

УДК 070:004

НОВОСТИ СМИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ПЕРСПЕКТИВЫ УСПЕШНОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Алексей Васильевич Пустовалов

к. филол. н., кафедры журналистики и массовых коммуникаций

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. theyareeverywhere@gmail.com

Максим Шайнурович Ишматов

выпускник кафедры журналистики и массовых коммуникаций

Пермский государственный национальный исследовательский университет

614990, Пермь, ул. Букирева, 15. maximishmatov@gmail.com

Цель данной статьи – анализ новостных возможностей некоторых социальных сетей (*ВКонтакте*, *Facebook*, *Twitter*) и специфики присутствия в них ведущих отечественных и зарубежных СМИ. Такого рода анализ интересен прежде всего с точки зрения поиска наиболее эффективной модели распространения новостей в социальных сетях с обеспечением повышения эффективности обратной связи аудитории со СМИ. С этой целью изучается специфика крупнейших соцсетей (*Facebook*, *Twitter*, *ВКонтакте*). С опорой на объективные статистические данные исследуются позиции в этих сетях наиболее успешных отечественных (*РБК*, *Ведомости*, *Известия*) и зарубежных онлайн-СМИ (*USA Today*, *The Wall Street Journal*, *New York Times*).

Ключевые слова: новости; социальные сети; СМИ; модели распространения новостей.

MEDIANEWS IN SOCIAL NETWORKS: PERSPECTIVES OF SUCCESSFUL DISSEMINATION

Alexey V. Pustovalov

Reader of Journalism and Mass Communication Department

Perm State National Research University

Maxim Sh. Ishmatov

Graduate of Journalism and Mass Communication Department

Perm State National Research University

The aim of the research is to analyse the social networks (*Vkontakte*, *Facebook* and *Twitter*) in the aspect of news dissemination and the specificity of presence of leading national and foreign media. This analysis is interesting above all as a possibility of exploration of the most effective model for news dissemination in the social networks together with growing effectiveness of the media audience feedback. For this purpose the article observes the specificity of the biggest social networks (*Facebook*, *Twitter*, and *Vkontakte*). Based on statistics the positions of the most successful Russian (*RBK*, *Vedomosti*, *Izvestia*) and foreign (*USA Today*, *The Wall Street Journal*, *New York Times*) news media at these networks are investigated.

Key words: news; social networks; mass media; models of news distribution.