

ВКонтакте и Telegram: функциональные возможности социальных медиа в процессе вовлечения молодежной аудитории в коммуникацию

Научный руководитель – Кузьмина Анна Михайловна

Ершова Валерия Ивановна

Студент (магистр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра медиадизайна и информационных технологий, Санкт-Петербург, Россия

E-mail: valeriaershovaaa@mail.ru

Социальные медиа — это вполне ожидаемый с ростом значимости глобальной Сети феномен, несущий важную роль в процессе межличностной коммуникации в современном обществе. Социальные медиа — это не только расширение границ возможностей Интернета, но и важное средство массовой информации, состоящее из сложнейших и разнообразных функциональных возможностей [1].

Наличие у социальных медиа обширного числа инструментов для создания, публикации и продвижения контента — первоначально для блогеров и сообществ различных организаций, которые находятся в процессе выбора медиаплощадки для ведения своей деятельности. Ранее основной площадкой коммуникации у блогеров была социальная сеть Instagram (организация признана экстремистской по решению суда, деятельность организации запрещена на территории Российской Федерации), она приносила им основной доход и удерживала всю потенциальную аудиторию, но сейчас российские блогеры и компании должны адаптировать свой контент под разные социальные сети, чтобы не потерять свою аудиторию и постараться максимально сохранить уровень её вовлеченности, но уже на других медиаплощадках. Поэтому важно проанализировать функциональные возможности ВКонтакте и Telegram — площадок, в рамках которых пользователи могут распространять свой медиаконтент.

ВКонтакте — это универсальная социальная сеть, которая изначально была направлена на удовлетворение социальных потребностей общества и основной ее задачей было взаимодействие пользователей друг с другом посредством переписки и обменом картинок на стенах в личных профилях или сообществах. Но со временем ВКонтакте расширил свои возможности. Медиаконтент ВКонтакте — это видео, фото, текст и все вместе форматы вместе сразу. ВКонтакте старается идти в ногу со временем и перенимать практически все функциональные возможности мировых социальных сетей. Так, несколько лет назад ВКонтакте позаимствовало у запрещенной социальной сети формат «сторис» — коротких 15-ти секундных видео или фото (статичное фото, показ которого также занимает 15 секунд) вне пользовательской ленты, которые исчезают через 24 часа, что стало отличным нововведением, полюбившемся всем пользователям социальной сети. ВКонтакте также наподобие Tik-Tok и Reels внедрил отдельную видеоленту «Клипы» (длительность видео до одной минуты), где пользователи выкладывают свои видео не только для своей аудитории, но и для других пользователей социальной сети. Этот раздел полностью повторяет принцип Tik-Tok, который в свою очередь предоставляет пользователям лишь один формат публикаций: видео в основной ленте (15,30,60 и 180 секунд). Поэтому, анализируя возможности ВКонтакте, мы можем сказать, что их действительно много.

Социальная сеть ВКонтакте имеет обширный список функциональных возможностей и предоставляет пользователям возможность публиковать любой контент. И в основном

практически каждая единица размещаемого там медиаконтента имеет визуальное сопровождение. Поэтому в рамках ВКонтакте именно смешанный вид медиаконтента распространен повсеместно. Также ВКонтакте можно встретить коммерческий и некоммерческий контент, любительский, профессиональный, интерактивный, справочный, сюжетный, линейный и гипертекстуальный.

Также нужно выделить рекламные возможности ВКонтакте. Многие блогеры лишились внушительной части своих доходов из-за блокировки запрещенной на территории Российской Федерации социальной сети Instagram, но ВКонтакте предложил решение данной проблемы, из-за чего в социальную сеть пришли многие блогеры и стали активно там развиваться. Инструменты для продвижения ВКонтакте очень простые для понимания и практически вся работа по выявлению целевой аудитории и масштаба рекламной кампании делается автоматически. Эта социальная сеть сделала все возможное для облегчения рекламных процессов.

В целом социальная сеть ВКонтакте имеет неограниченные возможности, что привлекает блогеров и различные организации регистрировать там свои личные сообщества и наполнять их контентом.

Не только ВКонтакте среди российских социальных медиа становится популярной. Telegram стремительно набирает обширную базу новых пользователей. Telegram — это один из самых популярных мессенджеров на просторах Интернета. Например, в Telegram за последнее время сохраняется самый высокий индекс активности среди других социальных медиа - 41,9 % [2]. Среди функциональных возможностей и особенностях Telegram можно выделить:

- наличие функции записи «кружочков» — видео в круглом формате. Эта функция доступна всем пользователям. А если говорить про медийных личностей, представителей различных организаций и использование ими этой функцией, то это отличный инструмент для быстрого общения с аудиторией и получения от нее обратной связи.

- введение платной подписки, которая позволяет пользователям создавать уникальный визуальный контент: анимированные стикеры, необычные текстовые сообщения и т.д.

- высокая скорость отправки данных;

- Telegram дает своим пользователям возможность безопасно общаться с другими людьми и не переживать о своих данных, ведь их можно скрыть;

- наличие облачного хранилища;

- платформа предоставляет пользователям возможность вносить в рамках приложения собственные изменения: создавать собственные фирменные стикеры, программировать ботов для удобства общения с клиентами и аудиторией;

- возможность делиться файлами разного типа и размера. Telegram не имеет ограничений по таким параметрам, как формат и объем данных, загружаемых на сервер данной платформы;

- возможность иметь несколько аккаунтов;

Говоря о Telegram как о сервисе мгновенного обмена текстовыми и графическими сообщениями, можно прийти к выводу, что на сегодняшний день это единственная платформа, в которой собран весь востребованный современными пользователями функционал. Более того, его использование не требует финансовых затрат, дополнительных возможностей и расширений. Поэтому изначально Telegram, задуманный как мессенджер плавно перетекает в самую настоящую социальную сеть, наполненную огромным количеством визуального медиаконтента. И популярность Telegram постоянно растет.

Источники и литература

- 1) Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media // Business Horizons. 2010. Vol. 53 (1). P. 59-68.
- 2) URL: Индекс активности медиа, брендов и блогеров в социальных сетях за месяц // New Media: Telegram-канал. https://t.me/n_e_w_media/670