



Семинар 5.3. Анализ сайтов СМИ и их аккаунтов в соцсетях

Задача. Выберите конкретное СМИ и изучите его интернет-аудиторию с помощью общедоступных сервисов конкурентного анализа сайтов и аккаунтов в социальных медиа.

Постарайтесь ответить на следующие вопросы:

- соответствует ли интернет-аудитория целевой аудитории СМИ?
- насколько различаются данные разных аналитических систем? В чем причина?
- какие закономерности в поведении аудитории можно отметить? Как их объяснить?
- есть ли признаки жульничества с показателями («накрутки»)? Чем вы это объясните?

Для выполнения задачи воспользуйтесь сервисами из списка:

Сервис	Комментарий
SpyMetrics (https://spymetrics.ru)	Анализ сайта: количество визитов, характер трафика, аудитория
Be1 (https://be1.ru/)	Анализ сайта: раздел «Динамика посещаемости»
PR-CY (https://a.pr-cy.ru/)	Анализ сайта: раздел «Посещаемость» (источники, аудитория и др.)
SocialBlade (https://socialblade.com/)	Анализ соцсетей: YT, Inst, TikTok. Динамика аудитории
Popsters (https://popsters.ru/)	Анализ соцсетей: контент и вовлеченность за период (10 тестов)
TGStat (https://tgstat.ru/)	Анализ TG-каналов: динамика, вовлеченность, цитируемость
Telemetr (https://telemetr.me/)	Анализ TG-каналов: динамика, вовлеченность, цитируемость

Памятка: признаки «накруток» в социальных сетях

1. Непропорционально большая разница между количеством подписчиков и количеством просмотров / вовлеченностью (универсальных цифр нет, но миллион подписчиков и тысяча просмотров должны насторожить). Что касается вовлеченности, то в среднем ER – до 5-10%, при этом чем больше аудитория, тем ниже ER.
2. Число подписчиков меняется скачкообразно, при этом не наблюдается соответствующих активностей: нет розыгрыша призов с обязательным условием подписки или не публикуется вирусный контент. Аудитория за сутки вырастает в 10 раз и так же стремительно обваливается через 1-2 недели. Идеально равномерный рост (+1-5 подписчиков в сутки) также вызывает вопросы.
3. Подписчики – в основном аккаунты без аватара или с ИИ-аватаром (стилистика сайта <https://this-person-does-not-exist.com/en>), в имени встречаются цифры: stepanov0104299. Большое количество подписчиков из Индии и Бразилии на канал белорусской районной газеты – тревожный знак.
4. Комментарии примитивные по форме («Класс», «Супер!», картинка-эмодзи) и по содержанию – часто серия может содержать буквальное повторение одних и тех же тезисов. Могут встречаться комментарии на иностранных языках или реплики, которые демонстрируют незнание контекста («Отличная работа, институт журналистики и коммуникации БГУ!»).

Полезные материалы для подготовки к занятию:

- J. Wild, C. Godart, Spotting bots, cyborgs and inauthentic activity (<https://datajournalism.com/read/handbook/verification-3/investigating-actors-content/3-spotting-bots-cyborgs-and-inauthentic-activity>);
- Rival IQ, 2025 Social Media Industry Benchmark Report (<https://www.rivaliq.com/blog/social-media-industry-benchmark-report/>);
- TGStat. Исследование аудитории Telegram в 2023 году (<https://tgstat.ru/research-2023>);
- Рожков, Р. Вот еще новости: как сайты СМИ делят аудиторию с соцсетями и агрегаторами (<https://www.forbes.ru/tekhnologii/559366-vot-ese-novosti-kak-sajty-smi-delat-auditoriu-s-socsetami-i-agregatorami>);
- Аудиторные исследования в современном информационном обществе / А. В. Посталовский [и др.]. ; науч. Ред. А. В. Посталовский ; Национальная академия наук Беларуси, Институт социологии. – Минск: Беларуская навука, 2024. – 177 с. (см. главу 5).