

# ПУБЛИЧНАЯ СФЕРА В АСПЕКТЕ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

УДК 316.472.4

*А. А. Морозова*

*Челябинский государственный университет, Челябинск*

## **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ**

*Рассмотрена социальная сеть «ВКонтакте» как медийный ресурс. На основании изучения комплекса научных и публицистических источников описаны в диахроническом аспекте функциональные возможности данной социальной сети. В качестве практического материала исследования выступили технические особенности ресурса. По итогам проведенного анализа автор выявил широкий спектр мультимедийных возможностей ВКонтакте, сочетающий в себе разновидности аудио-, видео-, текстовых публикаций, изображений, опроса и т. д. Результаты исследования показывают существенную динамику развития социальных сетей как массмедиа, что благоприятно сказывается на пользовательском интересе. В качестве вывода сформулированы основные тенденции, характерные в настоящее время для социальной сети ВКонтакте как медийного ресурса.*

**Ключевые слова:** мультимедийные возможности, функции, социальная сеть, диахроника, ВКонтакте, массмедиа.

### **Введение**

В настоящее время социальные сети являются одним из наиболее популярных и часто посещаемых ресурсов в сети Интернет. Широкие функциональные возможности и техническая доступность в создании контента непосредственно самими пользователями обусловили локализацию в социальных сетях значительного количества населения. Согласно исследованиям за 2018 год, в России аккаунты в социальных сетях имеют 67,8 млн. россиян [16].

Социальные сети немногим более 10 лет назад появились с целью удовлетворения коммуникативных потребностей аудитории. На момент их создания пользователям были предложены лишь основные функции. В России одной из самых популярных социальных сетей стала ВКонтакте: 97 млн. пользователей за месяц посещают данную сеть, 9 млрд. записей и 550 млн. видеозаписей просматриваются на ресурсе в сутки [5].

По данным Statista, активнее всего пользователи в РФ используют YouTube (63% опрошенных), второе место занимает ВКонтакте – 61% (1 место в качестве социальной сети). Также исследователи отмечают тот факт, что треть всего времени, проводимого в Интернете, приходится на социальные сети и что социальные сети – главный источник информации для потребителей [16].

Происходит постоянная корреляция между спросом аудитории и предложением социальной сетью новых форматов подачи информации для пользователей: с одной стороны, широкий спектр мультимедийных, и как следствие, функциональных возможностей, обеспечивает количественное расширение аудитории социальной сети; с другой стороны, разработчики ресурса испытывают необходимость интегрировать в сеть популярные, актуальные форматы как для удержания имеющихся пользователей, так и для привлечения новых, а также в целях увеличения времени, проводимого пользователем в данной социальной сети. В качестве гипотезы исследования можно предположить, что сегодня социальная сеть ВКонтакте имеет весь спектр необходимых форматов подачи информации и является полноценным мультимедийным ресурсом для массовой аудитории, во многом способным заменить другие виды массмедиа.

### **Теоретико-методологическая база исследования**

За прошедшее десятилетие социальным сетям посвящено множество трудов современных ученых. Социальные сети как массмедийный ресурс рассматривают такие исследователи, как А. А. Градюшко [9], О. А. Пичугина [13], В. А. Степанов [18], С. Д. Балмаева [2] и др.

Функциональные особенности социальных сетей изучены Д. А. Швецовым [19], Е. И. Макаренко [11] и другими. Диссертации Л. А. Браславца [4] и А. А. Селютина [15] легли в основу базовых наработок по тематике социальных сетей.

На основании изучения данных научных публикаций, а также анализа ряда публицистических источников [1; 8; 14], в частности новостных заметок от самих разработчиков ВКонтакте [6, 7, 10, 12], описаны в диахроническом аспекте функциональные возможности данной социальной сети. В качестве практического материала исследования выступили технические особенности ресурса ВКонтакте.

Социальные сети все больше расширяют свои возможности, вследствие чего нуждаются в корректировке, дополнении и описании их функциональных и структурных характеристик.

### **Социальная сеть ВКонтакте в диахроническом аспекте**

Создатель социальной сети ВКонтакте Павел Дуров в течение нескольких лет разрабатывал, администрировал и помогал создавать студенческие веб-проекты (студенческие форумы, блоги, копилки материалов к сессии). К лету 2006 года их использование было признано нерациональным, поскольку, по мнению разработчика, «они выносят общение между студентами из реальной плоскости в виртуальную».

П. Дуров в 2004 году одним из первых в студенческом Рунете ввел в профили такие поля, как имя, фамилия, фотография, факультет, курс, кафедра. Но в то время социальные медиа (форумы, чаты, блоги) использовали при регистрации никнеймы. В основу создания ВКонтакте лег прообраз проекта для американских студентов (Facebook), который был сделан по модели «социальная сеть» – в профилях могли использоваться только реальные имена и фотографии, а в качестве логина для входа на сайт служили не никнеймы, а адреса электронной почты.

В США регистрация в Facebook могла осуществляться только по email, который был выдан студенту от университета. Команда П. Дурова стала разрабатывать аналогичную концепцию для российской системы образования: была собрана база данных по вузам, факультетам и кафедрам России. Для этого использовались справочники министерства образования, сайты вузов, личные связи в университетах, в это же время из-за невозможности охвата всех данных была внедрена система добавления новых кафедр и факультетов самими пользователями через вариант «другое».

Летом 2006 года стала функционировать пробная версия «всероссийского студенческого сайта», а в сентябре у ресурса появились первые пользователи. Разработчики рассматривали сайт как средство по укреплению контактов между студентами, выпускниками и бывшими одноклассниками.

В октябре 2006 года уже функционировали основные сервисы сайта: простой и расширенный поиск, профили с параметрами, настройки, вузы, факультеты, школы и места работы, личные сообщения, фотоальбомы с новой для Рунета возможностью отмечать своих друзей на фотографиях. В ноябре к ним добавились группы, встречи и заметки. В это время в социальную сеть можно было попасть только по приглашению. В конце ноября была открыта регистрация, что привело к существенному увеличению количества новых пользователей.

Для привлечения еще большей аудитории в конце ноября 2006 года был объявлен конкурс, в котором победители получали подарки от компании Apple и другие призы. Конкурс имел большой успех и ускорил распространение информации о сайте. В январе, по данным измерителя трафика alexa.com, vkontakte.ru вошел в число 50 наиболее быстрорастущих сайтов Интернета.

К 1 февраля 2007 года ВКонтакте.ру уже стал одним из самых посещаемых сайтов Рунета, оставив позади крупные форумы и сайты знакомств. На 1 февраля 2007 года на сайте посещаемость составила более 25 тысяч человек в день, которые просматривали 2 миллиона страниц ежедневно. В вечернее время сайт посещали более 2500 студентов одновременно [10].

В 2007 году на ресурсе ВКонтакте благодаря вкладке «Обновления» формируется первая лента новостей, к тому же стало возможно загружать и добавлять аудио- и видеозаписи, появляется возможность рисовать «Граффити» на страницах пользователей. В это же время появилась первая мобильная версия ВКонтакте. Л. А. Браславец в диссертации еще в 2010 году описала различные функциональные и структурные возможности социальных сетей, в том числе сайта ВКонтакте [4]. С того момента произошло множество изменений – примерно раз в полгода разработчики ВКонтакте обновляют функции ресурса. Сегодня социальные сети превратились в полноценные

массмедиа; наряду с функцией общения важной функцией является и распространение информации. Браславец Л. А. отмечает, что «любой сервис социальных сетей предоставляет пользователю все возможности для публикации как развлекательных, так и журналистских материалов, облегчая цикл публикации настолько, что размещение материала в Сети становится доступным даже людям, не владеющим языком HTML и приёмами веб-дизайна» [3. С. 128].

Следовательно, на данных ресурсах начинают действовать законы массово-информационного процесса, характерные для традиционных интернет-СМИ. В то же время уникальность представленного пользователю функционала обуславливает необходимость изучения социальных сетей с различных точек зрения как уникальной площадки. В отличие от традиционных СМИ (включая информационные интернет-порталы) в центре массово-информационного процесса социальных сетей находится непосредственно сам пользователь, который одновременно является как субъектом деятельности, занимающимся процессом сбора, обработки и распространения массовой информации, так и потребителем информационного контента. Поэтому все представленные функциональные возможности могут быть доступны абсолютно для любого пользователя, вне зависимости от его образования, умений, способностей.

Осенью 2018 года вышла книга О. Силантьевой «92 мультимедийных формата», которая представляет собой «справочник-навигатор по многообразию мультимедийных форматов и сервисов для их создания». Данный труд обобщил существующие в настоящий момент возможные средства мультимедиа. При этом стоит предположить, что большинство из описанных форматов является возможным для реализации в социальной сети как полноценном медийном ресурсе [17].

#### **Мультимедийные форматы социальной сети ВКонтакте: результаты исследования**

К началу 2019 года социальная сеть ВКонтакте обладает широкими функциями мультимедиа, которые позволят любому пользователю создавать и продвигать собственный контент. Рассмотрим основные возможности мультимедиа, классифицируя их исходя из формы подачи материала.

##### **1) Аудио:**

- аудиозаписи;
- подкасты.

Возможность загружать аудиозаписи, как мы отмечали выше, появилась более 10 лет назад. Также сервис предлагает напрямую записывать аудио, но в настоящее время данная функция доступна только для приватного общения. Аудиозаписи предлагают такие разделы, как «Моя музыка», «Плейлисты», «Рекомендации», «Обновления друзей».

Функция создания подкастов появилась в 2018 году, ВКонтакте запустила бесплатную платформу для размещения и прослушивания подкастов. Сегодня публиковать аудио в новом формате могут всего лишь около 100 сообществ (например, «Медуза», Blitz and Chips, BeardedCast, вДудь и др.). Отличительной особенностью подкастов от аудиозаписей является то, что пользователи могут слушать их в фоновом режиме без ограничений по времени на любом устройстве, а также добавлять выпуск в закладки, менять скорость воспроизведения и делиться с друзьями прямой ссылкой на конкретный эпизод. Если сообщество опубликует подкаст, то подписчики получают уведомления [6].

Есть возможность присоединиться к платформе, для чего авторам необходимо отправить заявку по ссылке [vk.me/prodcasters](https://vk.me/prodcasters), после чего откроется диалоговое окно с «Обществом разговорного жанра», где будет задано несколько вопросов: сколько эпизодов у подкаста, выбор тематики данного подкаста и т.д. Как отмечают разработчики, подкастеры получают не только реакцию слушателей (отметки «нравится», комментарии, количество поделившихся), но и подробную статистику: сколько пользователей включили выпуск и как долго он воспроизводился, сколько людей добавили подкаст в закладки, какие устройства использовались, какие демографические характеристики слушателей [6].

##### **2) Видео:**

- видеозаписи;
- видеотрансляции;
- сторис.

Загрузка и добавление видеозаписей существует уже более 10 лет, при этом видео можно помещать в специальные альбомы, публиковать на стене или отправлять в личных сообщениях.

В 2016 году ВКонтакте появилась возможность создавать «Истории», которая помогла пользователям делиться с друзьями фотографиями и короткими видеороликами (с добавлением текста или стикеров), не публикуя их на своей странице. Исходя из хронометража, всего доступно 12 секунд, записи хранятся 24 часа. Истории видны друзьям и подписчикам в блоке над новостями, также запись можно отправить в диалог в личных сообщениях, при этом автор может видеть количество просмотров.

Возможность прямых трансляций появилась в 2016 году в тестовом режиме, осенью 2017 года с помощью приложения VK Live любые пользователи и сообщества получили возможность делать прямые трансляции ВКонтакте при помощи компьютеров, ноутбуков и специального оборудования. Это позволило в режиме реального времени создавать видеорепортажи, делиться видео с экрана, камеры, а также проводить круглосуточные эфиры. Такие трансляции можно отправить в личном сообщении, поделиться ими на стене, опубликовать в сообществе или встроить на внешний сайт. Появляется уведомление о начале трансляции, также ее можно видеть в ленте новостей (автоматическое воспроизведение без звука, который можно включить), в режиме онлайн есть функция общения в текстовом чате трансляции. Спустя несколько секунд после завершения трансляции можно посмотреть её повтор в том же окне плеера [1].

### 3) Текстовые публикации:

- документ. Данная функция существует около 10 лет и позволяет добавлять документы word- и pdf-формата как в личные сообщения, так и выкладывать на личной странице либо в сообществах для широкой публики;

- записи на стене. Возможность возникла практически с самого момента появления ВКонтакте. Любая запись на стене может содержать до 16384 знаков. Для лучшего восприятия текста разработчики ВК рекомендуют делать записи не длиннее 280 знаков. Если запись будет больше, часть её скроется под кнопкой «Показать полностью». Встроенный алгоритм пытается сделать это так, чтобы не обрывать слова, предложения или абзацы. При этом в сообщениях на стене не поддерживаются такие средства форматирования, как шрифты, жирное, курсивное и др. начертание, выделение цветом и HTML-разметка. Оформить текст можно при помощи смайлов, значков или символов. Также можно добавить аудиозапись, видеозапись, гиперссылку, граффити или изображение. Сегодня публикации на стене позволяют ставить хештеги. Опубликованная запись может быть изменена создателем (либо администратором или редактором сообщества) в течение 24 часов с момента публикации (данная функция появилась не сразу). Любая запись на стене в открытом сообществе или с открытой страницы может быть ретранслирована посредством репоста. Изменения отразятся как на самой записи, так и в её копиях в новостях подписчиков. В течение нескольких лет данный способ был единственным для создания и распространения информации широкому кругу подписчиков;

- заметка. ВКонтакте предоставляет возможность делать элементарные текстовые записи в виде заметок и хранить их у себя на странице. Заметку можно добавить на стену или прикрепить в личном сообщении. Такая запись имеет возможности написания текста (с элементарным форматированием), создания цитат, гиперссылок. Также представляется возможность добавления аудио-, видеозаписей, иллюстраций;

- статья / лонгрид. Более широкими возможностями обладает функция создания статей, которая появилась ВКонтакте в 2017 году. Пользователю предоставлен широкий спектр форматирования текста (абзацы, форматирование шрифта и т. д.), добавления изображений (и подписи к ним), аудио-, видеозаписей, анимации, цитат и гиперссылок. Если статья содержит более 100 слов и набрала более 100 просмотров, то автору при её просмотре станет доступна полная статистика по ней. Статьи одного пользователя или сообщества можно прочесть, если пролистать ленту вниз, поскольку одна статья следует за другой.

При публикации статьи автор имеет возможность выбрать изображение, которое станет визитной карточкой статьи, на нем же будет написан заголовок. В отличие от предыдущих возможностей (запись на стене и заметка), аудитория видит только заголовок и изображение, полный текст статьи отображается только при нажатии на кнопку «Читать».

В данном случае мы можем говорить не только о создании статей, но и о лонгридах значительного объема, содержащих мультимедийный контент. Отличительной особенностью статьи является возможность поделиться ею без ссылки на первоисточник публикации, то есть не делая репост, что идентично публикации ссылки на сторонний сайт.

#### 4) Изображения и анимированные изображения:

– добавление изображения (гиф, фото, рисунок, иллюстрация и т.д.). Возможность публикации изображения на стене, в том числе как иллюстрации к тексту, появилась вскоре после появления стены. Сегодня по-прежнему к одной записи можно добавлять не более 10 изображений. Также к записи можно добавить один или несколько фотоальбомов (со страницы любого пользователя или сообщества). Фотографии располагаются в виде мозаики (коллажа), при этом можно изменять их последовательность. Также немногим позднее стала возможным загрузка изображений в формате гиф;

– граффити. Наряду с этим имеется возможность нарисовать и прикрепить граффити. Данная функция была популярна у пользователей до 2010 года.

5) Постер. Новый вид публикаций появился только в 2018 году. Он представляет собой текст не более 160 символов поверх фонового изображения. В качестве фона можно выбрать «Картинки», «Градиенты» и «Эмоции». В настоящий момент доступно около 30 фонов, при этом цвет текста может быть только чёрным или белым, что зависит от фона, самостоятельно изменить размер шрифта нельзя. Если запись длиннее 160 символов, она преобразуется в обычную текстовую публикацию.

Постер можно разместить как на своей странице, так и на страницах других пользователей, а также в пабликах (своих, через предложенную новость или напрямую, если там открыта возможность публиковать пользовательские записи). В зависимости от места размещения можно применить стандартные настройки записи (показывать только друзьям, отключить комментарии, выбрать, от имени кого размещается запись, отложить публикацию по таймеру, экспортировать в другие соцсети и т. д.).

6) Геолокация. Третьего августа 2010 года был запущен сервис «Места», который предоставил пользователям возможность указывать свое текущее местонахождение. Мобильная версия ВКонтакте для смартфонов автоматически определяет координаты и предлагает для отметки места: известные кафе, рестораны, клубы, кинотеатры, вокзалы и т. д. После того, как пользователь выбрал место и оставил текст, эта информация транслируется в статус пользователя. При нажатии на название места можно увидеть его расположение на карте, а также сообщения посетителей – людей, которые уже побывали в этом месте.

Летом 2018 года ВКонтакте появились карты и кнопки действия. Главной целью появления новой функции является расширение возможностей сообществ для бизнеса. Теперь представители сети магазинов или ресторанов могут отметить на карте адреса всех заведений. Также в сообществах появилась кнопка, для которой можно настроить важное действие. С помощью карты клиенты могут легко найти заведения, магазины или филиалы компании. У администраторов сообщества есть возможность указать не только город, улицу и дом, но даже подъезд или дверь. Если в городе есть метро, ближайшая станция определится автоматически. Для каждой точки можно указать отдельное время работы – так на странице сразу будет видно, открыто ли заведение сейчас. Если пользователь разрешил ВКонтакте доступ к геолокации, адреса автоматически будут отсортированы в зависимости от расстояния до каждой из точек. Администраторы сообщества могут настроить главную кнопку. Она может выполнять любое из действий: позвонить представителям компании, написать сообщение, забронировать столик, записаться на прием, перейти на сайт или открыть приложение.

7) Опрос. Функция опроса появилась ВКонтакте в 2010 году. В момент нововведения его можно было размещать на личной странице пользователя, а также ретранслировать посредством репоста. Функция опросов сразу была доступна для сторонних сайтов в виде социального виджета [7].

В мае 2018 года социальная сеть представила новые возможности для создания опросов – сервис получил обновлённый дизайн и широкие возможности настройки голосований. Благодаря этому пользователи ВКонтакте могут проводить опросы в беседах, ограничивать время голосования, выбирать несколько вариантов ответа и настраивать внешний вид опросов с помощью фоновых иллюстраций. Чтобы дополнительно привлечь внимание читателей, появилась возможность добавить цветной фон, который можно выбрать из представленных иллюстраций или загрузить одну из своих фотографий.

Создатель опроса может указывать его продолжительность и разрешать выбирать несколько вариантов сразу. Если пользователь желает поменять свой выбор, он может переголосовать

до окончания опроса на любой платформе. По истечении времени голосования все участники получают уведомление с приглашением узнать результаты. Опросы ВКонтакте также доступны для интеграции на сторонние сайты.

8) Товар. Данный раздел появился в 2015 году, благодаря чему пользователи получили возможность создавать собственные интернет-магазины внутри социальной сети. Все товары разбиты на категории: гардероб, детские товары, электроника, компьютерная техника, транспорт, недвижимость, дом и дача, красота и здоровье, спорт и отдых, досуг и подарки, домашние питомцы, продукты питания, услуги. Внутри данных категорий доступно множество подкатегорий. В некоторых из них есть товары и услуги, связанные с медиа. Так, в категории «Компьютерная техника» существуют такие разделы как фильмы, программы и музыка, «Услуги» включают в себя подкатегории: фото- и видеосъемка, удаленная работа, обучение и развитие, консультация специалистов. Например, предлагают обучение и работу в «Яндекс-директ», SMM, курсы дизайнеров, таргетированную рекламу и т. д.

В конце июня 2018 года ВКонтакте запустила платформу социальной коммерции VK Pay. С ее помощью можно покупать и продавать товары и услуги в сообществах ВКонтакте. В отличие от других платежных сервисов, для покупателя в VK Pay отсутствует комиссия за ввод, вывод и перевод средств.

### **Выводы**

Социальные сети сегодня являются не только площадкой для коммуникации, но и полноценным медийным ресурсом, отвечающим практически всем потребностям и запросам аудитории. Развитие социальных сетей происходит по двум основным векторам: удовлетворение информационных потребностей аудитории, а также содействие бизнесу. Современные технические платформы сегодня борются за пользователей и их внимание. Поисковые системы, социальные медиа пытаются функционально обновить свои ресурсы так, чтобы аудитория проводила на них как можно больше времени, а не уходила на территорию конкурента. Пользователи и их время пребывания на площадке данных платформах являются главным активом таких ресурсов. Этот актив платформы продают рекламодателям, обеспечивая свое дальнейшее развитие. Время пребывания пользователей на той или иной платформе, а также их интерес в целом к данному ресурсу зависят от предложенного контента. Соответствие тенденциям времени и разнообразие мультимедийных возможностей благоприятно влияют на интерес пользователей.

Следовательно, образуется некая система, которая подразумевает участие трех категорий: авторы, которые создают контент; читатели; бизнес, поддерживающий данную платформу. Изначально существует необходимая база мультимедийных технологий, с ее помощью возможно создавать контент и делиться им. На этой базе пользователи создают продукт, которым начинают пользоваться миллионы людей. Когда данный продукт достигает определённого масштаба, то образуется система, функционирующая по принципу взаимодействия.

Результаты проведенного анализа показывают, что социальные сети, в том числе ВКонтакте, обладают широким спектром мультимедийных возможностей, которые сочетают в себе разновидности аудио-, видео-, текстовых публикаций, изображений, опроса и т. д. По итогам исследования мы видим существенную динамику развития социальных сетей как массмедиа, что благоприятно сказывается на пользовательском интересе.

### **Список литературы**

1. Аверин, Д. «ВКонтакте» 11 лет! Вспомним как менялась социальная сеть / Д. Аверин // TJournal [Электронный ресурс]. – URL: <https://tjournal.ru/60397-vkontakte-11-let-vspomnim-kak-menyualas-socialnaya-set> (дата обращения: 15.11.2018).

2. Балмаева, С. Д. Новые медиа: необратимые измерения в журналистике [Текст] / С. Д. Балмаева // Медиа- и межкультурная коммуникация в европейском контексте: материалы Междунар. научно-практ. конф. ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Институт социально-экономических и гуманитарных исследований Южного научного центра РАН. – 2014. – С. 77–79.

3. Браславец, Л. А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы [Текст] / Л. А. Браславец // Вестник ВГУ. Сер.: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 125–132.
4. Браславец, Л. А. Интернет-сервисы социальных сетей в современной системе средств массовой коммуникации [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Лада Александровна Браславец. – Воронеж, 2010. – 197 с.
5. ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/feed> (дата обращения: 08.01.2018).
6. ВКонтакте запустила платформу подкастов [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/blog/press-podcasts-start> (дата обращения: 08.01.2018).
7. ВКонтакте представила новые опросы [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/blog/press-polls> (дата обращения: 08.01.2018).
8. Возможности и ограничения социальной сети ВКонтакте / VKazi.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://vkazi.ru/o-vkontakte/vozmozhnosti-vkontakte> (дата обращения: 08.01.2018).
9. Градюшко, А. А. Потенциал социальных медиа в структуре инновационной коммуникации [Текст] / А. А. Градюшко // Медиа- и межкультурная коммуникация в европейском контексте: материалы Междунар. научно-практ. конф. ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Институт социально-экономических и гуманитарных исследований Южного научного центра РАН. – 2014. – С. 81–85.
10. История создания социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. – URL: [https://vk.com/topic-23616160\\_26763621](https://vk.com/topic-23616160_26763621) (дата обращения: 08.01.2018).
11. Макаренко, Е. И. Значение и функции социальных сетей в современном обществе [Текст] / Макаренко Е. И., Панферова Ю. М. // В мире научных открытий. – 2012. – № 12 (36). – С. 69–75.
12. Опросы 2.0 [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/blog/new-polls> (дата обращения: 08.01.2018).
13. Пичугина, О. А. Трансформация массовой коммуникативной реальности в эпоху социальных медиа [Текст] / О. А. Пичугина // Вестник РГГУ. Серия «Политология. Социально-коммуникативные науки». – 2013. – № 1. – С. 268–276.
14. Революционные новинки ВКонтакте 2017 года. Полный обзор VK Media Day / IGARYOH.RU [Электронный ресурс]. – URL: <https://igaryoh.ru/revolyucionnyye-novinki-vkontakte-2017/> (дата обращения: 08.01.2018).
15. Селютин, А. А. Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве (на примере анализа текстов социальных сайтов) [Текст]: дисс. ... канд. филол. наук / Селютин Александр Анатольевич. – Челябинск, 2009. – 141 с.
16. Сергеева, Ю. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> (дата обращения: 15.11.2018).
17. Силантьева, О. 92 мультимедийных формата [Текст] / О. Силантьева // Изд-во: Издательские решения, 2018. – 34 с.
18. Степанов, В. А. Сообщества в социальной сети «ВКонтакте» как СМИ: особенности типологии и перспективы развития [Текст] / Веснік БДУ. Серыя 4, філалогія. журналістыка. педагогіка, Мінск: Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт. – № 2. – 2015. – С. 86–90.
19. Швецов, Д. А. Инет-социальные сети: определение, стратификация, функции, риски [Текст] / Швецов Д. А., Пономарев Н.О. // Проблемы управления безопасностью сложных систем: Труды XXI Междунар. конф. под редакцией Н. И. Архиповой, В. В. Кульбы, Российский государственный гуманитарный университет, М. – 2013. – С. 82–86.

## MULTIMEDIA ABILITIES OF SOCIAL NETWORK VKONTAKTE

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

*The social network VKontakte is considered as a media resource. The functional abilities of the network are described in a diachronic aspect based on the study of the complex of scientific and*

publicistic sources. The technical peculiarities of the resource are the practical materials of the research. The results of the research show the significant dynamic of the development of social networks as massmedia which positively influences the consumers' interest. The author draws the conclusion about the basic tendencies which are common for the social network VKontakte as a media resource: some system is formed which implies the participation of three categories: the content-making authors, readers and business which supports the given platform. There is a necessary base of multimedia technologies which helps to create and share the content. Using the base the consumers create the product which is consumed by millions of people. When the given product reaches some certain degree, the interactively functioning system is formed. The technological base includes a wide variety of multimedia abilities of VKontakte comprising different audio, video and text publications, images, surveys etc.

**Key words:** multimedia abilities, functions, social network, diachronic, VKontakte, mass media.

### References

1. Averin, D. “«VKontakte» 11 let! Vspomnim kak menyalas' social'naya set'” [=VKontakte is 11 years old! Recall how the social network has changed], in: *TJournal* [=TJournal], available at: <https://tjournal.ru/60397-vkontakte-11-let-vspomnim-kak-menyalas-socialnaya-set>, accessed 15.11.2018. (in Russ.).
2. Balmaeva, S. D. (2014) “Novye media: neobratimye izmereniya v zhurnalistike” [=New media: inconvertible changes in journalism], in: *Media- i mezhkul'turnaya kommunikatsiya v evropeyskom kontekste: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [=Media and cross-cultural communication in European context: materials of International scientific practical conference], Stavropol, pp. 77–79. (in Russ.).
3. Braslavets, L. A. (2009) “Sotsial'nye seti kak sredstvo massovoy informatsii: k postanovke problem” [=Social nets as mass media: to the problem statement], in: *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [=VGU Herald. Series: Philology. Journalism], Volume 1, pp. 125–132. (in Russ.).
4. Braslavets, L. A. (2010) *Internet-servisy social'nykh setej v sovremennoy sisteme sredstv massovoy kommunikatsii* [= Internet services of social networks in the modern system of mass communication]: diss. ... kand. filol. nauk. Voronezh, 197 p. (in Russ.).
5. *VKontakte* [=VKontakte], available at: <http://vk.com/>, accessed 08.01.2018 (in Russ.).
6. *VKontakte zapustila platformu podkastov* [=VKontakte launched a podcast platform], available at: <https://vk.com/blog/press-podcasts-start>, accessed: 08.01.2018 (in Russ.).
7. *VKontakte predstavila novye oprosy* [= VKontakte introduced new surveys], available at: <https://vk.com/blog/press-polls>, accessed: 08.01.2018 (in Russ.).
8. *Vozmozhnosti i ogranicheniya social'noy seti VKontakte* [=Opportunities and limitations of the social network VKontakte], available at: <https://vkazi.ru/o-vkontakte/vozmozhnosti-vkontakte>, accessed: 08.01.2018 (in Russ.).
9. Gradyushko, A.A. (2014) “Potentsial sotsial'nykh media v strukture innovatsionnoy kommunikatsii” [=Potential of social media in the structure of innovative communication], in: *Media- i mezhkul'turnaya kommunikatsiya v evropeyskom kontekste: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [=Media and cross-cultural communication in European context: materials of International scientific practical conference], Stavropol, pp. 81–85 (in Russ.).
10. *Istoriya sozdaniya social'noy seti «Vkontakte»* [=The history of the creation of the social network «VKontakte»], available at: [https://vk.com/topic-23616160\\_26763621](https://vk.com/topic-23616160_26763621), accessed: 08.01.2018 (in Russ.).
11. Makarenko E. I., Panferova Yu. M. (2012) “Znachenie i funktsii social'nykh setej v sovremennoy obshchestve” [= The value and function of social networks in contemporary society], in: *V mire nauchnykh otkrytij* [=In the world of scientific discoveries], issue 12 (36), pp. 69–75. (in Russ.).
12. *Oprosy 2.0* [=Surveys 2.0], available at: <https://vk.com/blog/new-polls>, accessed 08.01.2018 (in Russ.).
13. Pichugina, O. A. (2013) “Transformatsiya massovoy kommunikativnoy real'nosti v epokhu sotsial'nykh media” [=Transformation of mass communication reality in the epoch of social media], in: *Vestnik RGGU. Seriya «Politologiya. Sotsial'no-kommunikativnye nauki»* [=Herald of Russian State Humanitarian University. A series of Political Science. Social and communication sciences], Issue 1. pp. 268–276. (in Russ.).

14. “Revolucionnyye novinki VKontakte 2017 goda. Polnyj obzor VK Media Day” [=The revolutionary news VKontakte 2017. Full review VK Media Day], in: *IGARYOH.RU* [=IGARYOH.RU], available at: <https://igaryoh.ru/revolucionnyye-novinki-vkontakte-2017/>, accessed: 08.01.2018. (in Russ.).
15. Selyutin, A. A. (2009) *Kommunikativnaya tolerantnost' v virtual'nom prostranstve: na primere analiza tekstov sotsial'nykh saytov* [=Communicative tolerance in virtual space: by the example of textual analysis of social sites]: dis. ... kand. filol. nauk, Chelyabinsk, 247 p. (in Russ.).
16. Sergeeva, Yu. *Social'nye seti v 2018 godu: global'noe issledovanie* [=Social Networks in 2018: A Global Study], available at: <https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/>, accessed: 15.11.2018. (in Russ.).
17. Silant'yeva, O. (2018) *92 mul'timediynykh formata* [=92 multimedia formats], 34 p. (in Russ.).
18. Stepanov, V.A. (2015) “Soobshchestva v sotsial'noy seti «VKontakte» kak SMI: osobennosti tipologii i perspektivy razvitiya” [=Communities in the social network “VKontakte” as the media: features of typology and development prospects], in: *Vesnik BDU. Seryya 4, filologiya. zhurnalistyka. pedagogika* [=Herald of BDU], issue 2, pp. 86–90 (in Russ.).
19. Shvetsov D. A., Ponomarev N. O. (2013) “Inet-sotsial'nyye seti: opredeleniye, stratifikatsiya, funktsii, riski” [=Inet-social networks: definition, stratification, functions, risks], in: *Problemy upravleniya bezopasnost'yu slozhnykh system: Trudy XXI Mezhdunar. konf.* [=Problems of security management of complex systems: Proceedings of the XXI International Conference], Moscow, pp. 82–86 (in Russ.).

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