

УДК 008

DOI: 10.34670/AR.2022.34.97.080

## **Определение отечественного социокультурного инструментария организации интернет-площадок как подход к импортозамещению в сетевой медиакommunikации**

**Божедаров Дмитрий Александрович**

Кандидат филологических наук, доцент,  
Национальный исследовательский Мордовский  
государственный университет им. Н.П. Огарева,  
430005, Российская Федерация, Саранск, ул. Большевикская, 68;  
e-mail: mrsu@mrsu.ru

**Ивойлова Ольга**

Студент,  
Национальный исследовательский Мордовский  
государственный университет им. Н.П. Огарева,  
430005, Российская Федерация, Саранск, ул. Большевикская, 68;  
e-mail: mrsu@mrsu.ru

### **Аннотация**

В статье выделены особенности и технологии раздела и отдельного приложения «Клипы» социальной российской сети ВКонтакте. Данная статья посвящена теме развития отечественного аналога для создания и продвижения вертикальных коротких видео в социальной сети ВКонтакте и является обучающей инструкцией в освоении нового инструмента для разработки медиаконтента. Авторы анализируют новые возможности и использование отечественного инструментария при организации акторской активности в сетевом медиaprостранстве. В современном медиaprостранстве видео – один из популярных и удобных способов потребления контента в социальных сетях. У современного пользователя присутствует клиповое мышление и внимание к медиаматериалу должны привлекать первые несколько секунд. Контент должен быть быстрым, легким и очень вирусным, чтобы привлечь внимания как можно больше зрителей. Именно короткие видео – создатель и двигатель трендов которые позже распространяются на другие площадки и медиаданные. Российские блогеры все чаще выбирают отечественные социальные сети, о чем говорит статистика роста пользователей клипов в ВКонтакте. Клипы ВКонтакте являются отличной альтернативой разделов зарубежных соцсетей и позволяют развивать российское медиaprостранство благодаря новым пользователям, блогерам, креативщикам и обычным пользователям. В условиях изменившегося рынка ВКонтакте и Клипы будут развиваться, расти и предлагать много нового в медиaprостранстве.

**Для цитирования в научных исследованиях**

Божедаров Д.А., Ивойлова О. Определение отечественного социокультурного инструментария организации интернет-площадок как подход к импортозамещению в сетевой медиакоммуникации // Культура и цивилизация. 2022. Том 12. № 5А. С. 591-596. DOI: 10.34670/AR.2022.34.97.080

**Ключевые слова**

ВКонтакте, клипы, видео, социальная сеть, аудитория, контент, медиа, актер.

**Введение**

Российское современное медиапространство нуждается в отечественных площадках и инструментах для создания контента, где пользователи будут чувствовать себя уверенно и не бояться блокировки и потери своих аккаунтов, как на зарубежных площадках. И если сетевое пространство посредством гаджетов естественным образом привлекает детскую аудиторию, то при наличии собственного отечественного инструментария организации данного вида коммуникации значительно повысится уровень контроля и управляемости данным процессом. Что, в свою очередь, обеспечит наименьший уровень «медиа-травматизма». Генерация сетевого образа как генерального средства достижения медийных целей также окажется под социальным контролем [Ткаченко, www].

*Цель исследования.* Сформулировать теоретические подходы к осмыслению процессов коммуникации на современных сетевых площадках;

Выявить новые константные возможности организации на сетевых интернет-площадках условий для эффективной акторской активности.

*Методология исследования.* В качестве основного метода исследования сетевого медиакоммуникативного пространства применяется системно-синергетический метод исследования. Это объясняется прежде всего тем, что сетевая медиакоммуникация как социокультурный процесс возникает и развивается в междисциплинарном пространстве и использует ресурсы различных областей знания. При этом носит антропоцентристский и системообразующий характер. Применяются также методы наблюдения, контент-анализа, качественные и количественные сравнительные методы.

*Научная новизна* исследования заключается в том, что автор впервые подходит к определению координат старта процессов импортозамещения функционального инструментария российских интернет-площадок.

**Результаты исследования и их обсуждение**

Клипы – раздел и отдельное приложение с вертикальной лентой содержащей видеоролики небольшой длительности российской социальной сети ВКонтакте. Раздел доступен в веб-версии социальной сети, в мобильной версии и в отдельном приложении VK Клипы.

Клипы ВКонтакте – отечественная альтернатива раздела «Reels» и коротким видео в TikTok. Появился раздел летом 2020 года и развивается с большой скоростью.

Создание площадки позволяет собрать всех русскоязычных видеомейкеров, блогеров из таких социальных сетей как TikTok, Like на отечественной площадке. А также вырастить новое поколение авторов.

Пользователи Клипов – блогеры, звезды шоу-бизнеса, пользователи социальной сети и с недавнего времени коммерческие аккаунты.

Загружать видео в клипы можно разной тематики:

- Развлекательные видео. Самый распространенный контент в социальных сетях.
- Челленджи. Большинство блогеров соревнуются друг с другом в разных заданиях, снимая и выкладывая видео, тем самым повышая охваты и количество подписчиков.
- Обзоры и советы. Такая тематика подойдет для нативного продвижения товаров и услуг.

С помощью клипов можно повысить свою популярность, заявить о себе, продвигать свою личность, товары и услуги, найти свою аудиторию, стать узнаваемым и популярным. Также клипы помогают найти новых подписчиков.

Потребление видео растет во всем мире, но особенную популярность уже около 10 лет держат короткие видео. Есть исследования, которые характеризуют данные процессы, как «вторую волну человеческой цивилизации, которая поднимает технологию на совершенно новый уровень» [Кириллова, 2015, 49]. Для молодых авторов клипы ВК – это возможность без финансовых вложений с помощью своих идей и креативности развивать свою личность, формировать личный бренд, расширять вокруг собственной личности медиапространство, одновременно повышать уровень доступности всех его сегментов. В процессе симулякризации личности (сетевого образа) так и происходит. Множество мифических личностей, наделенных различными свойствами и качествами, выстаиваются в своеобразную «нейронную сеть», обеспечивая оригиналу не только высокий уровень расширения перцептивности, актерской активности в целом, но успешность вплоть до донатного ее выражения. Данная мотивация во многом определяет тип общества. М. Маклюэн утверждал, что он определяется именно доминирующим типом медиакоммуникации. И добавлял, что скорость передачи информации определяет качество человеческого восприятия [Маклюэн, 2005, 13]. Причем все это происходит в условиях своеобразного «дрогстора», но при известном инструментарии становится более открытым и менее неожиданным [Бодрийяр, 2021, 11].

В ленте присутствует удобный функционал с различными вкладками:

- С вашими видеороликами. Ролики, которые были созданы и загружены автором страницы;
- Лента рекомендаций. Видео которая соцсеть подобрала для вас с учетом вашей активности под другими видеороликами;
- С видео друзей и страниц, на которые вы подписаны;
- Рейтинг с популярными авторами и трендами (популярные ролики, которые распределены по различным категориям: «Животные», «Наука», «Музыка» и др.)
- «Лупа» для поиска роликов или автора (по названию, нику, имени)

Технические особенности площадки:

- Изменение скорости видео (замедление или ускорение);
- Ролик можно загружать из галереи так и снимать в самом сервисе;
- Добавлять текст с разным цветом, шрифтом и размером, а также добавлять рисунок (с помощью виртуальных кистей и маркеров).

Одно из основных отличий и преимуществ российской площадки ВК-клипы над зарубежными конкурентами это AR-механика, упрощающее создание видео и делающее их более оригинальными. Например, можно делать фотоколлажи, отправлять зрителям сердечки, специальные маски и различные видеоэффекты. Благодаря AR-эффектам дополненной

реальности можно настроить в видео фон любого города, страны и даже планеты. AR-эффекты дополняют мир, а не заменяют виртуальным, позволяя находиться как будто на границы реальности и фантастики. Об этом писали такие исследователи как К.Э. Разлогов, В.В. Савчук, Н. Луман и др. [Разлогов, 2005, 35].

Также на площадке присутствуют музыкальный каталог, с помощью которого начинающие музыканты могут продвигать себя и свою музыку, обрести аудиторию и набрать подписчиков.

Еще к особенностям платформы можно отнести высокое качество видео (Full- HD) и умные алгоритмы рекомендаций позволяющие показывать видео как можно большему количеству человек.

Одной из важных составляющих является возможность снять дуэт с другим пользователем, тем самым создать коммуникацию между своей аудиторией и другого человека. Дуэт – снятое вами видео по левой части экрана соединенное с чужим с правой части экрана, в одном ролике воспроизводятся два видео.

К плюсам площадки можно отнести то, что клипы можно распространять по всей социальной сети ВКонтакте (личные сообщения, публикации в сообществах, на личных страницах). Также огромным плюсом для бизнесов будет распространять свои товары или услуги в медиа, задействовав Клипы ВК, ведь площадка предлагает использовать рекламу для продвижения, представляя к ролику кнопку для целевого действия, указать тематику, возрастные ограничения, добавить описание. Реклама смотрится нативно и позволяет показать преимущества товара или услуги, заявить о своем бренде.

К минусам можно отнести подписку не только на клипы автора, но и полностью его страницу, остальной контент автора пользователю может быть просто не интересен

К отличиям Клипов ВК от других видов видеоконтента (видео и историй) можно отнести:

- Исключительно вертикальный формат с отдельной лентой и возможностью вечного существования в сети
- Управление жестами при съемке (механики дополненной реальности), добавление на видео различных эффектов, масок, стикеров
- Комментарии, в которые можно добавлять стикеры, фото и видеоматериалы.

Клипы не пропадают через сутки, как истории, и дают дополнительный охват по сравнению с видео, лента рекомендаций показывает видео новой аудитории, а не только подписчикам.

На рынке профессий, связанных с социальными сетями, большую популярность имеют специалисты: монтажер видео, копирайтер, креативщик. Благодаря разделу «Клипы» на рынке появится больше рабочих мест. Что же может входить в обязанности Клипмейкера, работающего на площадке ВКонтакте?

- Продумывать креативную и вирусную идею ролика на короткий хронометраж;
- Выкладывать клип во время большой активности в аудитории и отслеживать статистику;
- Добавлять, если нужно, текст или другие элементы в видео при монтаже;
- Грамотно распределять контент по социальной сети и привлекать новых подписчиков;
- Подбирать музыку и осуществлять монтаж под последние тренды;
- Постоянно изучать статистику, следить за трендами и популярными видео.

В современном медиапространстве видео – один из популярных и удобных способов потребления контента в социальных сетях. У современного пользователя присутствует клиповое мышление и внимание к медиаматериалу должны привлекать первые несколько секунд. Контент должен быть быстрым, легким и очень вирусным, чтобы привлечь внимания

как можно больше зрителей. Именно короткие видео – создатель и двигатель трендов, которые позже распространяются на другие площадки и медиаданные.

### **Заключение**

Российские блогеры все чаще выбирают отечественные социальные сети, о чем говорит статистика роста пользователей «Клипов» в ВКонтакте.

Клипы ВКонтакте являются отличной альтернативой разделов зарубежных соцсетей и позволяют развивать российское медиапространство благодаря новым пользователям, блогерам, креативщикам и обычным пользователям. В условиях изменившегося рынка ВКонтакте и «Клипы» будут развиваться, расти и предлагать много нового в медиапространстве.

### **Библиография**

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: АСТ, 2021. 384 с.
2. Кириллова Н.Б. Медиалогия. М.: Академический проект, 2015. 424 с.
3. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. М.: Академический проект, 2005. 443 с.
4. Разлогов К.Э. (ред.) Теоретическая культурология. М.: Академический проект, 2005. 606 с.
5. Ткаченко Д. Социальный контроль: понятие, примеры, классификация, функции. URL: Dnevnik-znaniy.ru

## **Definition of domestic socio-cultural tools for the organization of Internet sites as an approach to import substitution in network media communication**

**Dmitrii A. Bozhedarov**

PhD in Philology, Associate Professor,  
National Research Mordovian State University,  
430005, 68, Bolshevitskaya str., Saransk, Russian Federation;  
e-mail: db13@rambler.ru

**Ol'ga Ivoilova**

Graduate Student,  
National Research Mordovian State University,  
430005, 68, Bolshevitskaya str., Saransk, Russian Federation;  
e-mail: olgaivojlova1818@gmail.com

### **Abstract**

The article highlights the features and technologies of the section and a separate application "Clips" of the Russian social network VKontakte. This article is devoted to the topic of developing a domestic analogue for creating and promoting vertical short videos on the VKontakte social network and is a training manual in mastering a new tool for developing media content. The authors analyze new opportunities and the use of domestic tools in organizing actor's activity in the network media space. In the modern media space, video is one of the most popular and convenient ways to consume content on social networks. The modern user has clip thinking and the first few seconds

should attract attention to the media material. Content should be fast, light, and highly viral in order to capture the attention of as many viewers as possible. It is short videos that are the creator and engine of trends that later spread to other sites and media. Russian bloggers are increasingly choosing domestic social networks, as evidenced by the statistics on the growth of users of clips on VKontakte. VKontakte clips are an excellent alternative to sections of foreign social networks and allow the development of the Russian media space thanks to new users, bloggers, creatives and ordinary users. In a changing market, VKontakte and Clips will develop, grow and offer a lot of new things in the media space.

### **For citation**

Bozhedarov D.A., Ivoilova O. (2022) *Opređenje otechestvennogo sotsiokul'turnogo instrumentariya organizatsii internet-ploshchadok kak podkhod k importozameshcheniyu v setevoi mediakommunikatsii* [Definition of domestic socio-cultural tools for the organization of Internet sites as an approach to import substitution in network media communication]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* [Culture and Civilization], 12 (5A), pp. 591-596. DOI: 10.34670/AR.2022.34.97.080

### **Keywords**

Vkontakte, clips, videos, social network, audience, content, media, actor.

### **References**

1. Baudrillard J. (2021) *Obshchestvo potrebleniya* [The Consumer Society]. Moscow: AST Publ.
2. Kirillova N.B. (2015) *Medialogiya* [Medialogy]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.
3. McLuhan M. (2005) *Galaktika Gutenberga* [The Gutenberg Galaxy]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.
4. Razlogov K.E. (ed.) (2005) *Teoreticheskaya kul'turologiya* [Theoretical cultural studies]. Moscow: Akademicheskii proekt Publ.
5. Tkachenko D. *Sotsial'nyi kontrol': ponyatie, primery, klassifikatsiya, funktsii* [Social control: concept, examples, classification, functions]. Available at: [Dnevnik-znaniy.ru](http://Dnevnik-znaniy.ru) [Accessed 12/12/2022]