

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**им. М. В. Ломоносова**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра новых медиа и теории коммуникаций**

**Реферат на тему:**

**«Твиттер-элита России: кто такие топовые блогеры  
и какие стратегии сделали их таковыми?»**

**работа  
студентки 5 курса 512 группы  
Логиновой Яны**

**Преподаватель:  
к.ф.н. И.И. Засурский**

**Москва 2014**

## Оглавление

Введение.....	3
Твиттер-элита России – кто это?.....	5
Стратегии продвижения твиттер-пользователей.....	8
Заключение.....	13
Список использованной литературы.....	14

## Введение

За последнее десятилетие интернет-технологии совершили огромный скачок, породив такое явление как социальные сети. Уже каждый школьник знает, что помощью социальных сетей сейчас можно не только поддерживать связи со знакомыми из других стран и городов или найти единомышленников, но даже выводить людей на улицы, порождая массовые протесты, или выиграть избирательную кампанию (самый яркий пример – Барак, Обама, во многом обязанный своей победе мощному продвижению в интернете – в частности, созданию для своих сторонников отдельной социальной сети<sup>1</sup>).

В гиперинформационном мире креативность участников бизнес-процессов, степень их активности в социальных сообществах, становятся залогом конкурентоспособности компаний. Поведение в соцсетях – политиков, бизнеса, медийных персон или обычных пользователей – становится инструментом брендинга. Степень влияния участника сообщества на аудиторию при этом возрастает в разы, поскольку предполагает большую, нежели, скажем, при написании традиционного журналистского текста, интерактивность; а также наличие сразу нескольких «ролей», отличающихся по методам взаимодействия с аудиторией.

Таким образом, целью данной работы является рассмотрение социальных и журналистских ролей, применяемых в социальной сети Twitter топовыми блогерами российского сегмента. Базовым материалом, на которых будет основываться исследование, станут наработки И.В. Стечкина, вошедшие в диссертацию «Эволюция социально-функциональных ролей журналиста в интернете», эмпирическую же часть исследования составят твиты блогеров социальной сети Twitter.

---

<sup>1</sup> Обама покорила Интернет // Взгляд, деловая газета. – URL: <http://vz.ru/politics/2008/6/16/177899.html>

## Твиттер-элита России – кто это?















Как и в классических СМИ, в социальных сетях формируются свои лидеры – топ-блогеры, мнение которых наиболее важно для аудитории. Они – узловые точки социальных сетей, основной источник информации для сотен и тысяч других пользователей социальных сетей<sup>2</sup>. Прежде чем рассматривать механизмы влияния на аудиторию и средства продвижения топ-блогеров твиттера, необходимо выяснить, кого мы подразумеваем под данным названием.

Традиционно можно считать «твиттер-элитой» тех блогеров, число подписчиков которых является наиболее большим. Так, подборки рейтингов, собранные утилитой twitter counter<sup>3</sup>, рисуют нам следующую картину:

---

<sup>2</sup> «Твит – не воробей, вылетит – заскриншотят» или правила безопасного поведения в социальных сетях // Коммуникационное агентство Fresh Russian Communications. – URL: <http://www.frc-pr.com/ru/articles/tvit-ne-vorobej-vyletit-zaskrinshotyat-ili-pravila-bezopasnogo-povedeniya-v-socialnyh-setyah/>

<sup>3</sup> [http://twittercounter.com/pages/100?time\\_zone=Moscow](http://twittercounter.com/pages/100?time_zone=Moscow)

1		Pavel Volya @RealVolya	2,156,075	86	1,657
2		Ivan Urgant @urgantcom	2,596,043	1	1,002
3		Президент России @KremlinRussia	1,655,416	29	4,491
4		Михаил Задорнов @mnzadornov	1,641,634	7	3,301
5		Тина Канделаки @tina_kandelaki	1,640,424	512	37,870
6		Вести.ru @vesti_news	1,573,149	37	147,028
7		Google Россия @GoogleRussia	1,532,538	103	8,587
8		Яндекс @yandex	1,300,991	18	1,412
9		Телеканал ПЯТНИЦА! @Friday_TV	1,193,129	5	8,317
10		ForbesRussia @ForbesRussia	1,135,025	99	10,199
		GQ India @gqindia		Featured user: <a href="#">Follow @gqindia</a>	
11		Жириновский В.В. @Zhirinovskiy	1,085,143	9	3,098
12		РИА Новости @rianru	1,081,865	456	223,702
13		Президент России @KremlinRussia	1,062,326	2,541	4,839

Как мы видим, подборка исключительно по **числу фолловеров** является не вполне релевантной исследованию, поскольку не все из твиттер-аккаунтов являются медийными персонажами: среди самых топовых аккаунтов промелькивают аккаунты СМИ. Однако если откинуть неподходящие нам аккаунты, практически весь рейтинг будет состоять из звезд шоу-бизнеса (Дима Билан, Иван Ургант, Павел Воля, Сергей Лазарев и т.д), что нам представляется не вполне правильным: как показали наблюдения за протестами декабря 2011 года, наиболее активным сегментом твиттера является «политический» и «медийный» разделы блогеров (события на Украине и в России в этом году также подтверждают это предположение) Доказывается это **частотой упоминания в Яндекс.блотах**: так, например, на середину 2012 года пятью топ-блогерами по частоте упоминания являлись<sup>4</sup> Ксения Собчак, Алексей Навальный, Ксения Бородина, Алена Водонаева, Дмитрий Медведев, что уже (на некоторую долю) ближе к истине.

4 ТОП 5 самых популярных микроблогов Твиттера в рунете // netbu.ru. – URL: <http://netbu.ru/socialnye-seti/twitter/top-5-samyh-populyarnyh-mikroblokov-twittera-v-runete.html>

Однако и данный метод не является однозначно верным. Поэтому в данной работе мы приняли решение определять «элиту», основываясь на собственном опыте пребывания в данной социальной сети, т.е. **эмпирическим путем**. Также при составлении списка, помимо **1) количества числа фолловеров**, учитывалась еще и способность определять **2) дискурс** российского сегмента соцсети. Именно для этого мы и будем пользоваться наработками о социально-функциональных ролях журналиста. (Принятый не так давно закон о приравнивании блогеров к СМИ<sup>5</sup> только упростит понятийный аппарат данного исследования). Разумеется, совсем обходить топовых блогеров из лица звезд шоу-бизнеса было бы неправильным, поэтому в качестве образца данного сегмента твиттер-элиты мы возьмем твиттеры Павла Воли и Ивана Урганта.

Итого, получившийся список, послуживший объектом для исследования, выглядит так:

1. Pavel Volya @RealVolya (2,156,075)
2. Ivan Urgant @urgantcom (2,596,043)
3. Тина Канделаки @tina\_kandelaki (1,640,424)
4. Ксения Собчак @xenia\_sobchak (1,012,954)
5. Перзидент Роисси @KermlinRussia (1,062,326)
6. Alexey Navalny @navalny (839,160)
7. Vladimir Soloviev @VRSoloviev (755,025)
8. Dmitry Rogozin (406,684)
9. Alexey Venediktov @aavst (377, 034)

---

<sup>5</sup> Блогеров приравнили к прессе // Газета.ру. – URL: <http://www.gazeta.ru/business/2014/04/18/5998185.shtml>

10. Пуга Varlamov @varlamov (204,473)
11. Никита Белых @NikitaBelyh (200,601)
12. Рустем Адагамов @adagamov (185,778)
13. Plushev @plushev (153,636)
14. Рыков @rykov (134,895)
15. Kashin @KSHN (115, 531)

## Стратегии продвижения твиттер-пользователей

Стратегии продвижения в твиттере можно условно разделить на две категории: 1) те, которые обеспечиваются в основном за счет самого инструментала твиттера (высокая частота твитов, репосты, использование ключевых слов или хештегов), 2) те, которые подразумевают интерактивность и разнообразное взаимодействие с аудиторией.

Остановимся подробнее на второй категории. Под ней подразумевается спектр социально-функциональных ролей<sup>6</sup>, используемых блогером/журналистом в Интернете. Подходящими под формат соцсетей являются (помимо используемых «по умолчанию» ролей автора, интернет-пользователя и организатора):

- фасилитатор: упрощает материал для понимания читателями
- агент влияния: занимается лоббированием некой точки зрения
- медиатор: посредник между точками зрения
- модератор: организатор творческого процесса
- insitor: в процессе наполнения сайта контентом выполняет copy-paste необходимых ссылок;
- маркетолог/социолог
- диспечер: обеспечивает «вхождение» в поток информации посредством выборки (подкасты и т.д)

Что же касается исследуемых блогеров, то начать хотелось бы с первой группы пользователей, обеспечивших себе популярность посредством упора на инструментарий твиттера (Павел Воля, Иван Ургант, Тина Канделаки). Твиты их аккаунтов содержат в себе все составляющие: активное

---

<sup>6</sup> Стечкин И.В. Поли журналиста в Интернете // Slideshare.com. – URL: <http://www.slideshare.net/stechkin>

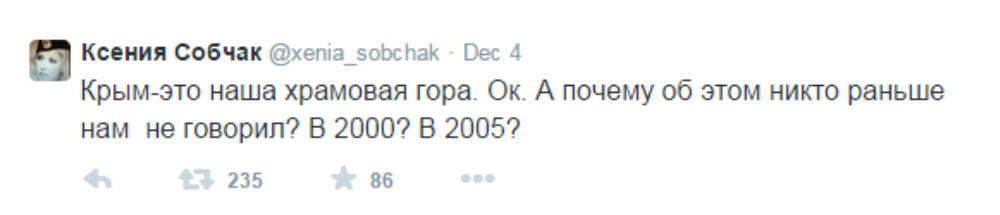


использование хештегов, репосты с помощью repostapp (его отличие от обычного ретвита в том, что приложение оставляет автором твита репостнувшего, повышая тем самым количество написанного собственно собой); большую часть занимают внешние ссылки на youtube и instagram (думаю, автоматический дубляж информации из приложений типа instagram выполняет также роль **insitor**'а из второй категории ролей).

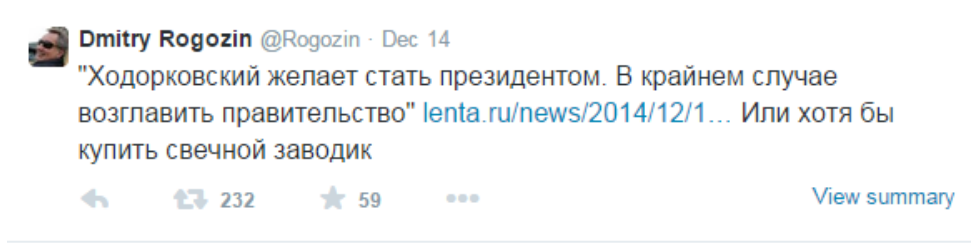
Что касается твиттера Ксении Собчак, то такое же «расшаривание» постов инстаграма сочетается с другими элементами, как, например, ретвиты постов с упоминанием (не mentions) себя, а также частые репосты новостных твиттером с собственными комментариями. Например, такой твит выполняет роль **агента влияния** (поскольку видна позиция Ксении по этому поводу) и insitor' а (есть внешняя ссылка) одновременно:



Твитов с ролью **агента влияния** достаточно много (Ксения комментирует выступление Путина):




Аналогично Ксении ведет себя в твиттере Дмитрий Рогозин:





Отдельно стоит рассказать о твиттере Перзидента Роиссии, поскольку он единственный известный топ-блогер, являющийся, по сути, виртуалом, и завоевавший популярность исключительно собственной стратегии (поскольку практически у всех блогеров был некий «базис» в виде известности, начавшейся задолго до социальных сетей, наши исследования нельзя считать однозначно верными).

Так, практически все твиты и ретвиты данного юзера выполняют роль **фасилитатора**, то есть предельно упрощают новостные поводы (плюс подают их в саркастичном ключе, что изначально являлось уникальным стилем данного юзера, вскоре подхваченным половиной юзеров твиттера):


 **Перзидент Роисси** @KermlinRussia · Dec 14  
 Крутейшая презентация Bloomberg: падающий спрос на нефть не мешает экономике Штатов расти: [bloomberg.com/graphics/2014-...](http://bloomberg.com/graphics/2014-...)


← ↻ 122 ★ 115 ... View summary

 Перзидент Роисси retweeted

 **Victor Lysenko** @VictorLys · 10h  
 Стоимость строительства газопровода Сила Сибири (\$60-70 млрд.) теперь превышает капитализацию всего Газпрома. Мир снов и иллюзий.


← ↻ 586 ★ 138 ...

 Перзидент Роисси retweeted


 **Roman Protasevich** @pr0tez · 16h  
 Поздравляю всех соотечественников! Средняя зарплата в Беларуси превысила среднюю российскую уже на 6 евро! :)


← ↻ 779 ★ 198 ...

Аналогичную функцию, плюс роль **агента влияния** (Алексей всегда был известен в первую очередь своей политической позицией) выполняют твиты Навального.

 **Alexey Navalny** @navalny · 14h  
 ОАЭ заявило об отказе ОПЕК сокращать добычу даже при цене \$40 за баррель  
[top.rbc.ru/economics/14/1...](http://top.rbc.ru/economics/14/1...)

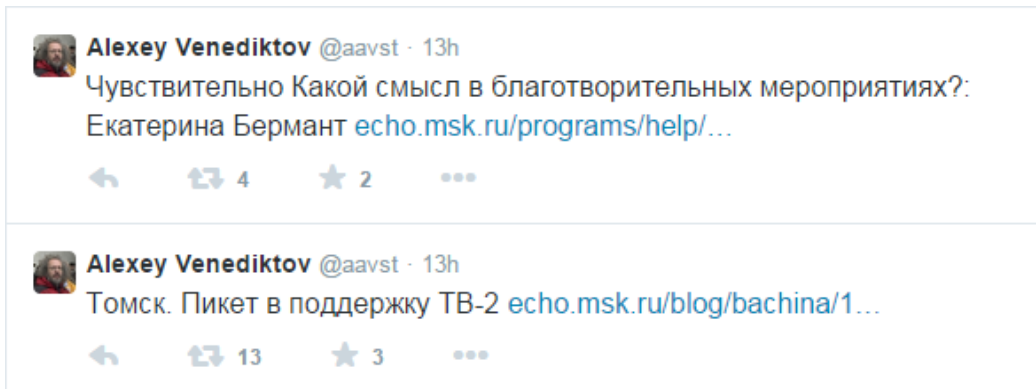
← ↻ 131 ★ 33 ... View summary

 Alexey Navalny retweeted

 **Винокуров Александр** @Vinokurov12 · 14h  
 Ревзин: при Собянине не создано ни одного качественного архитектурного проекта. "Мы вернулись к советскому ..." [bg.ru/1441/](http://bg.ru/1441/)

← ↻ 52 ★ 26 ... View summary

А вот, например, твиты Венедиктова – пример роли **insitor**'а (копируется заголовок новости без всяких оценок) и **модератора** (поскольку ведут на его сайт, то есть предоставляют площадку для дискуссий):

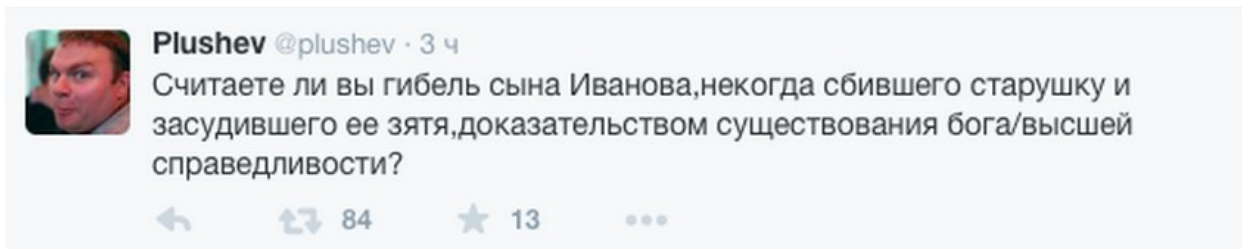


Твиты известного губернатора Никиты Белых – интересный пример давления на все «болевые точки» сразу: часты твиты с фотографиями родного края, сопровождающиеся большим количеством хештегов; далее следует ссылка или ретвит новостного повода – встречу или заседание с его участием – а после владелец твиттера берет на себя роль **фасилитатора**, в 140 символах объясняющего, в чем была суть данного заседания.



Удивительно, но среди пользователей твиттера редки роли модератора и социолога (если не считать периодически появляющихся бытовых вопросов к аудитории у Ильи Варламова и Максима Каца). Образцовым в этом плане можно считать скандальный твит Плющева, касающийся несчастного случая

с сыном Сергея Иванова. Общественный резонанс был столь велик, что журналист чуть не лишился рабочего места, однако с точки зрения продвижения и привлечения внимания – подобная роль **модератора** и **социолога**, бесспорно, сыграна хорошо:



## Заключение

В данной работе мы кратко охарактеризовали стратегию продвижения топовых блогеров в социальной сети Twitter, пользуясь характеристиками юзеров как интернет-журналистов с той или иной социально-функциональной ролью.

Невозможно однозначно сказать, какая из рассмотренных стратегий лучше или хуже, поскольку тот или иной стиль постинга в соцсетях не всегда является имиджеобразующей составляющей того или иного юзера, а чаще всего является следствием разных факторов (наличие или отсутствие свободного времени, выход в интернет с ПК или портативного устройства, помощь в ведении твиттера специалистами). Однако стратегия успеха в социальных сетях – это не только сочетание разнообразных способов подачи контента и привлечения к нему, а прежде всего – интерактивность, общение с реальными людьми или коллегами по цеху (именно такую стратегию, не вписывающуюся в теоретические рамки нашего исследования, например, выбрал Михаил Ходорковский (@mich261213), не рассмотренный в основной части нашего исследования).

Стоит отметить характерные особенности тех или иных групп блогеров: так, функциональное назначение хэштегов сохраняется преимущественно у блогеров шоу-бизнеса, в то время как блогеры, заведующие политическим дискурсом русскоязычного сегмента твиттера, предпочитают ими не пользоваться в пользу других инструментов продвижения.

## Список использованной литературы

1. «Твит – не воробей, вылетит – заскриншотят» или правила безопасного поведения в социальных сетях // Коммуникационное агентство Fresh Russian Communications. – URL: <http://www.frc-pr.com/ru/articles/tvit-ne-vorobej-vyletit-zaskrinshotyat-ili-pravila-bezopasnogo-povedeniya-v-socialnyh-setyah/>
2. [http://twittercounter.com/pages/100?time\\_zone=Moscow](http://twittercounter.com/pages/100?time_zone=Moscow)
3. Блогеров приравнивали к прессе // Газета.ру. – URL: <http://www.gazeta.ru/business/2014/04/18/5998185.shtml>
4. Обама покорила Интернет // Взгляд, деловая газета. – URL: <http://vz.ru/politics/2008/6/16/177899.html>
5. Стечкин И.В. Роли журналиста в Интернете // Slideshare.com. – URL: <http://www.slideshare.net/stechkin>
6. ТОП 5 самых популярных микроблогов Твиттера в рунете // netbu.ru. – URL: <http://netbu.ru/socialnye-seti/twitter/top-5-samyh-populyarnyh-mikroblokov-twittera-v-runete.html>
7. <https://twitter.com>