

Секция «Журналистика»

Сообщества российских СМИ ВКонтакте: анализ самых популярных публикаций 2012 года

Дьяченко Ольга Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: remlupin@bk.ru

Социальная сеть «ВКонтакте» (сайт vk.com) на данный момент является самым посещаемым ресурсом русскоязычного сегмента сети интернет: она насчитывает более 190 миллионов пользователей, а ее суточная аудитория может достигать 42,2 млн человек. При этом публичные страницы и группы российских СМИ в «ВКонтакте» насчитывают десятки и сотни тысяч участников, которые активно взаимодействуют с контентом этих сообществ.

Специальные инструменты, такие, как сервис расширенной онлайн-статистики «Система Ниппель», предлагают исследователю значительное количество данных для анализа сообществ СМИ в социальной сети.

Так, для данного исследования были использованы данные о 41 публичной странице и группе СМИ в «ВКонтакте», в каждой из которых было выделено 10 наиболее популярных публикаций за 2012 год. Список из выбранных 410 публикаций позволяет узнать, какой контент вызывает наибольшую реакцию пользователей (наибольшее количество комментариев, нажатий «мне нравится» и «поделиться с друзьями»), иными словами, выявить повестку дня, определенную не самими СМИ, а их аудиторией.

Выяснилось, что самой важной темой года стала тема выборов Президента Российской Федерации 4 марта 2012 года. Голосование Lenta.ru, в котором поучаствовало более 3 миллионов человек, стало самой востребованной публикацией года: 966 комментариев, 105275 отметок «мне нравится» и 20849 нажатий «поделиться с друзьями».

При этом фамилия вновь избранного президента Владимира Путина, не считая опросов, встретилась в текстах выбранных публикаций 20 раз – то есть в 5% самых популярных публикаций года. Еще в 13 публикациях встречается название группы «Pussy Riot». Для сравнения, премьер-министр Дмитрий Медведев упоминается в выбранных публикациях всего 5 раз. Другими популярными личностями у аудитории сообществ СМИ в «ВКонтакте» стали Павел Дуров, Патриарх Кирилл, Уитни Хьюстон, Виктор Цой, Илья Олейников и Ксения Собчак.

Вторая тенденция, которую можно выявить в ходе анализа данных публикаций, это повышенное внимание аудитории к диаметрально противоположным по тематике публикациям СМИ. Речь идет о публикациях, содержащих не важные новостные сообщения, а красочные изображения диких животных и живописных уголков планеты. К примеру, фотография лисят, опубликованная Клубом National Geographic Россия вызвала более 24 тысяч действий пользователей – втрое больше, чем сообщение Lenta.ru о приговоре, вынесенном участницам группы «Pussy Riot».

Подобное исследование позволяет выявить особенности реакции аудитории «ВКонтакте» на публикации СМИ, а изданиям – скорректировать тип, тематику, оформление,

тексты своего контакта на основе этих данных, а также прогнозировать отклик подписчиков на ту или иную публикацию, размещенную в будущем в социальной сети.

Литература

1. Знакомства и общение [Россия] ^ Рейтинг сайтов ^ LiveInternet: <http://www.liveinternet.ru/>
2. Аудитория «ВКонтакте» превысила 40 млн в сутки: <http://www.sostav.ru/news/2012/10/23>
3. ВКонтакте: О сайте: <http://vk.com/help.php?page=about>
4. Система Нишпель — инструмент для SMM: <http://nippelapp.ru/>
5. Интернет-СМИ. Теория и практика. Под ред. М. М. Лукиной, М., 2010.