

# Анализ контентной стратегии изданий на платформах разного типа

Выполнил: Тимофей Онорин

Научный руководитель: Иван Михайлович Печищев



# Актуальность

Так как социальная сеть «ВКонтакте» быстро развивается и предоставляет широкий инструментарий по созданию и дистрибьюции контента СМИ, её использование в качестве единственной или основной платформы может значительно повлиять на индустрию современных средств массовой информации.

# Проблема

федеральные СМИ не используют широкий инструментарий «ВКонтакте» для получения большего охвата аудитории при создании и дистрибьюции контента в социальной сети.




Материалом исследования  
послужит контент изданий МБХ  
и Postnews в социальной сети  
«ВКонтакте» и экспертные  
интервью



# Возможные подходы к исследованию

Подготовка, проведение и анализ 10 экспертных интервью,

Синтез и анализ, индукция и дедукция, сравнение, описание, сопоставление, обобщение, контент-анализ, мониторинг и фронтальный просмотр.

 Обзор научных исследований по теме

Арустамян В.Г., Чернов Н.А. Определение популярности электронной публикации в социальной сети

Бастрон А.А., Желудева Е.В. Медиаконвергенция в журналистике: от классики к универсальности

Браславец Л.А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы

Вебер К.С., Пименова А.А. Сравнительный анализ социальных сетей.

Джазоян А. Е. Иллюзия «пятой власти»: как социальные сети модернизируют журналистику

Дьяченко О.В. Российские СМИ в социальных сетях Facebook и в «ВКонтакте»: практики взаимодействия

Калмыков А.А. Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности

Красикова А.К. Social media marketing как инструмент PR-деятельности для продвижения предприятия на рынок услуг общественного питания г. Томска

Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: учеб. для вузов.

Social Media Around the World 2012 (by InSites Consulting)

# Литература за 2019 год

Силантьева О. «92 мультимедийных формата»  
Олешко В.Ф., Олешко Е.В. «Особенности профессиональной культуры журналиста цифровой эпохи»

Морозова А.А. «Мультимедийные возможности социальной сети ВКонтакте»

Карамышева А.С. «Увеличение трафика интернет-СМИ с помощью таргетированной рекламы ВКонтакте»



Спасибо за внимание!

