

ОБЗОР СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА, ПОПУЛЯРНЫХ В РОССИИ. КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ТИПОЛОГИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Д. К. Кузьмина

Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина

daria2012228228@yandex.ru

Современное общество отличается активным использованием коммуникационных и информационных технологий, развитием сетевых практики. Это обстоятельство позволили активно создавать новые и развивать имеющиеся социальные коммуникации. Социальные сети стали важным источником информации для пользовательской аудитории. Так называемые социальные медиа формируют информационную повестку, при этом ничуть не уступая традиционным средствам массовой информации.

В последнее время специалисты дают разные толкования понятию «социальные медиа». Английский социолог Дхираджу Мерти в своей работе дает такое определение: «Социальные медиа означают множество относительно недорогих и широкодоступных электронных инструментов, позволяющих любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми» [7]. Другой специалист Джозеф Торнли дает следующее определение термина: «Социальные медиа – это онлайн-коммуникация, в которой индивидуум плавно и гибко меняет свою роль, выступая то в качестве аудитории, то в качестве автора. Для этого используется социальное программное обеспечение, которое позволяет любому без специальных знаний в области кодирования размещать, комментировать, перемещать, редактировать информацию и создавать сообщества вокруг разделяемых интересов» [8]. Приведем мнение российского специалиста В.А. Степанова: «Социальные медиа – это группа интернет-приложений и сервисов, основанных на идеологической и технологической базе Web 2 (можно сказать, что это новый этап в эволюции Интернета) и позволяющих пользователям создавать контент и обмениваться им» [4].

Также в исследовании в большей степени мы опирались на работы Л.П. Шестеркиной, А.А. Градюшко, А.А. Лежебокова и Е.А. Сергодеевой.

Подводя итог, стоит отметить, что социальные медиа равны социальным сетям, но рассматривать их стоит в более широком понимании. Социальные медиа представляют любую платформу, на которой люди обмениваются информацией, общаются и самое главное – работают, сотрудничают и зарабатывают.

Основные инструменты социальных медиа – это возможность создания, редактирования и распространения контента с выстраиванием коммуникации. Отсюда можно определить основные функции социальных медиа: оперативный обмен

информацией (контентом); создание связей и коммуникации между людьми; решение определенных задач в интернете; развлечение.

Среди особенностей социальных медиа можно выделить: самое главное, конечно, оперативность. В последнее время люди нуждаются в быстрой информации. Социальные медиа обеспечивают пользователей возможностью публиковаться онлайн в открытом доступе, именно поэтому вся информация на платформах доступна в режиме реального времени. Стоит отметить доступность информации, размещаемой в социальных медиа, а также то, что информация не ограничена такими категориями, как время и пространство. Человек, пользователь сети, может осуществлять общение, поисковые запросы, делать свои публикации в любом месте и 24 часа в сутки, никак не привязываясь к местоположению и традиционному графику. И последнее, самое важное, по моему мнению, – коммуникация. Ключевой особенностью социальных медиа считается то, что сам пользователь выступает и в роли аудитории, и источником информации. Коммуникация выстраивается намного легче, легко можно получить обратную связь от читателя и создать вокруг комментария или мнения уже нечто новое.

Мы использовали следующую классификацию видов социальных медиа:

«1. Блог (микроблог) – веб-сайт, основное содержание которого составляют регулярно добавляемые текстовые записи или мультимедиа (LiveJournal, Blogger, Twitter, и др.).

2. Службы обмена данными – сервисы, предоставляющие пользователям услуги хранения, доставки и показа видео, фото, музыки (YouTube, MySpace Music, Picasa и др.).

3. «Вики» во всех формах – это веб-сайты, содержание которых пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом (Wikipedia, PBworks, Wikimedia и др.).

4. Мессенджеры – веб-ресурсы, предполагающие моментальный, в реальном времени обмен информацией (Viber, WhatsApp, Telegram).

5. Доски объявлений, предоставляющие возможность публиковать объявления самого различного характера, а также искать необходимые товары, услуги и прочее посредством поисковых систем на данных сервисах.

6. Виртуальные службы знакомств – интернет-сервисы, предоставляющие пользователям Интернета услуги по виртуальному общению с другими пользователями, аналог реальных служб знакомств (LovePlanet.ru, Фотострана, Mamba и др.).

7. Электронная почта – это служба по пересылке сообщений, предоставляющая возможность хранения больших массивов информации, иногда выделяя под контент некоторый объем облачных хранилищ (Mail, Gmail, Yandex и т. д.).

8. Социальные сети – это площадки, основанные на веб-сайтах, предоставляющие возможность организации взаимоотношений между различными субъектами социума (ВКонтакте, Одноклассники и др.)». [3].

Одним из самых популярных социальных сетей, по данным мониторинга Brand Analytics, с 22 февраля 2022 года является Telegram. Число авторов, публикуемых в мессенджере ежедневно выросло на 58%. Также заметно увеличился прирост ежедневно публикуемого контента в Telegram – на 24%.

Возьмем три Telegram-канала современных новостных изданий. Первым рассмотрим информационное агентство РИА Новости – @ria_ru (2 607 429 подписчиков, дата обращения: 05.12.2022 г.). Срочные новости публикуются сразу на эту площадку, более детальные и крупные новости публикуют лишь в виде анонса и с ссылкой на официальный сайт канала. В последнее время большая часть публикаций носит политический характер, рассказывает о ходе действий специальной военной операции. Посты все меньше содержат в себе изобразительные дополнения. Все новости публикуются оперативно и находятся в открытом доступе. На сайте РИА публикуют полноценные статьи, с уточнением больших деталей. Обладают большой фотобанк и фотослужба, в архиве сайт можно насчитать более 1 миллиона файлов. Есть приложение для смартфонов.

В Telegram-канале РБК (РосБизнесКонсалтинг) – @rbc_news (357 700 подписчиков, дата обращения: 05.12.2022 г.) большей частью посетителей и читателей являются деловые люди, бизнесмены и политические деятели. Они активно следят за информацией в сфере политики, финансов и экономики. Их лента в социальной сети ежедневно пополняется новой информацией. Лаконичность оформления и наличие бегущих строк – вот, что отмечают пользователи. Есть приложение для смартфонов.

Третьим рассмотрим Telegram-канал сайта Mash.ru – это российское новостное интернет-СМИ, входящее в состав медиахолдинга News Media – @mash (1 751 373 подписчика, дата обращения к каналу: 05.12.2022 г.). На канале размещаются последние актуальные новости России. Все публикации содержат информационную, новостную тематику. Находятся в открытом доступе, просмотреть медиа может любой человек, независимо подписан на аккаунт или нет. Вся информация в полном и бесплатном объеме. Большинство публикаций дополняются изображениями, фото- или видеоматериалами. Также новости выходят оперативно, в полном объеме и доступном для читателей языком.

Среди трендов социальных медиа стоит отметить:

1. Оперативность;
2. Краткость;

3. Пассивное потребление;

4. Самостоятельное влияние читателей на контент: мы можем ставить лайки, писать комментарии или добавлять свои публикации.

На основании этого можно сделать вывод: роль социальных медиа в современном мире огромна – они заменяют или сливаются с классическими медиа. Telegram-каналы – привлечение аудитории на основные площадки, так как они являются афишей всех основных медиа, форпостом перед основными новостями. Будут ли переходить и читать полностью, подписываться или нет – читатели решают сами.

Список источников:

1. Бейнсенсон В.А. Российские СМИ в TikTok и их стратегии: опыт типологизации // Медиа в современном мире. 60-е Петербургские чтения. – Санкт-Петербург, 2021. – С. 161-162.

2. Рейтинги и исследования | Медиалогия // Медиалогия [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения: 05.12.2022).

3. Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск, 2017.

4. Степанов В.А. Социальные медиа: учебно-методическое пособие. Минск: БГУ, 2020 г.

5. Топ-100 популярных медиа, январь 2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://brand-analytics.ru/blog/top-100-media-january-2022/> (дата обращения: 05.12.2022).

6. Brand Analytics: Аналитика социальных сетей – второе полугодие 2022 года [Электронный ресурс]. URL: <https://traff.ink/articles/brand-analytics-analitika-sotsialnyh-setey/> (дата обращения: 05.12.2022).

7. Murthy, D. Twitter: Social Communication In the Twitter Age / D. Murthy. – Cambridge, 2013.

8. Thornley, J. What Is «social media»? / J. Thornley [Электронный ресурс]. URL: <http://propr.ca/2008/what-is-social-media> (дата обращения: 05.12.2022 г.).