

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПЕРИОД VUCA-МИРА

Аннотация: в статье поднимается проблема снижения объема аудитории зарубежной социальной сети в России и о том, как это способствовало увеличению аудитории отечественных социальных сетей. Автор анализирует исследования компании Mediascope и рассматривает изменения аудитории в российской блогосфере.

Ключевые слова: целевая аудитория, ВКонтакте, Telegram, подписчики.

Пришло время сказать, что мы живем в очень небезопасном мире – VUCA-world. Аббревиатура, которая неподготовленной публике может показаться чем-то вроде новой модели пылесоса, вошла в деловой лексикон после ипотечного кризиса 2008 года. Но COVID-19 внес свои коррективы, и концепция начала распространяться далеко за пределы бизнеса, заглядывая в окна частной жизни [3].

«VUCA-мир – (нестабильность, неопределённость, сложность и неоднозначность) характеризует изменчивую и сложную среду современного мира, где не существует гарантированной стабильности» [3] (см. рисунок 1).

² Науч. рук. ассистент Бомбин А.Ю.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

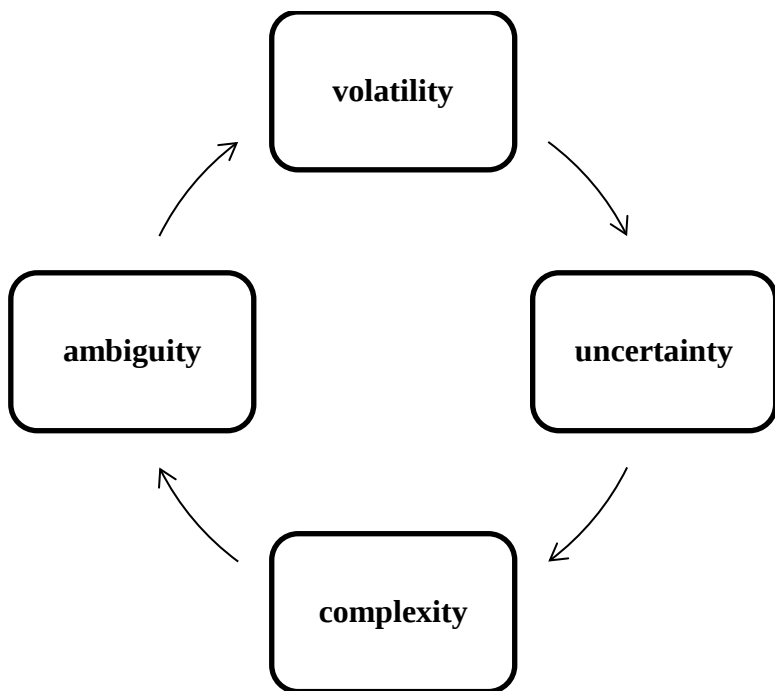


Рис. 1. Элементы VUCA-мира

На территории Российской Федерации, из-за введения санкций со стороны зарубежных стран, некоторые мировые социальные сети ограничили доступ россиянам к зарубежным платформам. На данный момент свою деятельность прекратили следующие платформы [2]: Instagram и Facebook (организации, деятельность которых признана экстремистской на территории Российской Федерации), Twitter.

Блокировка данных платформ привела к тому, что многие организации, блогеры и медийные личности, у которых были профили на вышеперечисленных площадках, перешли в мессенджер Telegram или же начали вести свои блоги на отечественных площадках (ВКонтакте, Одноклассники). После блокировки популярных зару-

бежных социальных сетей последовали и бурные возмущения российских граждан. Причина вполне ясна – потеря большей части аудитории из-за перехода на другие площадки.

Из результатов измерения Mediascope следует, что с 11 марта, когда Роскомнадзор объявил о блокировке Instagram, количество пользователей Telegram резко возросло. 10 марта аудитория Telegram насчитывала 35,7 миллиона россиян, затем, на следующий день – 40,9 миллиона, а 14 марта, в день блокировки Instagram, – 47,3 миллиона человек, данную динамику прироста осветили в РБК [1]. Средние показатели прироста аудитории в социальных медиа среди пользователей из России представлены на рисунке 2.

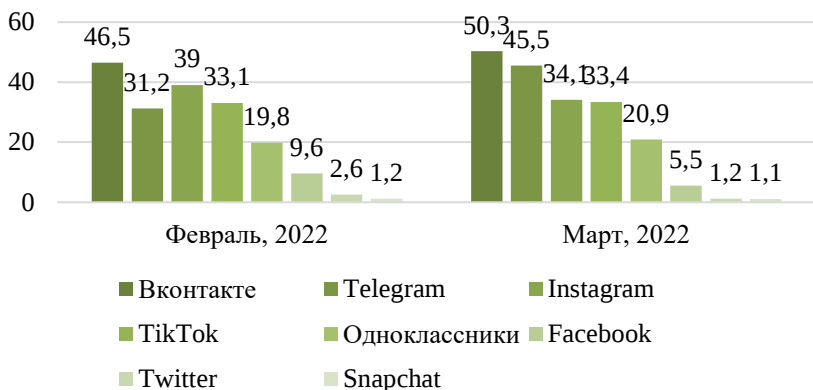


Рис. 2. Динамика прироста аудитории в социальных медиа (в млн пользователей)

На примере инфлюенсера: инста-модели Надин Серовски (@nadin_serovski) проведем сравнительный анализ спада уровня аудитории до и после блокировки сети Instagram на территории Российской Федерации (см. таблицу 1).

Наблюдается достаточно ощутимая разница и отмечается существенное падение аудитории. Учитывая то, что блогерша вела достаточно успешные запуски курсов по обучению бровистов. Проблема потери аудитории коснулась многих шоурумов, брендов медийных личностей.

То есть изменение среды «обитания» повлекли за собой страшные последствия для тех, кто буквально жил в Instagram, Twitter и Facebook.

У данных зарубежных приложений есть огромное количество преимуществ по сравнению с нашими отечественными приложениями. К примеру, если оценивать ВКонтакте и Instagram, казалось бы, те же функции и возможности у пользователей, но из-за некачественного дизайна пользователи жалуются на визуальный «мусор». То есть те, кто привык к минимализму, будет трудно ориентироваться во ВКонтакте.

Таблица 1

Аудитория автора в соцмедиа

Социальная сеть	до 14.03	после 14.03
Instagram	9,4 М	9,3 М
ВКонтакте (vk.com/nadin_serovski)	~ 100 К	231 К
Telegram-канал (t.me/nadin_serovski_official)	~ 300 К	675,9 К

Многие сейчас считают, что Telegram стал равносильной заменой Instagram, но стоит опровергнуть данное мнение. Сравнить мессенджер и социальную сеть это ошибочно. Конечно, Telegram на данный момент занимает лидирующие позиции мессенджеров, но пока разработчики не считают нужным и правильным превращать свое приложение в социальную сеть.

Стоит также отметить, что любой хаос – это толчок к чему-то новому, а значит есть надежда на развитие отечественных каналов коммуникаций. Уже сейчас отечественные платформы социальных сетей стремительно развиваются. Появляются новые социальные сети, разработанные под требования целевой аудитории.

Данная статья наглядно доказывает угрозу потери большей части аудитории и последствия данной и угрозы и о том, как отечественные блогеры стараются избежать этой угрозы на примере Надежды Серовой.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Как изменялась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика // РБК. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666 [дата обращения: 26.03.2022].
2. Какие СМИ и соцсети заблокировали в России // TENGRINEWS. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tengrinews.kz/russia/kakie-smi-i-sotsseti-zablokirovali-v-rossii-463497/> [дата обращения: 26.03.2022].
3. Неустойчивый VUCA-мир: как принять, что жизнь больше не будет прежней // РБК. [Электронный ресурс]. – URL: <https://style.rbc.ru/life/5ef1ea139a79473c5be3e750> [дата обращения: 26.03.2022].