

УДК 070

## «ЯНДЕКС.ДЗЕН» КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО САЙТА

**О. В. Мурзина, А. А. Морозова**

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

*Ведущие средства массовой информации активно используют возможности «Яндекс. Дзена» для продвижения (расширение читательской аудитории, повышение узнаваемости средства массовой информации) своего бренда в Интернете. «Дзен» позволяет сетевым изданиям напрямую выходить к своей целевой аудитории, повышая тем самым свой трафик – количество переходов со сторонних ресурсов на сайт. Искусственный интеллект алгоритма «Яндекс. Дзен» учитывает интересы пользователя Сети и показывает ему материалы с учетом индивидуальной информационной потребности каждого конкретного читателя. В статье рассмотрен опыт работы регионального сайта 74.ru, а также отмечены достоинства и недостатки платформы «Яндекс. Дзен» в продвижении регионального информационного сайта.*

**Ключевые слова:** социальные медиа, Яндекс. Дзен, искусственный интеллект, продвижение, региональный информационный сайт.

В настоящее время социальные медиа могут выполнять ряд функций журналистики. Как отмечает В. В. Тулупов в своей научной статье «Социальные сети и журналистика», соцсети несут информационную, коммуникационную и рекреативную функции [6]. Это неизбежно приводит к снижению трафика на сайт, поскольку аудитория «Яндекса» может не только удовлетворить свою коммуникативную потребность, оставляя комментарии под постами на «Дзене», но и продемонстрировать отношение к информационной повестке дня с помощью «лайков» (отметок «мне нравится») и «дизлайков».

«Дзен» транслирует информацию о происходящих в мире событиях, пусть и в усеченном виде, чего с учетом отмечающейся в последнее время «твиттеризации мышления», вполне достаточно для удовлетворения информационной потребности.

В связи с этим, канал регионального информационного сайта 74.ru на онлайн-площадке «Яндекс.Дзен» помогает этому СМИ привлечь к себе внимание аудитории соцсети, повысить ее лояльность к своей работе и добиться перехода на свой портал с официального канала сетевого издания в «Яндекс.Дзен», расположенного по адресу: <https://zen.yandex.ru/74.ru>.

История «Яндекс. Дзен» началась в июне 2016 года. Тогда компания «Яндекс» выпустила первый в мире браузер с персональной лентой рекомендаций, созданной с применением технологий искусственного интеллекта. Лента, получившая название «Яндекс.Дзен», согласно официальному пресс-релизу компании [8], содержит ссылки на статьи, видео, картинки и другие материалы из Интернета, чтобы пользователи «Яндекс.Браузера» могли получать интересный контент, отобранный для каждого индивидуально.

Лишь год спустя – 30 мая 2017 года – компания «Яндекс» объявила об открытии платформы для издателей, брендов и авторов с возможностью напрямую размещать публикации на рекомендательном сервисе «Яндекса», который весной 2017 года стал крупнейшим в России источником трафика для медийных сайтов.

Руководитель службы поддержки пользователей и партнеров «Яндекс. Дзен» Александр Соболев объяснил, что «Яндекс.Дзен» – это алгоритмическая лента публикаций, которая

формируется на основе знаний браузера о пользователе: какие сайты он посещает, как оценивает статьи и ролики из ленты.

Говоря об аудитории и возможностях «Яндекс.Дзен» для продвижения сетевых региональным средств массовой информации важно отметить, что «Дзен» всего за два года существования проекта вошел в десятку ведущих проектов Рунета с показателем 43 559 246 посетителей в месяц. Показатели опытных игроков digital-рынка выглядят следующим образом: Instagram – 61 000 000, «Яндекс.Видео» – 53 678 332, Facebook – 45 200 000 [1].

Поданным медиакита компании «Яндекс»[1], аудитория – 50% женщин и 50% мужчин – проводит в «Дзене» 42 минуты ежедневно, при этом пользователи приходят не только с главной страницы Yandex через «Яндекс.Браузер», Opera и Meizu, через сайт и приложение zen.yandex.ru, но и через ленты на сайтах партнеров, на которых установлен виджет «Яндекса». Это очень важно, поскольку аудиторией канала становится весь Интернет.

В качестве устройств для пользования «Дзеном» пользователи в 48% случаев используют стационарные компьютеры, в 52% – мобильные устройства. 34% аудитории – это представители Москвы и Санкт-Петербурга, 25% – читатели из многомиллионных городов, 11% – из городов с населением от 500 тысяч до 1 миллиона человек, 30% – все остальные.

Возраст читателей «Яндекс.Дзена» распределяется следующим образом: 25% – от 45 до 54 лет, 24% – 55 лет и старше, 23% – 35–44 года, 19% – 25–34 года, 5% – 18–24 года, 4% – до 18 лет.

«Яндекс.Дзен» учитывает как постоянные, так и текущие интересы, а также предлагает материалы из незнакомых человеку источников – на темы, которые могут, по мнению алгоритма, быть интересны пользователю Глобальной Сети. Любой человек может создать «канал» на вышеуказанной платформе и получить дополнительный источник трафика для своих сайтов [2]. Читатели тоже не тратят время на поиск источников для чтения – информация находится сама с учетом их предпочтений. Это возможно благодаря технологии искусственного интеллекта, который «доводит» каждый материал до той аудитории, которой он интересен.

Если читатели кликают на какую-нибудь карточку часто, для алгоритма это хороший сигнал [3]. Это значит, что публикация вызывает интерес, и ее можно показать большему числу читателей.

За создание и отбор рекомендаций отвечает искусственный интеллект. Это программа, которая анализирует текст публикации, в том числе с точки зрения антиплагиата, но по другим, более сложным и совершенным алгоритмам. После того как анализ будет закончен, она появится в источниках «Дзена», только у тех пользователей, которым она интересна на основании статистических данных их посещений интернет-страниц и анализа через алгоритмы.

Это как раз и есть главная отличительная особенность «Дзена». Продвижение и реклама, в привычном ее понимании, происходит сама собой и не требует финансовых вложений. Главное условие, которое обеспечит хороший охват целевой аудитории – создание интересных и уникальных тематических публикаций [7].

Данным ресурсом активно пользуются и крупные региональные информационные порталы. Основные преимущества «Яндекс.Дзен» для региональных информационных сайтов заключаются в следующем:

Во-первых, «Дзен» ведет трафик на сайт без усилий со стороны сетевого издания. Показатели сравнимы разве что с поисковым трафиком, когда аудитория целенаправленно вводит в строке браузера название информационного сайта с целью удовлетворить свою информационную потребность [7].

Во-вторых, ежедневная аудитория «Яндекс.Дзен» составляет 13 миллионов человек: сравнительно небольшая цифра, которая при этом дает отличные показатели вовлеченности.

«Яндекс.Дзен» самостоятельно находит аудиторию, которой интересны публикации региональных сетевых СМИ, имеющих официальные каналы на этой онлайн-платформе, предлагая современным сетевым изданиям два формата взаимодействия:

1. Запуск трафика с сайта через RSS-ленту.
2. Канал внутри «Дзена».

RSS-лента – сводка сайта в запрограммированном виде, предназначенном для описания лент новостей, анонсов статей и т.д. По данным сервиса «Яндекс. Помощь», «Яндекс.Дзен» использует внешние сайты в качестве источника, для каждого из которых автоматически создает страницу вида [zen.yandex.ru/domain\\_name](https://zen.yandex.ru/domain_name). На ней появляются материалы сайта, отобранные рекомендательными механизмами «Дзена». Чтобы оптимизировать отбор, необходимо подключить к сайту размеченную ленту RSS.

С помощью контента в «Дзене» сетевые СМИ могут строить длительную коммуникацию с читателем. Механики платформы позволяют эффективно взаимодействовать с аудиторией на всех уровнях: от построения первичного знания на миллионы человек до переходов десятков тысяч вовлеченных посетителей на сайты средств массовой информации.

Региональный сайт 74.ru – один из интернет-проектов сети городских сайтов работающей с 1996 года на медиарынке компании RUgion, входящей с 2015 года в состав одной из ведущих медиакомпаний России Hearst Shkulev Media.

Сайт 74.ru занимает топовые позиции в рейтинге LiveInternet [10], у него высокий индекс цитируемости на медиарынке региона. Исследуемое сетевое СМИ имеет собственную службу новостей, удовлетворяет информационные потребности жителя Челябинской области, является ведущим информационным партнером крупных событий и мероприятий, происходящих на Южном Урале.

Рассматривая социальные сети и прочие онлайн-платформы в качестве одного из основных источников повышения трафика регионального сайта 74.ru, следует отметить, что в своей редакционной работе исследуемое СМИ активно использует «Яндекс.Дзен», ВКонтакте, Facebook, «Одноклассники», Twitter, бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами соцсети Instagram, кроссплатформенный мессенджер Telegram и видеохостинг YouTube.

По данным аналитического агентства SimilarWeb [9], из них на сайт 74.ru переходит 14,96% пользователей. При этом существенная доля переходов – 16,37% от числа переходов из социальных сетей – осуществляется из «Яндекс.Дзен».

Аналитика портала по данным на ноябрь 2018 года выглядит следующим образом [5]: среднесуточное количество посетителей сайта 74.ru – 106 300 пользователей. В среднем они проводят на сайте 4:45 минуты. Среднесуточное количество просмотров достигает показателя 427 500, среднесуточное количество визитов – 154 100.

На официальный канал регионального сайта 74.ru в «Яндекс.Дзен», расположенный по адресу <https://zen.yandex.ru/74.ru>, по данным на 2 июня 2019 года, подписаны 2432 пользователя. По данным статистики в период с февраля по апрель 2019 года [11], в 46,76% случаев опубликованный в «Яндекс.Дзен» контент пользователи потребляли с мобильных устройств, просмотры с компьютеров составили 53,24%.

Ведением канала 74.ru на «Яндекс.Дзен» и других сайтов, входящих в состав компании RUgion, по словам главного редактора 74.ru Марии Шраменко, удаленно занимаются специалисты в Новосибирске и Санкт-Петербурге. Материалы в ленту «Дзена» уходят автоматически через RSS-ленту.

Опыт работы сайта 74.ru с «Яндекс.Дзен» говорит о том, что алгоритм не любит негатива, поэтому у сетевого издания стоит ограничение на выдачу криминальных

новостей. При этом не всегда «Дзен» забирает именно человеческие истории, на которые в первую очередь должен ориентироваться искусственный интеллект.

Алгоритмы «Дзена» постоянно меняются, поэтому в своей редакционной работе 74.ru не ориентируется только на эту площадку, активно развивая свои официальные аккаунты на площадках большинства социальных медиа.

Поскольку публикации в «Дзене» настроены через RSS-ленту, у аудитории канала нет возможности оставлять комментарии под публикациями на «Яндекс.Дзен», делиться материалами в социальных сетях, но такая возможность у читателя сохраняется непосредственно на сайте 74.ru. Что касается активности на «Дзене»: здесь подписчик может оставлять своё мнение о публикации в формате «нравится/не нравится».

Итак, определяя специфику продвижения регионального сайта 74.ru через «Яндекс.Дзен» можно выделить ряд достоинств и недостатков изучаемой ленты персональных публикаций.

Среди достоинств «Яндекс.Дзена» следует отметить:

1. Отсутствие необходимости в поиске целевой аудитории. Алгоритм «Яндекс.Дзена» сам показывает материалы СМИ интернет-пользователям, потенциально заинтересованным в создаваемом сетевым изданием контентом.

2. Экономия человеческих ресурсов в виде сотрудников, занимающихся продвижением сайта через «Дзен», в случае с настройкой публикаций через RSS-ленту. Канал в данном случае будет развиваться автоматически.

3. Узнаваемость бренда за пределами регионального медиарынка. Поскольку персональная лента публикаций в настоящее время настроена не только на продуктах компании Yandex, но и на сайтах партнеров.

4. Дополнительный заработок после прохождения порога монетизации канала (в случае самостоятельного ведения канала) за счёт рекламных баннеров, которые «Дзен» будет интегрировать в текст материалов.

5. Создание вокруг СМИ ядра лояльной аудитории из числа интернет-пользователей.

Среди недостатков использования «Яндекс.Дзена» для продвижения СМИ можно выделить:

1. Непредсказуемость поведения искусственного интеллекта, лежащего в основе «Яндекс.Дзен». Алгоритмы «Дзена» постоянно меняются, из-за чего сетевым СМИ приходится постоянно подстраиваться под их требования, чтобы быть узнаваемыми и конкурентно способными на медиарынке.

2. Невозможность влиять на ранжирование материалов в ленте пользователей.

3. В случае ведения канала через RSS-ленту средства массовой информации лишаются возможности влиять на публикации: вносить правки в заголовки и лидеры-абзацы, что может привести к неприятным последствиям (в случае, например, судебных разбирательств).

4. Отсутствие уверенности в завтрашнем дне. СМИ не могут быть уверены, что молодой и быстроразвивающийся проект «Яндекс.Дзен» не перестанет существовать по решению руководства компании Yandex, что приведет к потере аудитории.

5. Сравнительно небольшой функционал платформы, касающийся подачи контента и верстки материалов.

Таким образом можно отметить, что присутствие СМИ на площадке сервиса персональных рекомендаций «Яндекс.Дзен» безусловно поможет региональным сетевым изданиям эффективнее доставлять контент в виде журналистских мультимедийных материалов до целевой аудитории, а также будет способствовать продвижению сайта и увеличению числа лояльных читателей.

### Список литературы

1. Аудитория и рекламные возможности Яндекс.Дзена. URL: <https://ur-l.ru/oOV>, свободный (дата обращения: 02.06.2019).
2. Все, что нужно знать про Дзен. URL: <https://ur-l.ru/D8F>, закрытый (дата обращения: 01.06.2019).
3. Кликбейт – Яндекс.Дзен. Помощь. URL: <https://ur-l.ru/FKZ> (дата обращения: 01.06.2019).
4. Морозова, А. А. Специфика традиционных жанров журналистики в текстах социальных сетей (на примере «ВКонтакте») // Вестник Челябинского государственного университета. Сер. Филология, искусствоведение. Челябинск, 2015. № 5 (360). С. 240–249.
5. Сеть городских порталов Herst Shkulev Digital – Медиакит. URL: <https://ur-l.ru/qAl>, свободный (дата обращения: 02.06.2019).
6. Тулупов В. В. Социальные сети и журналистика / В. В. Тулупов // Век информации. 2015. № 4. С. 11–14.
7. Швяков А. М. Тенденции развития интернет-рекламы: нативная реклама // Актуальные проблемы теории и практики психологии и социологии. 2017. № 2. С. 177–181.
8. Яндекс выпустил браузер с лентой рекомендаций Дзен. URL: <https://ur-l.ru/yaJ>, свободный (дата обращения: 02.06.2019).
9. 74.ru Analytics – Market Share Stats & Traffic Ranking. URL: <https://ur-l.ru/XVH>, закрытый (дата обращения: 04.05.2019).
10. LiveInternet: рейтинг сайтов. URL: <https://goo.gl/mG4ipQ>, свободный (дата обращения: 01.06.2019).
11. Zen.yandex.ru Analytics – Market Share Stats & Traffic Ranking. – URL: <https://goo.gl/Z3Gpo>, закрытый (дата обращения: 02.06.2019).

#### “YANDEX. ZEN” AS A PLATFORM FOR PROMOTION OF A REGIONAL INFORMATIONAL SITE

*Murzina O. V.*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, murzina2201@gmail.com*

*Morozova A. A.*

*Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, roxfan@rambler.ru*

*Leading media are actively using Yandex. Zen to promote (expanding the readership, increasing media awareness) of their brand on the Internet. Zen allows online publications to directly reach their target audience, thereby increasing their traffic – the number of transitions from third-party resources to the site. The artificial intelligence of the Yandex. Zen algorithm takes into account the interests of the web user and shows him the materials, taking into account the individual information needs of each particular reader. The article describes the experience of the regional site 74.ru, as well as the advantages and disadvantages of the Yandex. Zen in the promotion of a regional information site.*

**Keywords:** social media, Yandex. Zen, Artificial Intelligence, promotion, media, regional information site.

### References

1. *Auditoriya i reklamnyye vozmozhnosti Yandeks.Dzena* [Audience and advertising opportunities of Yandex. Dzena], available at: <https://ur-l.ru/oOV>, accessed 02.06.2019. (In Russ.).
2. *Vse, chto nuzhno znat' pro Dzen* [Everything you need to know about Zen], available at: <https://ur-l.ru/D8F>, accessed 01.06.2019. (In Russ.).
3. *Klikbeyt – Yandeks.Dzen. Pomoshch'* [Clickbit - Yandex.DZen. Help], available at: <https://ur-l.ru/FKZ>, accessed 01.06.2019. (In Russ.).
4. Morozova, A. A. (2015). Spetsifika traditsionnykh zhanrov zhurnalistiki v tekstakh sotsial'nykh setey (na primere «VKontakte») [Specificity of traditional genres of journalism in texts of social networks (on the example of «VKontakte»)], in: *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya* [Sign: the problem field of media education], Chelyabinsk, pp. 240–249. (In Russ.).
5. *Set' gorodskikh portalov Herst Shkulev Digital – Mediakit* [Network of city portals Herst Shkulev Digital - Mediakit], available at: <https://ur-l.ru/qAl>, accessed 02.06.2019.
6. Tulupov, V. V. (2015). Sotsial'nyye seti i zhurnalistika [Social Networks and Journalism], in: *Vek informatsii* [Information Age], pp. 11–14. (In Russ.).
7. Shvyakov, A. M. (2017). Tendentsii razvitiya internet-reklamy: nativnaya reklama [Tendencies of Internet advertising development: native advertising], in: *Aktual'nyye problemy teorii i praktiki psikhologii i sotsiologii* [Actual problems of the theory and practice of psychology and sociology], pp. 177–181. (In Russ.).
8. *Yandeks vypustil brauzer s lentoy rekomendatsiy Dzen* [Yandex has released a browser with a ribbon of Zen recommendations], available at: <https://ur-l.ru/yaJ>, accessed 02.06.2019.
9. *74.ru Analytics – Market Share Stats & Traffic Ranking* [74.ru Analytics - Market Share Stats & Traffic Ranking], available at: <https://ur-l.ru/XVH>, accessed 04.05.2019.
10. *LiveInternet: reyting saytov* [LiveInternet: rating sites], available at: <https://goo.gl/mG4ipQ>, accessed 01.06.2019.
11. *Zen.yandex.ru Analytics – Market Share Stats & Traffic Ranking* [Zen.yandex.ru Analytics – Market Share Stats & Traffic Ranking], available at: <https://goo.gl/Z3Gro>, accessed 02.06.2019.

**Мурзина Ольга Владимировна** – студент факультета журналистики, Челябинский государственный университет.  
[murzina2201@gmail.com](mailto:murzina2201@gmail.com)

**Морозова Анна Анатольевна** – кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, директор Учебно-научного центра медиаобразования, Челябинский государственный университет.  
[roxfan@rambler.ru](mailto:roxfan@rambler.ru)