Twitter. Установлено, что портал ведет аккаунт «ВКонтакте» в неформальном стиле. Часто встречаются, например, такие речевые обороты, как «а почитайте большой и крутящий текст о том, как...», «а почитайте и посмотрите, как...». Редакция часто обращается к своим подписчикам в ироничной форме («такая инфа, котики»).

Портал Tut.by, как и предыдущий ресурс, активно работает со зрительными образами (мемами, оригинальными фото с подписями). В Twitter редакция часто проводит онлайн-репортажи. Современные модели распространения новостей в социальных медиа использует также спортивное издание By.tribina.com. В частности, распространенным творческим приемом привлечения новой аудитории является проведение конкурсов.

Печатные СМИ также представлены в социальных медиа. Например, «Советская Белоруссия» с недавних пор серьезно усилила свой интернет-отдел. Издание представлено в шести социальных сетях, где у него в общей сложности более 7000 подписчиков. В отличие от Onliner.by и

Tut.by, активность читателей в группе «Советской Белоруссии» гораздо ниже. Стил ь ведения сообщества более формальный. В Twitter редакция просто копирует ссылки на статьи с сайта. Газета «Звезда» игнорирует потенция х социальных сетей, лишь формально занимаясь продвижением. Публичные страницы названных печатных СМИ не отличаются особой оригинальностью.

В целом исследование показало, что на современном этапе интернет-СМИ находятся в поисках наиболее оптимальной модели присутствия в социальных медиа. Установлено, что лишь немногие белорусские СМИ, заведя аккаунты в различных социальных сетях, понимают, что они вовлекаются в совершенно иные массовые информационные потоки.

Литература

1. *Градюшко А. А.* Современная веб-журналистика Беларуси. – Минск, 2013. С. 120.

2. *Пустовалов А. В., Ишиматов М. Ш.* Новости СМИ в социальных сетях: перспективы успешного распространения // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – Пермь, 2013. – №4. – С. 238.