

*Кузьмина Алёна Дмитриевна, магистрант*

*Российский государственный гуманитарный университет*

**НОВЫЕ МЕДИА В ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОМ  
ПРОСТРАНСТВЕ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ  
«ВКОНТАКТЕ», «TELEGRAM», «RUTUBE», «ЯНДЕКС.ДЗЕН»)**

**Аннотация:** В связи с увеличением влияния новых медиа в информационно-коммуникационном пространстве, коммуникационная система переживает период изменений. За последние полгода произошли большие изменения в медиа, которые связаны с блокировкой зарубежных социальных сетей и запрет их использования на территории Российской Федерации. В статье рассматриваются новые медиа информационно-коммуникационном пространстве, как «ВКонтакте», «Telegram», «Rutube», «Яндекс.Дзен» и их возможности для продвижения в условиях новой реальности.

**Ключевые слова:** медиа, коммуникация, социальные сети, Интернет, политика, продвижение, аккаунт, имидж.

**Annotation:** Due to the increasing influence of new media in the information and communication space, the communication system is undergoing a period of change. Over the past six months, there have been big changes in the media, which are associated with the blocking of foreign social networks and the ban on their use on the territory of the Russian Federation. The article discusses new media in the information and communication space, such as VKontakte, Telegram, Rutube, Yandex.Zen, and their opportunities for promotion in the new reality.

**Key words:** media, communication, social networks, Internet, politics, promotion, account, image.

Социальные медиа сегодня — это социальная структура, которая состоит

из нескольких важных частей, которые связаны одним или более типами взаимозависимости, такими, как ценности, взгляды, мнения, идеи, дружба, финансовые взаимоотношения, конфликты, торговля и так далее. Социальная сеть — это сообщество людей, объединенных общими интересами, целями и другими причинами для общения и обмена информацией [1].

Термин «новые медиа» возник в конце XX века для обозначения интерактивных электронных изданий и особых форм коммуникации производителей контента с потребителями и играют свою значимую роль, добавляя скорости и неоднородности обозначенным процессам [1]. В наши дни разделяют традиционные и новые медиа по нескольким критериям:

1. Доступность информации
2. Способ доставки к потребителю
3. Децентрализация информации
4. Высокая пропускная способность
5. Интерактивность
6. Гибкость информационного содержания

В связи с увеличением влияния новых медиа в информационно-коммуникационном пространстве, коммуникационная система переживает период изменений. За последние полгода произошли большие изменения в медиа, которые связаны с блокировкой зарубежных социальных сетей и запрет их использования на территории Российской Федерации.

Ключевой момент в идеологии новых медиа — интерактивность. Почти 30 лет назад новые медиа определили, как коммуникационные технологии, которые обеспечивали интерактивность как пользователю, так и между пользователем и самой информацией. Современному человеку, который вынужден жить в мире с бесконечным и быстрым потоком информации, сложно воспринимать и принимать новые знания. Поэтому в электронных медиа особо распространен метод геймификации, благодаря которому можно заполучить внимание пользователя с помощью интерактивной визуализации. Соответственно, новые медиа полностью меняют в обществе модель коммуникаций и способ общения

людей друг с другом [2].

В современном мире любой человек, даже при самом минимальном техническом оснащении, способен создать собственное медиа-издание в любом формате: текст, изображения, аудио, видео. И такими примерами и являются новые медиа, такие как «ВКонтакте», «Телеграм», «Рутуб», «Яндекс.Дзен», которые стали основными элементами коммуникационной среды в 2022 году.

В данный момент информационно-коммуникационное пространство на территории России представляет собой уже нечто «другое», по сравнению с тем, что было в 2021 году [3]. Для распространения информации, обмена новостями и коммуникации сейчас используются 4 основных медиа, каждое из которых имеет свою специфику:

1. «ВКонтакте»: на данный момент является самой крупной и популярной социальной сетью в России (более 106,5 млн.), находится на 39 месте по популярности в мире. Ресурс был создан с целью общения выпускников вузов в России, но рост количества пользователей превратил ВКонтакте в популярную социальную сеть русскоязычного сегмента Интернета. В социальной сети можно создать свою личную страницу, написать заметку, добавить аудио или видео, общаться с другими участниками ВКонтакте, подписываться на обновления групп или пользователей, организовывать встречи или группы.

Преимущества:

- возможность отслеживать новости и публикации друзей, лидеров общественного мнения, политических деятелей;
- быстрая и удобная коммуникация между людьми по всему миру;
- обмен сообщениями и фотографиями;
- возможность смотреть видеозаписи и слушать музыку, вступать в сообщества и играть в игры.

2. «Телеграм»: веб-приложение для обмена мгновенными сообщениями с акцентом на скорость и безопасность, который позволяет обмениваться текстовыми сообщениями и медиафайлами различных форматов. Сервис ориентирован на международный рынок и имеет англоязычный

интерфейс.

Преимущества:

- быстрый доступ к актуальным новостям и официальным СМИ;
- простой, безопасный и бесплатный сервис;
- легко синхронизируется на всех устройствах, работает на настольных ПК, планшетах и телефона;

- приватность переписок и разговоров посредством «Телеграм» обеспечивает протокол шифрования собственной разработки создателей приложения;

- высокая скорость передачи данных и стабильность доставки сообщений даже при плохом соединении;

- редактирование фотографий прямо в мессенджере.

3. «Рутуб»: ведущий российский видеопортал, предлагающий кинофильмы, сериалы и пользовательское видео.

Видеопортал можно использовать как поисковую систему нужной вам информации. В 2021 году «Рутуб» сделал редизайн интерфейса сервиса и обновил платформу. Ранее его рассматривали лишь как видеохостинг, куда загружают видео с других сервисов, например, с YouTube, но после обновления «Рутуб» развивает оригинальный контент — приглашает блогеров и запускает собственные шоу. Комплексное SEO-продвижение состоит из следующих элементов: правильный подбор ключевых слов, оптимизированный заголовок видео, обложки видеороликов, подробное описание, использование хэштегов.

Преимущества:

- безопасный и бесплатный сервис для просмотра видео;
- возможность монетизации;

4. легко синхронизируется на всех устройствах, работает на настольных ПК, планшетах и телефонах.

5. «Яндекс.Дзен»: платформа Яндекса, на которой можно создать свой информационный канал. Контент отображается как в самом Дзене, так и на главной странице Яндекса.

Основные форматы контента в Дзене — статьи, видеоролики и посты. В статьи, кроме текста, можно добавить изображения, видео, виджет из Яндекс.Музыки с треком, виджет из карты с отметкой. Посты — это короткие записи до 1 500 знаков с картинками.

Работает сервис как рекомендательная лента, в которой алгоритмы отбирают материалы, которые потенциально могут заинтересовать читателя. Контент рекомендуют только пользователям, подписанным хотя бы на один канал. Именно по подпискам Дзен решает, что пользователю интересно, поэтому если подписок нет, пользователю показывают собранные подборки каналов на разные темы.

Преимущества:

- подбирает для каждого индивидуальную ленту рекомендации;
- изучает интересы пользователей;
- возможность монетизации;

Информационно-коммуникационное пространство на территории России ежегодно подвергается изменениям и в данный момент представляет собой уже нечто «другое», по сравнению с тем, что было в 2021 году. Стоит отметить, что в последние полгода произошли глобальные изменения в информационно-коммуникационном пространстве, которые связаны не только с развитием новых платформ, но и с блокировкой зарубежных социальных сетей, а также запрет на их использование на территории Российской Федерации. Новая реальность показала, что новые российские медиа служат отличной альтернативой зарубежным медиа в информационно-коммуникационном пространстве.

### **Библиографический список:**

1. Конев В.А., Медиа-реальность и реальность медиа // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Философия. Филология. - 2019. №2. – с. 3-10.
2. Круглова Л.А., Гибридные медиа: роль видео в новых медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2020. - С. 130–

144.

3. Бирюлин И.В., Сорокина Ю.В., О роли новых медиа в трансформации информационного пространства России // Вестник СГЮА. 2020. - №4 (135). – с. 207.