

ИССЛЕДОВАНИЕ О ПРИМЕНЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ЖУРНАЛИСТИКЕ

Чжан Вэй

Московский государственный университет
имени М.В. Ломоносова
895927264@qq.com

RESEARCH ON THE APPLICATION OF SOCIAL NETWORKS IN JOURNALISM

Zhang Wei

Summary: Today, social media is a separate means of communication and journalism. This article will examine the methods for analyzing social media in today's environment. The article is devoted to the study of the options for using social media resources by the editorial boards of traditional media outlets. Correspondents of print and electronic publications view social media not only as a platform for communication with target audiences, a resource for finding information sources, a tool for monitoring editorial activities, but also as an object of journalistic research.

Keywords: media, media, China, content, analysis.

Аннотация: Сегодня социальные сети являются отдельным средством коммуникации и журналистики. В рамках данной статьи будут рассмотрены методы анализа социальных медиа в условиях современности. Статья посвящена изучению вариантов использования ресурсов социальных медиа редакциями традиционных СМИ. Корреспонденты печатных и электронных изданий рассматривают социальные сети не только как площадку для коммуникации с целевой аудиторией, ресурс для поиска источников информации, инструмент мониторинга деятельности редакции, но и как объект журналистского исследования.

Ключевые слова: медиа, сми, Китай, контент, анализ.

На фоне все более ожесточенной «цифровой войны» большие данные оказали значительное влияние на то, как мы думаем о проблемах и анализируем их. Журналистика данных – это быстро развивающаяся отрасль в эпоху больших данных, которая отличается высокой интерактивностью, глубиной и наглядностью, обеспечивая аудитории более качественное чтение новостей. Анализ социальных сетей – это глубокое изучение отношений между вещами, и его можно использовать для представления отношений между вещами или людьми с помощью визуализации данных. В данной статье представлена концепция анализа социальных сетей и журналистики данных, а также обсуждается применение анализа социальных сетей в журналистике данных с целью предоставления некоторого руководства для сотрудников журналистики данных [1].

Информационный взрыв постепенно приоткрыл занавес эры масштабного генерирования, применения и обмена данными, и цифровой поток с неисчислимой скоростью проник во все аспекты нашей жизни. В эпоху больших данных все наши действия подвергаются цифровому влиянию и фиксируются информационным материалом, а рост больших данных также привел к важным изменениям в наших привычках и образе мышления. Индустрия новостных коммуникаций также подверглась влиянию больших данных, что позволило появиться и стать популярной журналистике данных. Первый репортаж о журналистике данных появился в британской газете The Guardian в 1981 г. Хотя объем данных и технические средства далеки от современного этапа журналистики данных из-за ограничений, концепция репортажа

в обоих случаях одинакова. В настоящее время многие зарубежные СМИ начали заниматься журналистикой данных, а журналистика данных в Китае также получила значительное развитие в последние годы [2].

Анализ социальных сетей – это метод исследования социальных наук, который фокусируется на анализе связей между вещами, что соответствует идее добычи данных в области журналистики данных для отражения отношений между людьми и людьми, событиями и событиями, а инструменты анализа социальных сетей также могут обеспечить большое удобство для работы по анализу данных в журналистике данных. В этой статье будет обсуждаться применение анализа социальных сетей в журналистике данных с некоторым опытом работы автора.

Хотя анализ социальных сетей относится к области социальных наук, он имеет широкий спектр применения, например, в маркетинге, международной политике, международных отношениях, коммуникации и общественном мнении. Анализ социальных сетей также затрагивает многие дисциплины, включая журналистику и коммуникации, экономику, математику, антропологию, социологию, политологию и статистику. Поскольку он охватывает широкий спектр дисциплин и областей, этот метод исследования сформировал свою собственную организацию – Международную сеть анализа социальных сетей (INSA) – в связи с потребностями академических исследований [3].

Журналистика данных, также известная как журналистика данных, является новым подходом к освещению новостей. Это способ представления новостных собы-

тий в более интересной и интуитивно понятной форме (например, образы данных) на основе реальных и достоверных массовых данных (т.е. больших данных), путем тщательного анализа данных и с помощью средств массовой информации, таких как интернет и мобильные телефоны. Журналистика данных возникла в контексте растущего спроса на чтение новостей с большой глубиной, интерактивностью и визуализацией, что позволяет более глубоко, всесторонне и интуитивно интерпретировать новости для аудитории. Журналистика данных в основном выражается в форме карт данных, новостных иллюстраций и визуализации данных, причем наиболее популярной является визуализация данных.

Например, при освещении новостей о зарплате учителей в Китае распространенной моделью репортажа является следующая: 10 сентября 2014 года статистика показала, что годовая зарплата учителей в Китае составила 6 971 доллар США, что является самой низкой в мире. Эта традиционная модель репортажа отражает только основное положение дел. Журналистика данных может отразить картину развития событий через данные, раскрывая скрытые проблемы вещей. С другой стороны, новостной репортаж NetEase о данных показывает состояние зарплат учителей в мире и ситуацию с зарплатами учителей в Китае через сравнение данных, и может отразить статус учителей в сердцах китайского народа, что содержит огромное количество информации и может явно повысить привлекательность для аудитории [4].

Новости о данных прошли многолетний путь развития. В настоящее время основная визуализация данных выражается с помощью линейных графиков, круговых диаграмм, набора гистограмм и т.д., и аудитория ощутила определенную степень эстетической усталости. Это требует от сотрудников, занимающихся журналистикой данных, инноваций и предоставления аудитории более креативной журналистики, более соответствующей ее опыту, и это невозможно сделать без использования анализа социальных сетей.

Анализ социальных сетей - это способ изучения связей между различными вещами и представления их аудитории в визуальной форме, которая отражает отношения и состояния различных вещей через связи и расстояния между узлами и размеры узлов, так что один граф может содержать огромное количество информации. Отношения могут быть между событиями и событиями, между странами и странами, между людьми и людьми, в широком диапазоне. Информация об отношениях между вещами может быть получена непосредственно из объективных источников, например, отношения между ссылками на статьи, отношения между ретвитами и комментариями, отношения между подписчиками в микроблогах [5].

При применении анализа социальных сетей в журна-

листике данных, анализ социальных сетей может использоваться для наблюдения за самими вещами и отношениями между ними с трех уровней: индивидуальные роли на микроуровне, сети подгрупп на мезоуровне и общая структура на макроуровне, а некоторые показатели анализа социальных сетей могут использоваться для расчета объекта исследования. Макроскопическая общая структура относится к целостному восприятию социальной сети, которая может охватить масштаб всей сети и разреженность связей между узлами. Она может быть использована для анализа сравнения различных сетей одного типа с горизонтальной точки зрения и динамической эволюции сети с вертикальной точки зрения путем измерения таких показателей, как линии основания, диаметр и плотность. Подгрупповые сети относятся к сплоченным подгруппам, группе людей, взаимодействующих из-за таких факторов, как несовместимость или антагонизм, или одинаковость, которые имеют большую ценность внимания, чем другие группы. При представлении сплоченных подгрупп их можно отличить от других узлов с помощью таких показателей, как режим и другие сплоченные подгруппы, К-ядро и фракция, либо узел может быть выделен отдельно, что опять же требует научной компоновки. Индивидуальные роли наблюдают за определенными индивидами, которые играют важную роль в общей сети, возможно, этот индивид занимает наиболее важную позицию в обмене информацией, или, возможно, этот индивид имеет наибольшее количество взаимодействий, или, возможно, этот индивид имеет более высокое качество взаимодействующих соседей, этот узел может быть получен с помощью таких метрик, как опосредованная центральность и точечная центральность.

За последние годы журналистика данных развивалась очень быстро, и по сравнению с традиционными текстовыми выражениями, анализ социальных сетей может обеспечить более объективную сортировку связей между различными вещами, а полученные результаты более убедительны. По сравнению с другими формами визуализации, анализ социальных сетей является более информативным, более простым и прямым в представлении взаимосвязей, и в большей степени соответствует читательским привычкам и поведению аудитории. Кроме того, этот подход позволяет проводить более глубокий анализ данных в разных измерениях и на разных уровнях для получения потенциальной информации. Мы считаем, что по мере развития журналистики данных анализ социальных сетей также будет играть все большую роль. Чтобы справиться с этими изменениями, мы, журналисты, должны не только сохранять высокий уровень журналистской чуткости, но и продолжать совершенствовать наши основы программирования, овладевать инструментами визуализации и методами социологических исследований, чтобы реагировать на изменения времени и потребности журналистики и способствовать плавному, упорядоченному и устойчивому развитию журналистики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Свитич Л. Социология журналистики. Учебник для академического бакалавриата. – Litres, 2022.
2. Филаткина Г.С., Вьюгина Д.М., Бабына Д.А. Вопросы теории и практики журналистики // Учредители: Байкальский государственный университет. – 2022. – Т. 11. – №. 3. – С. 473-488.
3. Белуш А.О. Бренд-журналистика как инструмент продвижения образовательных услуг // Студенческие научные исследования. – 2023. – С. 157-159.
4. Малышева Е.Г., Рогалева О.С. Методы медиаисследований. – 2022.
5. Хань Ц., Таказов В.Д. Вопросы теории и практики журналистики // Учредители: Байкальский государственный университет. – 2022. – Т. 11. – №. 2. – С. 278-292.

© Чжан Вэй (895927264@qq.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»



Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова