

Тулаев Никита Александрович,

студент бакалавриата,

направление и профиль подготовки «Реклама и связи с общественностью»;

научный руководитель – Матузенко Елена Викторовна,

д-р экон. наук, профессор,

кафедра гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы,

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»,

г. Белгород, Россия

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

В статье рассматривается вопрос особенностей функционирования социальной сети «ВКонтакте». Отмечены возможности, которые предоставляет сеть для отдельного пользователя и групп, а также для рекламодателей. Проведена параллели между социальными сетями «ВКонтакте», Facebook Марка Цукерберга и «Одноклассники».

Ключевые слова: сайт, реклама, социальная сеть, посетители, участники, пользователи

Nikita A. Tulaev,

Student,

training program and educational program specialization

«Advertisement and public communication»;

Research adviser – Elena V. Matuzenko,

Grand PhD in Economics, professor,

Chair of hotel and tourist service, commerce and advertisement,

ANGO of HE «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law»,

Belgorod, Russia

FEATURES OF «VKONTAKTE» SOCIAL NETWORK FUNCTIONING

The article deals with the peculiarities of «VKontakte» social network functioning. The author presents the stages of the social network brief history development from the moment of creation to the present time. The positive and negative sides of the social network are highlighted. The parallel of the social network «VKontakte» Mark Zuckerberg's social network «Facebook» and social network «Odnoklassniki» is drawn in the article.

Keywords: website, advertisement, social network, visitors, participants, users.

«ВКонтакте» – одна из самых популярных социальных сетей в Рунете, рассчитанная на широкую аудиторию пользователей. Первоначально проект «ВКонтакте» планировался для привлечения студентов российских вузов. Однако создатели социальной сети отошли от этой идеи, поскольку в таком случае ресурс привлекал бы ограниченный круг пользователей.

В настоящее время в социальной сети «ВКонтакте» зарегистрировано более сорока миллионов пользователей, которые представляют разные слои общества, людей разного положения и социального слоя. Преимущественно посещают его жители России. Каждый день на сайт «отмечается» четыре миллиона пользователей [1].

Пользуясь данной сетью, люди могут размещать информацию о себе, сохранять информацию о путешествиях, об участиях в мероприятиях, тексты, фотографии. Возможности сети очень большие: сюда можно отнести и ведение некрупных финансовых дел, и возможности по рекламной деятельности.

За годы существования сети появилась возможность не только писать сообщения, но и выполнять видеозвонки.

Сеть пережила многие преобразования: возросшее количество фейковых страниц заставило разработчиков принять меры по повышению безопасности нахождения пользователей в сети, были внесены поправки в настройки приватности. В настоящее время стало возможным использовать хештеги в записях, создавать группы и сообщества, пользоваться приложениями.

Изменённый дизайн сайта подходит для многих устройств пользователей, облегченная версия дает возможность пользоваться сетью даже при слабых сигналах интернета [2].

Сама по себе социальная сеть – это платформа для общения. Есть очень популярные и не очень популярные сети. Для широкого потребителя, например, «Живой журнал» несколько потерял популярность, ранее эта платформа, где пользователи имеют свои блоги для общения, привлекала многотысячные аудитории людей. Известен «Мой мир» – сеть для знакомств и

общения. Также есть специализированные социальные сети и сети для родителей. Принцип работы – удобный вид коммуникации для общения между людьми через группы и сообщества, через личную переписку, через микроблоги. Размещая пост, содержащий фотографии, статьи или любую новость, пользователь рассчитывает, что друзья смогут это увидеть и быть в курсе новостей. Пользователь создает страницу профиля и настраивает ее, ищет друзей, общается с ними, следит за новостями. Для ведения финансовых дел любая социальная сеть (такая как «ВКонтакте») – большая площадка, открывающая широкую аудиторию, которой можно предложить товары и услуги [4].

Сейчас в социальные сети очень активно переносят рекламу. Проведённые исследования показали, что людей, посещающих различные сайты, многие объявления сильно не раздражают. При проведении исследования авторы статьи отметили, что Facebook – популярная сеть для достаточно обеспеченных людей, это взрослая платежеспособная аудитория. Участники сети находятся в крупных городах. Здесь хорошо «идёт» реклама в области образования, распространения качественных товаров и услуг. Если человек заинтересован в продвижении своих дел, то может оплатить услуги специалиста по рекламе с размещением последней и в группе пользователей, и на личной странице.

Авторы статьи в своей исследовательской работе обратились к социальной сети «ВКонтакте» (по данным SimilarWeb на сентябрь 2019 года, сайт «ВКонтакте» занимал 12 место по популярности в мире). Здесь хорошо продаются образовательные курсы, что позволяет собирать подписчиков, проводить конкурсы. Можно настраивать рекламу на потенциальных покупателей интернет-магазинов. Объявления показывают слева под меню пользователя, в ленте новостей. Например, конкурсы часто проводит группа «Завод художественных красок «Невская палитра»» для продвижения своего товара. Здесь и новые книги, и новые имена художников-акварелистов. В сети

создан специальный вид продвижения – «Приложения ВКонтакте», именно здесь можно создавать интересные истории и привлекать пользователей [5].

Данная социальная сеть – один из самых быстрых способов общения в средних и небольших городах, аудитория взрослая и платежеспособная, сеть больше подходит для продажи образовательных программ. Менеджер находит потенциальных клиентов, использует возможность общаться с клиентами напрямую. Пользователи могут активно участвовать в продвижении товара, оставляя комментарии, отзывы, «лайки».

При правильном действии и завлекательной идеи сайт способен обеспечить массовый приток посетителей. Музыка, видео, приложения, игры, фотографии, новости и книги – все это постоянно находится в свободном доступе. Социальная сеть предоставляет возможность размещать рекламные сообщения, что может принести рекламодателю доход. «ВКонтакте» позволяет многим зарабатывать, предлагая продвижение своего дела, управление пабликами, интернет-магазинами.

Таким образом, можно отметить следующие преимущества социальной сети «ВКонтакте»: удобный интерфейс; широкие возможности для общения и обмена информацией, возможность вести рекламную деятельность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Социальная сеть «В контакте» и ее аудитория [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.seowizard.ru/faq/wiki/article/socialnaya-set-v-kontakte-i-ee-auditoriya/>
2. ВКонтакте: история, успех, известные и малоизвестные факты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://topor.info/internet/vkontakte-istoriya-uspekhi-fakty>
3. Что такое социальные сети – история [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://alzari.ru/socialnye-seti.html>
4. Социальные сети - список популярных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cashbox.ru/blog/populyarnye-sotsialnye-seti/>
5. Виды рекламы в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/flexbe/blog/33210/vidi-reklami-v-sotsialnih-setyah-kakoj-variant-podojdet-dlya-vashego-biznesa>