



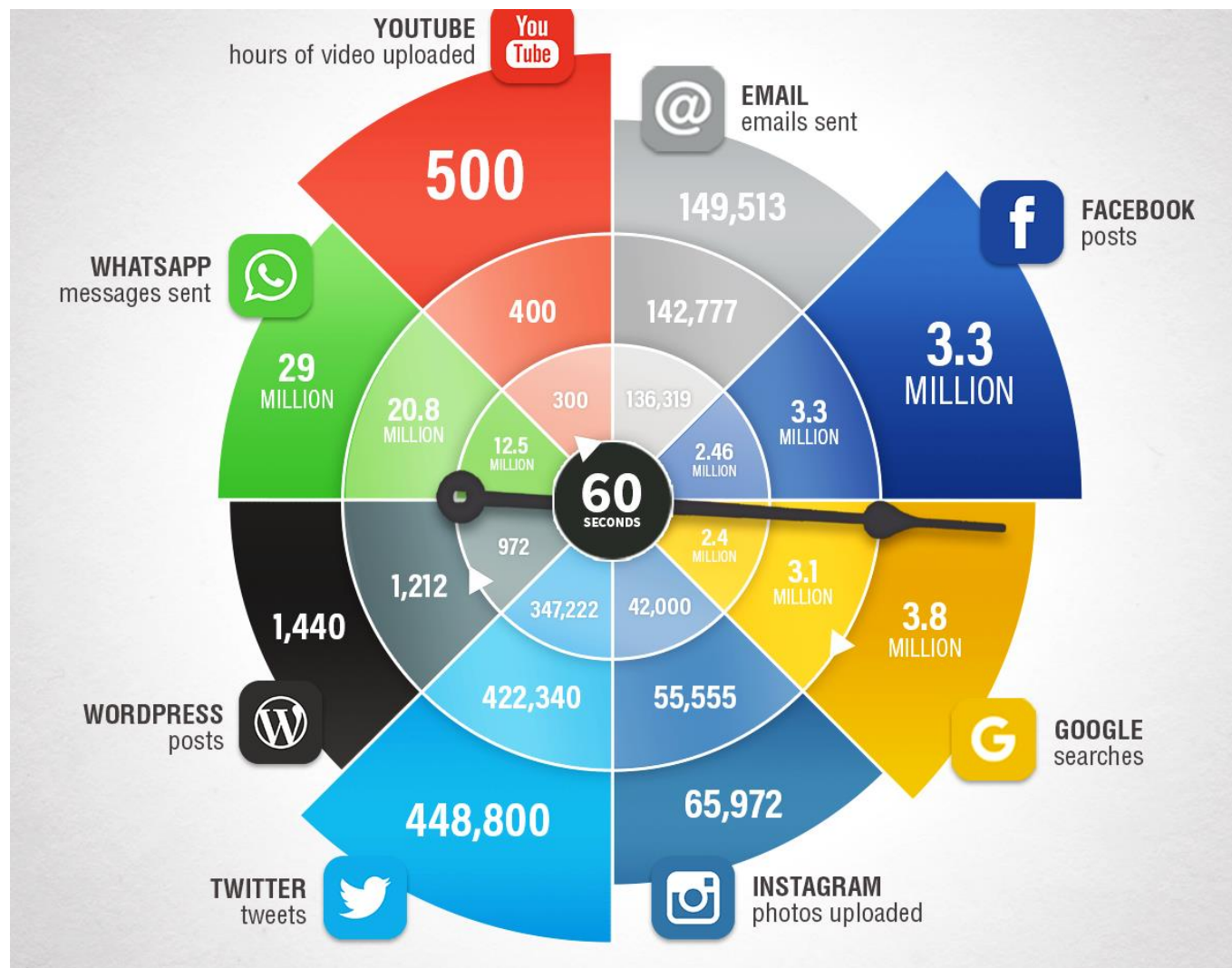
В.А. Степанов

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ

5 лекция

Минск, 2019

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА



Ежесекундно в социальных медиа производятся и потребляются колоссальные объемы информации

Данные Smart Insights

UGC чаще всего имеет невысокое качество, не обладает общественной значимостью и изобилует клише



Источник: Santlov, 2012

Архитектура социальных медиа создает прекрасные возможности для циркуляции сплетней и недостоверных сведений



Во время урагана «Сэнди» аудитория Twitter и Facebook тиражировала отредактированный постер фильма «Послезавтра»

Поддельные аккаунты используются:

- 1 Для решения политических задач (астротурфинг)



Как правило, это написание комментариев в пользу нужной точки зрения, политика; искусственное наращивание числа подписчиков, просмотров для иллюзии массовой поддержки и т.п.

Источник: Sobaka.ru

Поддельные аккаунты используются:

2 В коммерческих целях

 ВКонтакте	Стоимость (от)
Поле "Статус"	5.20 ₺
Мне нравится/Likes/Лайки	1.50 ₺
Пост на свою стену (в микроблог)	3.65 ₺
Вступить в группу (и рассказать друзьям)	3.20 ₺
Опубликовать заметку	5.00 ₺
Действия в профилях и сообщения в группах	8.30 ₺

 TWITTER	
Ретвит	от 0.65 руб.
Зафолловить пользователя	от 0.35 руб.
Написать твит	от 0.65 руб.
Поделиться ссылкой	от 0.65 руб.
"Мне нравится" твит	от 0.65 руб.
Сопровождение лайками	от 0.65 руб.
Сопровождение ретвитами	от 0.65 руб.

Недобросовестные рекламные агентства используют виртуалы и фейки для создания видимости прироста аудитории, размещения заранее проплаченных отзывов о товарах и услугах, рассылки спама

Поддельные аккаунты используются:

3 Ради развлечения – в качестве пародий



В 2010-е гг. в Twitter пользовались успехом сатирические аккаунты – «двойники» официальных учетных записей, пародирующие стиль и содержание сообщений.



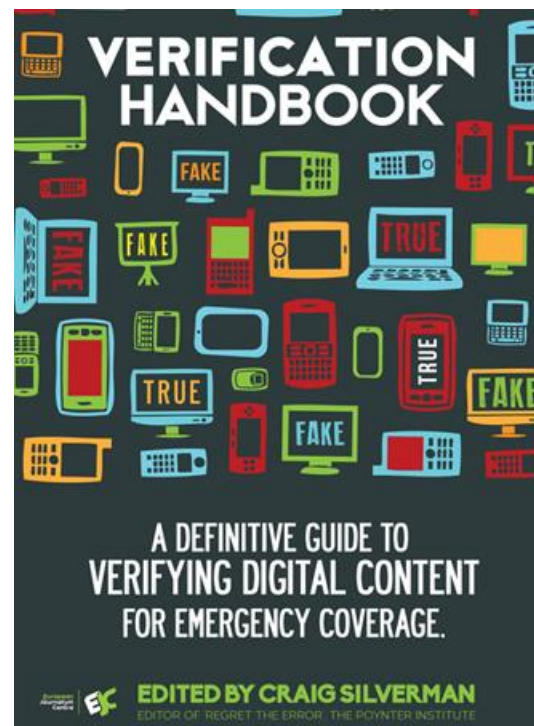
С помощью нейросети портал BuzzFeed всего за 58 часов сгенерировал поддельное видео с участием Б. Обамы

Благодаря нейронным сетям фейковые аккаунты становятся все реалистичнее



Верификационные стратегии для СМИ

- 1 Внедрение новых методов и техник проверки данных в творческий процесс
- 2 Совершенствование организационной структуры
- 3 Использование краудсорсинга («открытая верификация»)



storyful.
powerful stories... in the moment
STOP FAKE.ORG

МОДЕЛИ И ТЕХНОЛОГИИ СБОРА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА

Модели сбора пользовательского контента

- 1 «Горячая линия»
- 2 «Сообщество»
- 3 «Мониторинг»



«Горячая линия»

социальные медиа – канал обратной связи, который позволяет взаимодействовать с аудиторией в реальном времени и получать от нее дешево (или бесплатно) инфоповоды и эксклюзивный мультимедийный контент





Ресурсы портала

Контакты

Связь с редакцией

Техподдержка

Размещение рекламы

Политика конфиденциальности

Читать в RSS
 Новости TUT.BY для вашего сайта

Приложения TUT.BY
 Новости на Android
 Новости на iOS

Следите за TUT.BY
 Twitter
 Facebook
 ВКонтакте

Связь с редакцией

У вас есть вопросы, пожелания, предложения? Вы знаете аудиторию TUT.BY? Обязательно свяжитесь с нами, это очень важно!

Выберите удобный способ для связи, напишите нам на почту или через форму на этой странице.

Отправьте нам новость

Текст новости: *

Прикрепите файл: No file selected.

Объем файла не должен превышать 10 МБ

Редакционный Skype [hotline.tut.by](https://tut.by/hotline) – способ быстрой связи с редакцией.

Просто упомяните [@tutby](https://twitter.com/tutby) мы обязательно увидим ваше сообщение иотреагируем на него. Кстати, в нашем твиттере мы делимся оперативной информацией и анонсируем самые любопытные материалы. Присоединяйтесь!

Вконтакте мы тоже есть – vk.com/tutby. нажмие "понравилось" – и вы не пропустите важные, полезные и интересные вещи от нас.

В самой популярной мировой соцсети найти нас очень просто: facebook.com/tut.by. Пишите нам важные замечания «в личку» и жмите Like, если хотите чтобы в вашу ленту постоянно поступала полезная информация от нас.

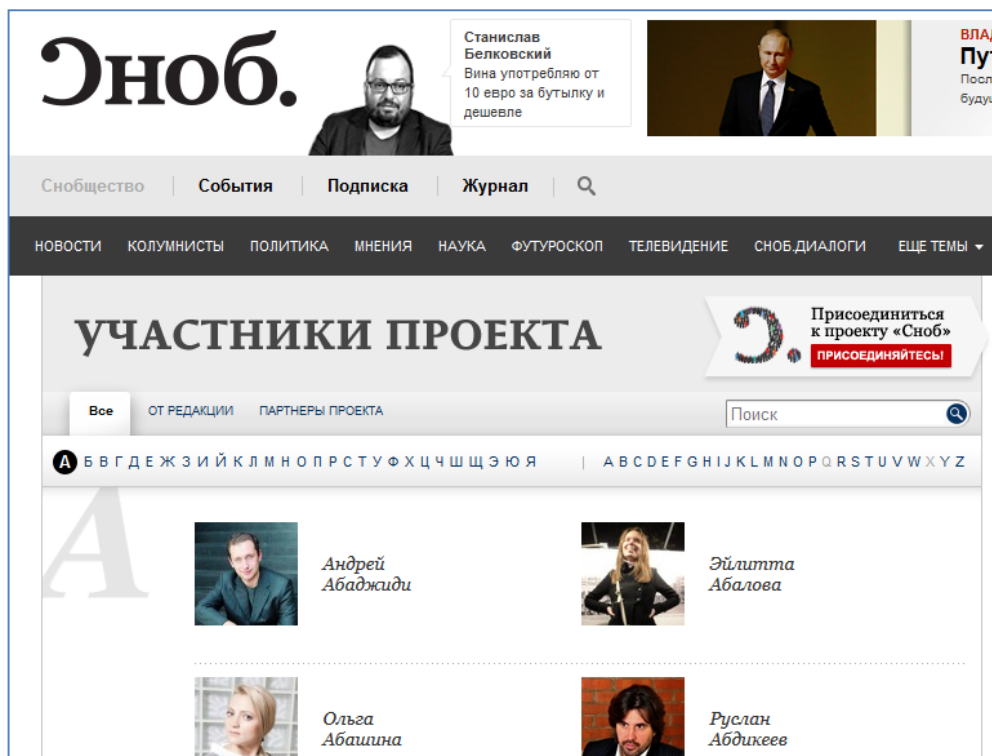
На форумах Talks.by работает «Горячая линия», где вы можете разместить своё важное сообщение в любое время дня и ночи. Сообщения можно размещать анонимно, премодерации нет – пишите о важном!

Активация Wind



«Сообщество»

СМИ стремятся создать платформу для производства UGC на базе своего сайта и побудить аудиторию (в особенности экспертов и знаменитостей) генерировать контент





«Мониторинг»

Редакция системно изучает информационное поле социальных медиа, отслеживая новостные поводы, факты, мнения, динамику общественных настроений



Ручной

- Отслеживание ключевых фраз
- Мониторинг хэштегов
- Просматривание выборки источников (пресс-службы, лидеры мнений, тематические сообщества, СМИ)

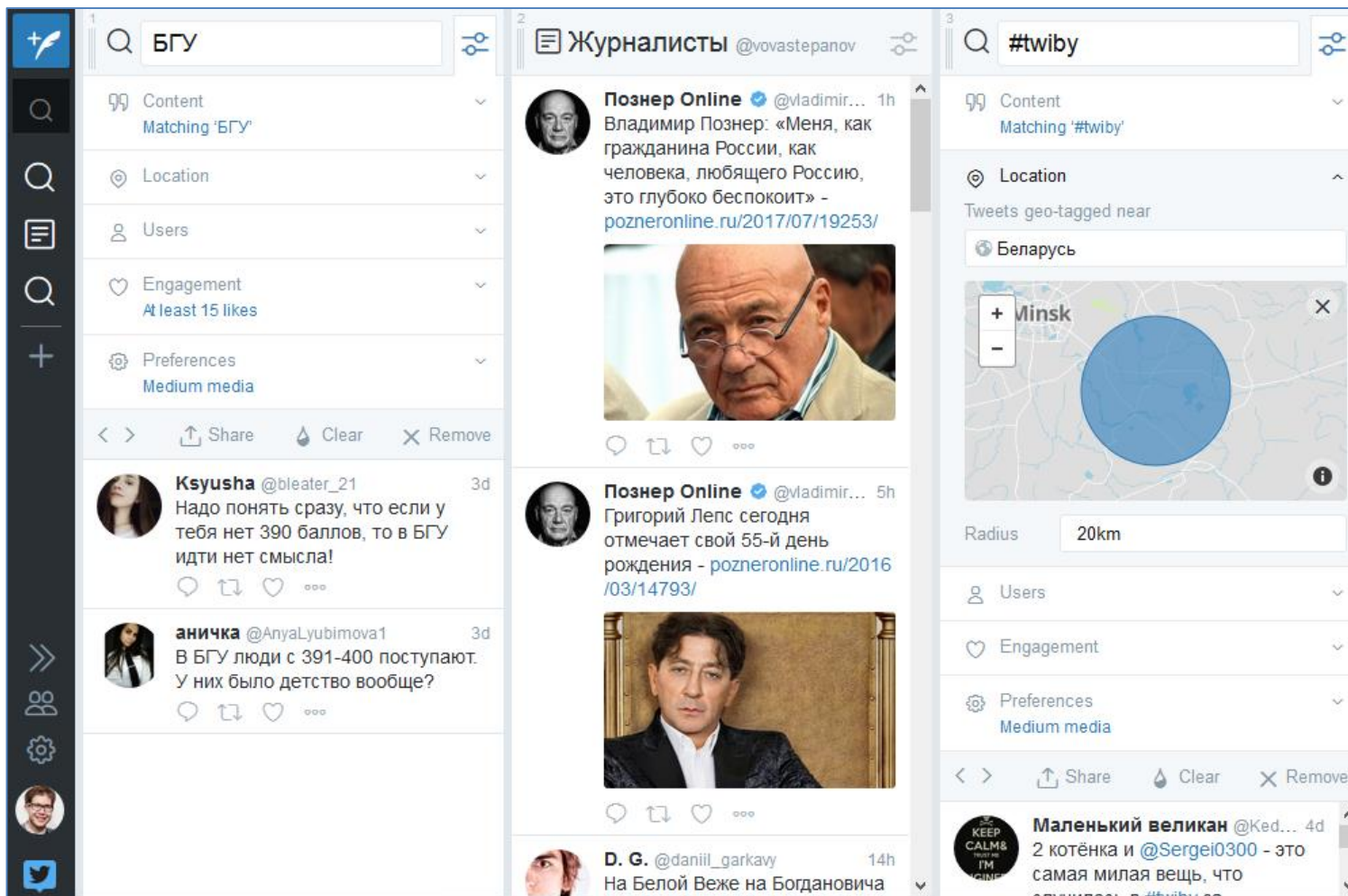


Автоматизированный

- Отслеживание упоминаний объектов интереса (темы, компании, персоны)
- Определение системой популярных авторов, содержания и тональности их комментариев



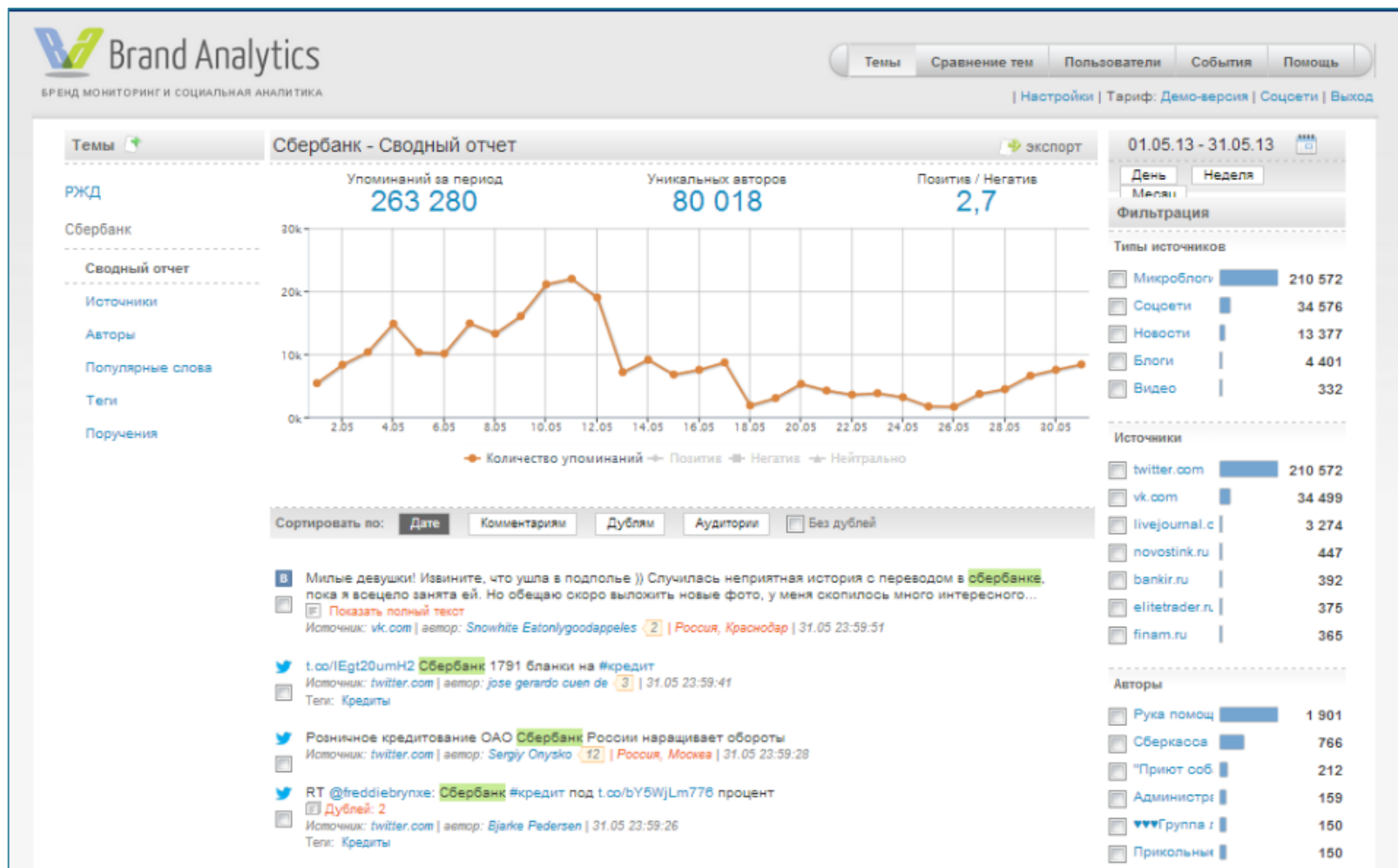
Пример использования сервиса – менеджера Tweetdeck



Пример использования автоматизированной системы YouScan

The screenshot displays the YouScan web application interface for monitoring social media. The top navigation bar includes the YouScan logo, a search bar with 'Alpen Gold' entered, and user account information. The left sidebar contains navigation links for 'Сводный отчет', 'Поток упоминаний', 'Отчеты', 'Настройки темы', and 'Помощь'. The main content area shows search results for 'Alpen Gold' with a search query '(Alpen или алпен или альпен) и (gold или голд или голыд)'. It includes filters for 'Тональность', 'Источник', 'Тип источников', 'Автор', and 'Сообщества'. Two tweets are visible, both mentioning 'Альпен Гольд' and 'шоколад'. The right sidebar features a 'Поиск по словам' section with a list of frequently encountered words like 'alpen', 'gold', 'алпы', 'гольд', 'шоколад', etc.

Пример использования автоматизированной системы Brand Analytics



ПРИМЕНЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА В МАТЕРИАЛАХ СМИ

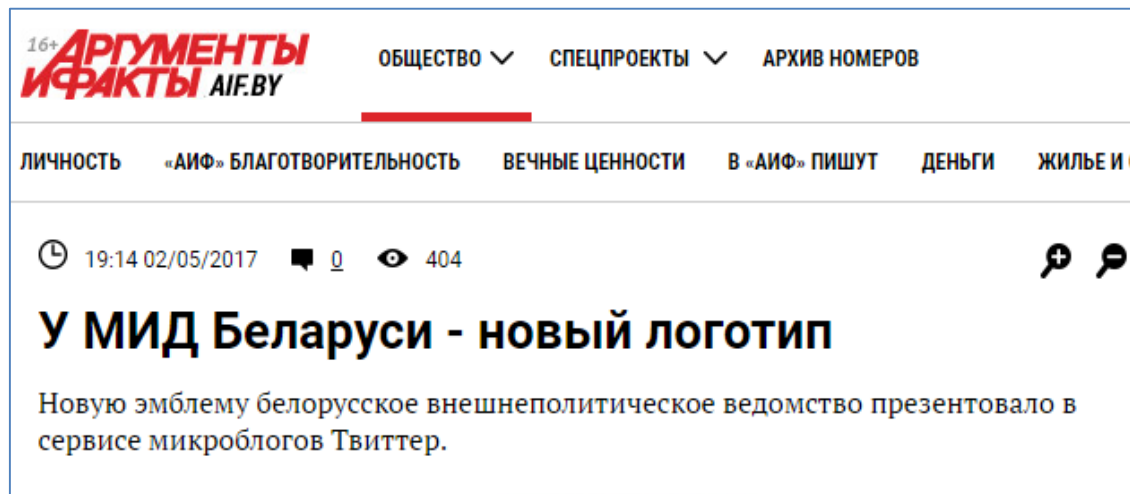
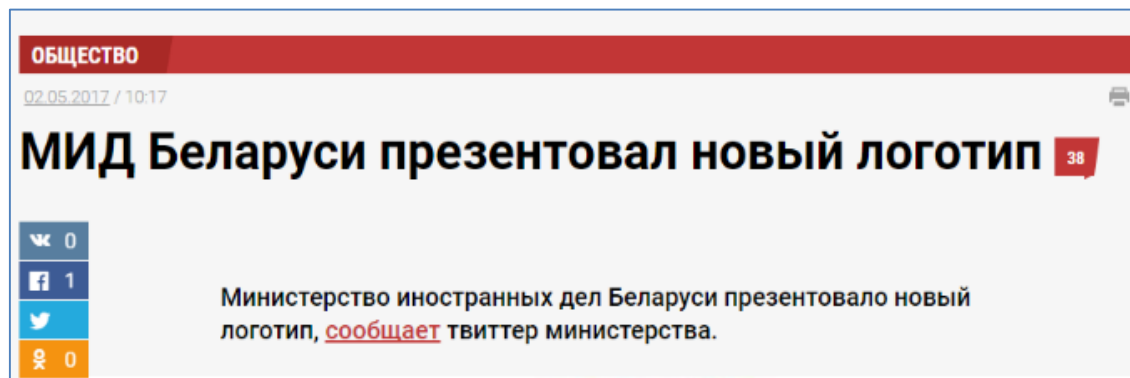
Как правило, UGC выступает в одной из трех ролей:

- 1** Источник информационных поводов
- 2** Источник фактов, иллюстраций
- 3** Источник ярких комментариев, мнений, оценок

1

Источник информационных поводов

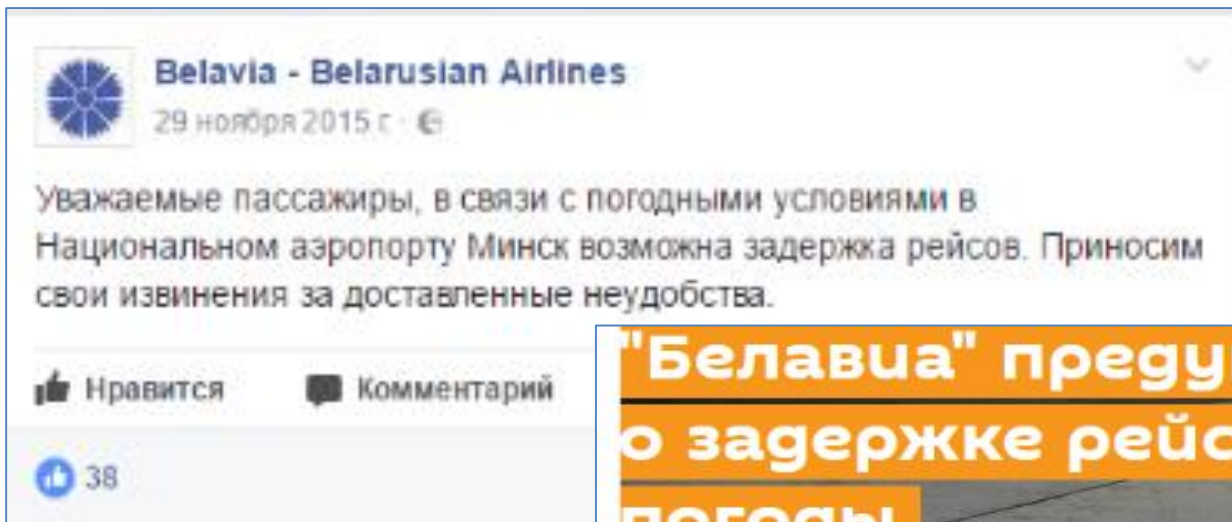
Пресс-службы госорганов и коммерческих организаций



1

Источник информационных поводов

Пресс-службы госорганов и коммерческих организаций





Источник информационных поводов

Очевидцы, участники событий

Минчане защитили бездомного от милиционера в метро (видео)

ЕВРОРАДИО | 01/05/2016 - 18:05 | СОЦИУМ

♡ 41 ↻ 3



В социальных сетях распространяется видео, снятое 28 апреля в подземном переходе у станции метро "Петровщина". На нем видно, как милиционер применяет силу к мужчине с тросточкой.

Очевидец события [Алиса Нгуен](#) пишет: "Под предлогом, что "бомжам нельзя находится на территории метрополитена, тем более с собакой", сотрудник милиции избил человека и ударил несколько раз его собаку".



ЖУРНАЛ ВЕДЫ КУДА ПОЙТИ ЗОЖ МІНСК 1067 HOT DOG

Люди Места События Тема Гиды История

2016-05-01 | События

5001 89

Рубрика За день

Милиционер в метро сбил с ног бездомного и ударил собаку

f 80 B 9 t 0

Что произошло

В субботу «Вконтакте» появилось видео пользовательницы [Алисы Нгуен](#): в подземном переходе у станции метро «Петроўшчына» сотрудник милиции подсечкой сваливает с ног бездомного, ударяет его собаку, после снова толкает. И отстает только после того, как за бездомного заступается женщина, – она и помогает мужчине подняться.

Сотрудник милиции свалил с ног престарелого человека с тростью, а после у...



2

Источник фактов, иллюстраций

Собранные репортером в социальных медиа цитаты, фотографии, видеоролики могут стать частью публикаций СМИ

3 января, 05:11 | Автор Александр Гурин

Белорусский спорт отпраздновал Новый год. Местами жарко, но почти без алкоголя

Заглянули в праздничные аккаунты.



TRIBUNA.COM

Мобильные приложения
Tribuna.com



Футбол | Хоккей | Биатлон | Теннис | Гандбол | Баскетбол | Бокс/MMA/UFC | Прочие | Ставки

Блог Спорт в соцсетях
28 декабря 2014, 16:49

facebook vk twitter #

Обзор купальников жен и подруг футболистов

Теги Сергей Кривец | Максим Володько | Олег Веретилко | Денис Поляков | Дмитрий Хлебосолов | девушки и спорт | Анастасия Косенкова | Игорь Стаевич | Александр Гутор | Александр Глеб | Евгений Савостьянов | Алексей Рюс | Юрий Кендыш | высшая лига Беларусь

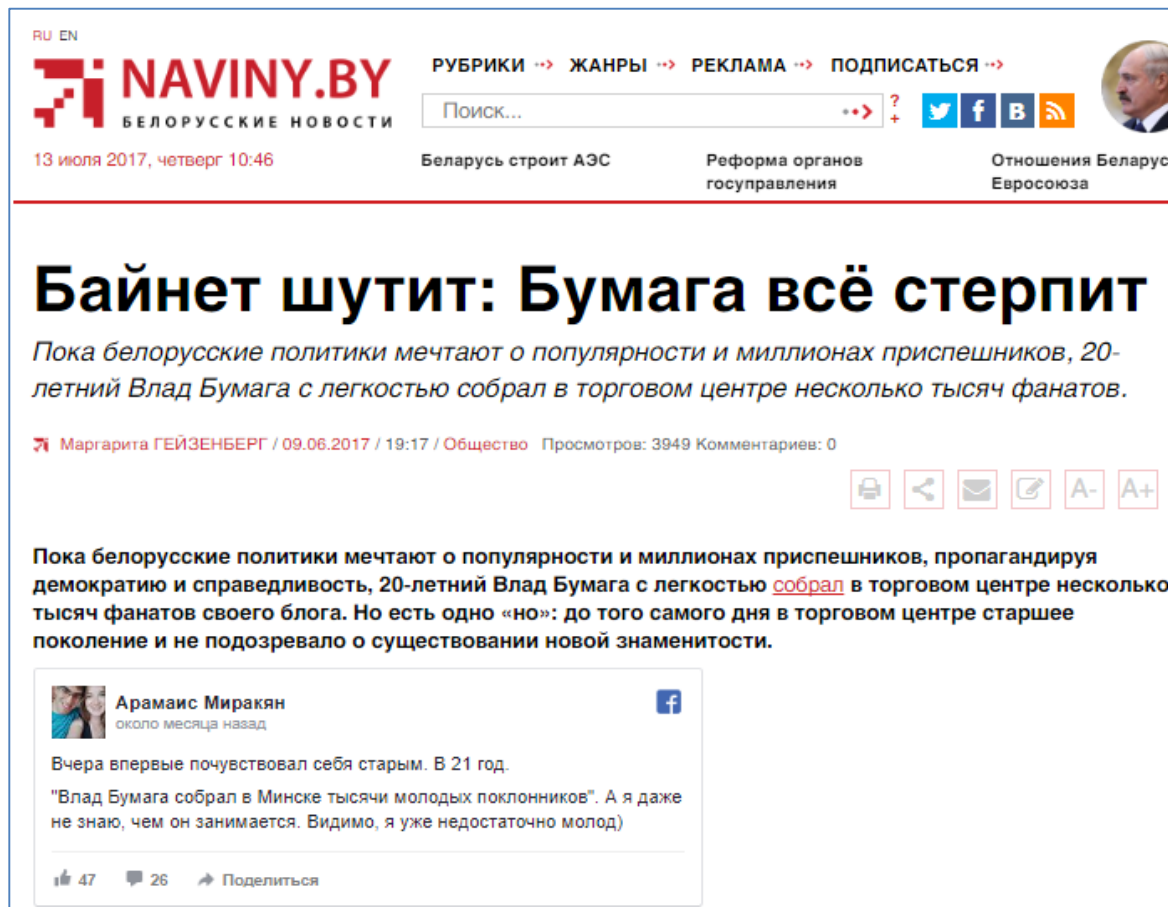
Начинаем!

Яна. Вторая половинка Евгения Савостьянова.





Источник ярких комментариев, мнений, оценок



Стоит отметить, что несмотря на увлечение СМИ публикацией подборок UGC, из-за особенностей выборки они могут считаться иллюстрацией общественных настроений и выступать «мнением белорусов» лишь с большими оговорками

Ключевые тезисы лекции

1

Социальные медиа – один из главных генераторов контента в киберпространстве. Но они также характеризуются **высокой информационной зашумленностью и обилием дезинформации** (фейков), которые распространяют политтехнологи, специалисты по «черному» и «серому» PR.

2

Журналисты должны совершенствовать редакционные практики по сбору и верификации фактографического материала. Web 2.0 дает СМИ дополнительные возможности в виде «коллективной экспертизы» информации, которую осуществляет аудитория социальных платформ.

Ключевые тезисы лекции

3

СМИ могут воспринимать UGC как мнения и реплики равнодушных читателей, поступившие по каналам обратной связи (модель **«горячей линии»**), как работы внештатных корреспондентов (модель **«сообщества»**), и как источник информации в тематически очерченном секторе (модель **«мониторинга»**).

4

Приоритетными функциями пользовательского контента для СМИ являются следующие:

- источник информационных поводов,
- дополнительных фактов и иллюстраций,
- «срез» общественного мнения.

Ключевые тезисы лекции



На вероятность того, что пост в социальной сети привлечет внимание массмедиа влияют такие факторы, как:

- степень известности и авторитетности автора
- уровень общественного интереса к теме
- эксклюзивность информации или недоступность иных медийных каналов
- приоритеты редакционной политики СМИ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

<http://socmedia.by/teaching/socmedia/>
<http://edujourn.bsu.by>