

## Секция «Журналистика»

### Twitter как актуальная платформа для новостей. Специфика использования твиттера ведущими российскими СМИ.

*Лалетина Анна Сергеевна*

*Студент*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
E-mail: annalaletina@gmail.com*

Блоги вошли в журналистскую практику еще в начале 2000-х годов, а сегодня медиа переживают увлечение микроблогами. В 2006 году был запущен сервис микроблогов Twitter (твиттер), в котором длина публикации ограничивается 140 знаками. Потенциал твиттера раскрывался постепенно. Параллельно со страницами частных лиц аккаунты (учетные записи) в твиттере стали заводить различные организации, в том числе СМИ. Однако в полной мере СМИ смогли оценить информационные возможности твиттера только в 2009-2010 годах, причем российские медиа стали заводить страницы в твиттере практически одновременно с зарубежными.

Сначала СМИ использовали твиттер для публикации ссылок на свои сайты. Позже некоторые СМИ превратили свои аккаунты во вполне самостоятельную площадку, на которой новости иногда появлялись раньше, чем на сайте самого СМИ. В США важной вехой в истории твиттера как нового медиа считается суд над Стивеном Хэйесом, в 2007 году совершившим тройное убийство. В 2010 году во время судебного процесса над Хэйесом использовать в здании камеры и микрофоны было запрещено, но разрешалось пользоваться телефоном и компьютером и отправлять текстовые сообщения. Тогда многие сотрудники СМИ предпочли воспользоваться твиттером для ведения репортажа из зала суда, и, таким образом, новости в твиттере СМИ появлялись раньше, чем на сайтах СМИ [7].

В России всплеск интереса аудитории к твиттер-аккаунтам СМИ пришелся на трагическое событие — теракт в "Домодедово" в 2011 году. Именно тогда твиттер многими интернет-пользователями стал восприниматься как самостоятельная информационная площадка. О значимости сервиса коротких сообщений заговорили в том числе и потому, что президент РФ Дмитрий Медведев, по некоторым данным [1], узнал о терактах в «Домодедово» именно через твиттер. Показателен также и скачок количества читателей твиттеров СМИ. Например, число подписчиков "Ленты.ру" за пару дней выросло с 500 до нескольких тысяч.

Сейчас у всех ведущих российских СМИ есть аккаунты в твиттере, однако в большинстве случаев в микроблоги копируется лишь ссылка на статью на сайте своего СМИ. За рубежом ситуация обстоит так же. Согласно исследованию "Как основные СМИ используют твиттер опубликованному в ноябре 2011 года в рамках проекта за совершенство в журналистике, в 93 процентах случаев СМИ используют твиттер только для публикации ссылок на свои сайты, и лишь один процент твитов является самостоятельным сообщением [6].

Такие твиттер-аккаунты СМИ не используют всех возможностей ресурса. Интересно было бы рассмотреть те СМИ, в которых экспортное новостное сообщение сочетается с элементами редакционного блога, а также присутствует общение и элемент сотрудничества

с читателями.

Популярность твиттер-аккаунта (то есть количество его подписчиков) также не является важнейшим по значимости показателем. Во многом потому, что настоящее число подписчиков - реальных людей, а не ботов (программ-роботов) - зачастую трудно оценить [5].

В результате обзора твиттеров ведущих российских СМИ решено было остановиться на микроблогах интернет-издания "Лента.ру"[2], радио "Коммерсантъ FM" (неофициальный твиттер-аккаунт [3]) и телеканала "Дождь"[4]. Основным методом исследования – анализ частоты и стиля подачи сообщений, а также уровня взаимодействия с читателями.

Раньше всего твиттер появился у телеканала "Дождь" в апреле 2010 года, потом у "Ленты.ру" в декабре 2010, и у "Коммерсантъ FM" в феврале 2011. По количеству читателей из представленных твиттеров "Дождь" находится на первом месте (более 75 тысяч), на втором - "Лента.ру" (более 44 тысяч), и на третьем - "Коммерсантъ FM" (более 9 тысяч), но, как уже отмечалось, выделить долю реальных читателей, а не ботов, довольно сложно.

Учитывая время заведения аккаунтов и количество записей на конец февраля 2012 года наибольшая частота сообщений у "Ленты.ру" (всего более 57 тысяч, что, по предварительным расчетам, дает результат в среднем 136 твитов в день). На втором месте - "Коммерсантъ FM" (более 17 тысяч и, соответственно, 45 в день), а на третьем - "Дождь" (более 16 тысяч, что значит примерно 24 в день). Столь высокая частота сообщений у "Ленты.ру" объясняется отчасти тем, что примерно 50 процентов из них – ответы подписчикам своего твиттера, в то время как другие представленные твиттеры напрямую читателям пишут гораздо реже.

Микроблоги этих СМИ взаимодействуют с читателями множеством разных способов: шутки, вопросы и ответы на вопросы, приглашения к сотрудничеству, даже игры. Соотношение тех или иных способов взаимодействия варьируется в представленных твиттер-страницах.

Более-менее формальный стиль ведения из представленных аккаунтов сохраняет "Дождь". Под этим подразумевается то, что его сообщения носят в основном нейтральный характер. В отличие от ведущих твиттера "Дождя" ведущие микроблогов "Коммерсантъ FM" и "Ленты.ру" часто выражают свое отношение к освещаемым новостям.

Огромное преимущество ведения твиттера – это возможность показа событий в процессе их развития. Этой возможностью из анализируемых СМИ больше всего пользуется телеканал "Дождь".

Твиттер новостных СМИ – полезное приложение и дополнение к самому СМИ. Во-первых, микроблог повышает интерес к официальной платформе медиа. Во-вторых, СМИ получают обратную связь в режиме реального времени и могут формировать свое содержание, учитывая настроения в обществе и пожелания читателей. На платформе твиттер СМИ могут позволить себе изменить стиль подачи новостей: например, как в случае "Ленты.ру" и "Коммерсантъ FM" избавиться от полной нейтральности. Таким образом, в рамках одного и того же СМИ создается альтернативный взгляд на картину дня.

## **Литература**

1. Пономарев А. Молитесь на Twitter // Lenta.ru, 25.01.2011 <http://lenta.ru/articles/2011/01/2>

2. Твиттер издания "Лента.ру": <https://twitter.com/#!/lentarofficial>
3. Твиттер радиостанции "Коммерсантъ FM": <https://twitter.com/#!/kmrsFM>
4. Твиттер телеканала "Дождь": <https://twitter.com/#!/tvrain>
5. The Twi Journal опубликовал рейтинг твиттер-акаунтов СМИ // Ридус, 30.01.2012  
<http://www.ridus.ru/news/19890/>
6. Holcomb, J., Gross, K., Mitchel, A. How Mainstream Media Outlets Use Twitter: Content Analysis Shows An Evolving Relationship // Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism, 14.11.2011 [http://www.journalism.org/analysis\\_report/how\\_mains headline](http://www.journalism.org/analysis_report/how_mains headline)
7. Ubinas, H. Where We Live: #TweetTheNews // Your Public Media, 29.09.2010 <http://www.you>