

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра общего литературоведения и журналистики

**Социальная сеть «ВКонтакте» как платформа современных интернет-
СМИ (На примере ТАСС и РИА Новости)**

АВТОРЕФЕРАТ ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 432 группы
направления 42.03.02 «Журналистика»
Института филологии и журналистики
Демьяновой Татьяны Александровны

фамилия, имя, отчество в Р.п.

Научный руководитель

канд. фил. наук, доцент

А. А. Суворов

Зав. кафедрой

д. филол. н., профессор

В.В. Прозоров

Саратов
2026

Цифровизация, стремительное развитие искусственного интеллекта и новые возможности в интернет-пространстве вынуждают традиционные СМИ адаптироваться к новой онлайн-реальности.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью социальных сетей в деятельности современных средств массовой информации. Социальные сети становятся не только дополнительным каналом распространения информации, но и самостоятельной площадкой взаимодействия СМИ с аудиторией.

Объект исследования: официальные сообщества интернет-СМИ ТАСС и РИА Новости в социальной сети «ВКонтакте».

Предмет исследования: публикации, размещённые в официальных сообществах ТАСС и РИА Новости во «ВКонтакте».

Цель работы: сформировать представление о специфике использования социальной сети «ВКонтакте» как площадки для публикации материалов интернет-СМИ на примере ТАСС и РИА Новости.

Для достижения поставленной цели были решены следующие задачи:

- охарактеризованы понятия «социальные сети» и «интернет-СМИ»;
- изучены история и особенности развития социальной сети «ВКонтакте»;
- проанализированы публикации официальных сообществ ТАСС и РИА Новости;
- выявлены особенности функционирования выбранных интернет-СМИ в социальной сети «ВКонтакте».

Научная новизна исследования заключается в комплексном сравнительном анализе деятельности ТАСС и РИА Новости в социальной сети «ВКонтакте» в условиях современных медиапрактик.

Социальная сеть «ВКонтакте» (английское название – VK) отличается многофункциональностью и широкой целевой аудиторией: она объединяет инструменты для личного общения, творчества и бизнеса.

В последние 5 лет выбранные информационные агентства активно развивают социальные сети, чтобы охватить как можно больше русскоговорящих читателей: аудитория ТАСС во «ВКонтакте» составляет более 1 млн пользователей, РИА Новости – более 3,3 млн.

Исследовательский интерес вызван тем, как крупные российские информационные агентства задействуют социальную сеть «ВКонтакте» для собственного продвижения: какие использует жанры, форматы, темы, дублирует ли только основные новости сайта или создаёт уникальный контент, а также – какую реакцию получает от своей аудитории.

Исследовательский период охватывает 2023–2024 годы. Именно этот промежуток времени мы берем за основу, поскольку нам нужно охватить все современные тенденции развития СМИ на платформе, основываясь на их сообществах «ВКонтакте» и использования ими инструментов, которые предоставляет площадка.

Теоретической базой работы выступают труды российских и зарубежных исследователей. Среди них: Л. М. Левин, Е. Чуранова, Чжан Сяосяо, М. М. Лукина, И. Д. Фомичева, М. С. Мыгаль, И. И. Карпенко, О. И. Молчанова, М. С. Бударина, Н. К. Сяндюков, Е. Н. Васильева, О. В. Копылов, О. В. Красноярова, О. М. Шахмартова, Е. Ю. Болтага, А. С. Дужникова, Т. С. Садыгова, С. С. Быстрицкий, И. В. Фотиева, К. А. Кирилин, А. О. Брагина, Е. А. Зинкин, К. Р. Нигматуллина, С. А. Щебетенко, А. В. Иванова, А. А. Морозова, М. В. Симкачева, С. В. Кузьмин, А. Е. Асташева, Е. А. Баранова, Н. А. Захарченко, Т. В. Карелова, А. А. Иляхина, И. В. Деева, И. С. Карпикова, В. В. Артамонова, И. Кедровская, Е. Ю. Коломийцева, Е. Ф. Коханов, В. В. Кравцов, М. В. Шкондин, П. Ларин, В. С. Нарчук, В. И. Тармаева, А. И. Пилейко, Л. И. Петрова, А. В. Резаев, Н. Д. Трегубова, Е. Л. Вартанова, А. А. Градюшко, С. И. Симакова, А. А. Тertyчный, В. В. Прозоров, А. С. Воронкин, Р. А. Дукин, Ю. А. Новак, А. С. Аракелян, О. С. Трушкин, В. С. Батукова.

В теоретической части дипломной работы были проанализированы ключевые определения, термины и подходы к понятию «интернет-СМИ», «социальные сети» и «медиаплатформы», представленные в трудах наших предшественников и исследователей.

Для формирования общего представления о специфике современной журналистики мы обратились к научным трудам В.В. Прозорова.

Методы исследования: отбор и анализ публикаций СМИ в социальной сети ВК, на основе сравнения публикаций за разное время – выявление

тенденций, формирование статистики и составление аналитической характеристики.

Рассмотрев все официальные сообщества в системе ТАСС и РИА Новости, мы остановились на главных группах, лидирующих по количеству аудитории и публикуемого контента. За выбранный период мы проанализировали 1697 публикаций ТАСС и 919 публикаций РИА Новости.

Для того, чтобы охватить достаточное количество материала, отследить существенные изменения в редакционной политике и получить резистентные данные, мы систематизировано анализировали текстовые публикации – за каждый первый день месяца, начиная с 1 января 2023 года – поскольку ежедневно на платформе «ВКонтакте» информагентства публикуют несколько десятков публикаций.

Методология исследования включает систематизацию материалов в таблицах Excel, проведение контент-анализа путем ежедневной выгрузки публикаций и последующее выявление закономерностей и особенностей в них. Подробное описание методологии формирования репрезентативной выборки по нашему материалу представлено во второй главе работы на страницах 30–31.

Структура исследования: Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованной литературы и интернет-источников, включающего 63 наименования, и приложений. Общий объем работы – 77 страниц.

Основное содержание работы

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты исследования интернет-СМИ и социальных сетей. Проанализированы основные подходы к определению понятий «интернет-СМИ», «социальные сети» и «медиаплатформа», рассмотрены функции социальных сетей в современной медиасреде, а также история развития и функциональные возможности социальной сети «ВКонтакте».

В параграфе 1.1 «Понятие и специфика интернет-СМИ» анализируются научные подходы к определению сетевых медиа. На основе работ М.М. Лукиной и И.Д. Фомичевой интернет-СМИ рассматриваются как специализированные цифровые ресурсы, функционирующие в интернет-среде и предоставляющие

оперативную, регулярную и доступную массовую информацию¹. Подчёркивается, что интернет-журналистика сохраняет базовую коммуникативную функцию традиционных СМИ, но при этом предполагает двустороннюю модель взаимодействия, при которой аудитория получает возможность влиять на содержание и ход обсуждения².

Также в первом параграфе рассматриваются признаки интернет-СМИ: оперативность, мультимедийность, гипертекстуальность, интерактивность, регулярность обновления и фрагментарность аудитории. М.С. Мыгаль выделяет мультимедийность и гипертекстуальность как важнейшие характеристики интернет-журналистики³, О.И. Молчанова связывает специфику сетевого издания с инновационностью, трансмедийностью, конвергентностью и фрагментарностью⁴, а Е.Н. Васильева подчёркивает значение гипертекстуальности, интерактивности и мультимедийности для функционирования сетевых СМИ⁵.

В параграфе 1.2 «Понятие и специфика социальных сетей» раскрывается сущность социальных сетей как особой формы виртуальной коммуникации. В работе используется определение Л.М. Левина, согласно которому социальная сеть представляет собой сообщество людей в виртуальной среде, объединённых на основе одной платформы⁶. Рассматриваются основные функции социальных сетей: коммуникативная, информационная, социализирующая,

¹Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета: учебное пособие / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005. – С. 54.

²Чжан Сяосяо. Актуальные тенденции развития интернет-журналистики / Чжан Сяосяо // Наука. Образование. Современность / Science. Education. The Present. – 2024. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-tendentsii-razvitiya-internet-zhurnalistiki?ysclid=mgfmhqp021700486495> (дата обращения: 05.10.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

³Мыгаль, М. С. Журналистский гипертекст в системе массмедийной интернет-коммуникации / М. С. Мыгаль, И. И. Карпенко // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. – Белгород, 2011. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistiski-gipertekst-v-sisteme-massmediynoy-internet-kommunikatsii> (дата обращения: 13.12.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

⁴Молчанова, О. И. Конвергентная редакция как новый тип организации редакционной структуры СМИ / О. И. Молчанова // Знание. Понимание. Умение. – Санкт-Петербург, 2018. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konvergentnaya-redaktsiya-kak-novyy-tip-organizatsii-redaktsionnoy-struktury-smi> (дата обращения: 14.12.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

⁵Васильева, Е. Н. Интерактивность сетевых СМИ: функциональные задачи и формы / Е. Н. Васильева // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. – Челябинск, 2022. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnost-setevyh-smi-funktsionalnye-zadachi-i-formy> (дата обращения: 27.12.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

⁶Левин, Л. М. Социальные сети: основные понятия, характеристики и современные исследования / Л. М. Левин // Проблемы современного образования. – 2019. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-osnovnye-ponyatiya-harakteristiki-i-sovremennye-issledovaniya> (дата обращения: 01.10.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

самоактуализирующая, идентификационная и развлекательная⁷.

Особое внимание уделяется взаимодействию СМИ и социальных сетей. Отмечается, что социальные сети трансформируют модели потребления информации, становятся источником трафика и платформой доступа к активной аудитории⁸. Кроме того, они позволяют редакциям распространять материалы, получать обратную связь, формировать бренд, вовлекать подписчиков и использовать пользовательский контент как источник информации⁹. В связи с этим социальные сети рассматриваются как пространство, в котором традиционные функции СМИ реализуются новыми техническими и жанровыми средствами.

В параграфе 1.3 «История развития и особенности социальной сети «ВКонтакте»» прослеживается становление платформы с момента запуска в 2006 году. Рассматриваются этапы расширения функционала: появление мобильной версии, системы лайков, микроблогинга, возможности прикрепления к комментариям изображений, аудио, видео и документов, развитие умной ленты, редактора статей, клипов, VK Видео, мессенджера и других сервисов. История платформы используется в работе не как самостоятельный предмет исследования, а как основание для понимания тех инструментов, которыми располагают современные интернет-СМИ при публикации материалов во «ВКонтакте»¹⁰.

В этом же параграфе анализируются мультимедийные возможности «ВКонтакте»: аудиозаписи и подкасты, видео, клипы, онлайн-трансляции, текстовые публикации, изображения, анимации, постеры и геолокация. На основе работы А.А. Морозовой подчёркивается, что мультимедийный

⁷ Садыгова, Т. С. Социально-психологические функции социальных сетей / Т. С. Садыгова // Вектор науки ТГУ. – 2012. – № 3 (10). – С. 193.

⁸ Фотиева, И. В. Взаимодействие СМИ и социальных сетей: формы, методы, социокультурная значимость / И. В. Фотиева, К. А. Кирилин, А. О. Брагина // Мир науки, культуры, образования. – 2024. – № 2 (105). – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-smi-i-sotsialnyh-setey-formy-metody-sotsiokulturnaya-znachimost/viewer> (дата обращения: 07.10.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

⁹ Нигматуллина, К. Р. Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России / К. Р. Нигматуллина // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – Москва, 2021. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mesto-sotsialnyh-setey-v-razvitii-regionalnoy-zhurnalistiki-v-rossii> (дата обращения: 12.10.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

¹⁰ Как начинался ВКонтакте: от закрытого справочника студентов до самой популярной соцсети в России // Journal TheGirl. – 10.10.2022. – [Электронный ресурс]. URL: <https://thegirl.ru/articles/kak-nachinalsya-vkontakte-ot-zakrytogo-spravochnika-studentov-do-samoi-populyarnoi-socseti-v-rossii/> (дата обращения: 25.07.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

функционал социальной сети даёт интернет-СМИ широкий инструментарий для реализации задач современной журналистики и взаимодействия с аудиторией¹¹. Отдельно рассматриваются актуальные тренды платформы: востребованность видеоформатов, мультиформатное потребление и популярность тематических сообществ¹².

Во второй главе «Анализ деятельности интернет-СМИ ТАСС и РИА Новости в социальной сети «ВКонтакте»» проводится практический анализ официальных сообществ двух информационных агентств. Исследовательский период охватывает 2023 – 2024 годы. Для анализа была сформирована выборка публикаций за каждый первый день месяца; такой подход позволил охватить достаточный объём материала и отследить изменения в редакционной политике агентств.

В параграфе 2.1 «Специфика функционирования сообщества ТАСС в социальной сети «ВКонтакте»» сначала описывается экосистема групп ТАСС на платформе: основное сообщество ТАСС, «ТАСС Наука», «Пресс-центр ТАСС», «ТАСС Конференции», «ТАСС Спорт» и другие. Для анализа было выбрано основное сообщество ТАСС как лидирующее по объёму аудитории и публикационной активности¹³.

В ходе анализа сообщества ТАСС было рассмотрено 1697 публикаций. По формату публикаций были выделены следующие группы: описание инфоповода со ссылкой на первоисточник – 1472 материала, или 87%; полноценный материал без использования отсылок на сторонние ресурсы – 144 публикации, или 8%; дайджесты со списком кратких описаний инфоповодов и ссылками на сайт – 75 публикаций, или 4%; репосты из других сообществ – 6 публикаций, или менее 1%. Эти данные позволили сделать вывод, что сообщество ТАСС во «ВКонтакте» чаще всего выступает вспомогательным каналом дистрибуции материалов сайта, а не самостоятельным интернет-ресурсом.

¹¹ Морозова, А. А. Мультимедийные возможности социальной сети «ВКонтакте» / А. А. Морозова // Знак: проблемное поле медиаобразования. – Челябинск, 2019. – [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimedijnyye-vozmozhnosti-sotsialnoy-seti-vkontakte> (дата обращения: 17.12.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

¹² Исследование трендов ВКонтакте: 73% пользователей смотрят короткие ролики, 46% публикуют истории ежедневно // Новости ВКонтакте. – [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/press/trends-2024?anchor=&ref=im> (дата обращения: 04.10.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

¹³ Сообщество ТАСС // ВКонтакте. – [Электронный ресурс]. URL: <https://vk.com/tassagency?from=search> (дата обращения: 01.11.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

Отдельно рассматривался иллюстративный материал. В публикациях ТАСС преобладают фотографии и серии фото – 1068 публикаций, или 63%; горизонтальные видео – 329 публикаций, или 19%; карточки и серии карточек – 274 публикации, или 16%; прочие нерегулярные форматы, включая сочетания видео и фото, опросы и клипы, составляют около 2%. Таким образом, визуальная стратегия ТАСС ориентирована преимущественно на использование фотографий и видеоматериалов, уже связанных с основным сайтом агентства.

Тематический анализ показал, что в сообществе ТАСС преобладают политическая и военная повестки: политическая тема представлена 562 публикациями, или 33%, военная – 474 публикациями, или 28%. Экономическая сфера составила 265 публикаций, или 16%, социальная – 198 публикаций, или 12%, культурно-просветительская – 144 публикации, или 8%. Ещё 54 публикации, или 3%, отнесены к неопределённой категории, поскольку представляли собой дайджесты из разных сфер.

При анализе вовлечённости аудитории установлено, что на 1 января 2023 года в сообществе ТАСС насчитывалось 873 тыс. подписчиков, к концу 2023 года – 958 тыс., а к концу 2024 года – 1,029 млн человек. Количество просмотров на проанализированных материалах составило 31 741 506. На 1697 публикациях зафиксировано 160 376 лайков, 26 403 комментария и 13 972 репоста¹⁴. При этом доля лайков от общего числа просмотров составляет около 0,5%, что свидетельствует о преимущественно пассивном характере пользовательского потребления.

В параграфе 2.2 «Специфика функционирования сообщества РИА Новости в социальной сети «ВКонтакте»» анализируется экосистема сообществ РИА Новости. Рассматриваются основное сообщество РИА Новости, «РИА Новости Спорт», «РИА Новости Крым» и другие тематические страницы. Для основного анализа выбрано главное сообщество РИА Новости как наиболее крупное и репрезентативное¹⁵.

¹⁴ Сводная аналитика для группы ТАСС во «ВКонтакте» / Сервис аналитики LiveDune – [Электронный ресурс]. URL: https://pro.livedune.com/vk/view/tassagency?range_from=2023-01-01&range_to=2023-12-31 (дата обращения: 07.02.2026). Загл. с экрана. Яз. рус.

¹⁵ Сообщество РИА Новости // ВКонтакте. – [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/ria?search_track_code=58ad0c5bVuPejSm6f5qYPOQSVt2QJiygD2SaS0NeQ2C4F0-TsjAUfnM0uCHgUzBR21QDhdZDKZ4cY5M0OA&from=search (дата обращения: 02.11.2025). Загл. с экрана. Яз. рус.

В сообществе РИА Новости было проанализировано 919 публикаций. Среди форматов преобладают самостоятельные инфоповоды – 589 публикаций, или 64%; дублирующие посты со ссылкой на первоисточник – 327 публикаций, или 35%; репосты из других сообществ – 3 публикации, или менее 1%. В отличие от ТАСС, РИА Новости чаще адаптирует материалы под формат социальной сети и создаёт самодостаточные публикации, не требующие обязательного перехода на сайт.

В качестве иллюстративного материала в сообществе РИА Новости чаще всего используются карточки – 436 публикаций, или 48%; постеры, созданные площадкой из ссылки, – 291 публикация, или 32%; горизонтальные видео – 100 публикаций, или 11%; клипы – 75 публикаций, или 8%; прочие форматы составляют около 1%. Эти данные показывают, что РИА Новости активнее использует визуальные и мультимедийные инструменты, характерные именно для «ВКонтакте», в том числе карточки и вертикальные видео.

Тематическая структура публикаций РИА Новости также демонстрирует преобладание военной и политической повестки. Военная тема представлена 373 публикациями, или 41%, политическая – 214 публикациями, или 23%. Экономическая тематика составляет 122 материала, или 13%, социальная – 113 публикаций, или 12%, культурно-просветительская – 97 публикаций, или 11%.

Показатели вовлечённости аудитории РИА Новости значительно выше в абсолютных значениях, однако также указывают на пассивный характер взаимодействия пользователей с контентом. На 1 января 2023 года в сообществе насчитывалось 2,973 млн подписчиков, к концу 2024 года – 3,249 млн человек. Количество просмотров на проанализированных материалах составило 91 104 566; было зафиксировано 560 912 лайков, 135 225 комментариев и 62 010 репостов¹⁶. При этом лайки составляют около 0,6% от общего числа просмотров.

В заключении обобщаются результаты исследования. Установлено, что в 2023 – 2024 годах социальная сеть «ВКонтакте» является значимой платформой функционирования современных интернет-СМИ на примере ТАСС и РИА Новости. Оба агентства активно применяют мультимедийные форматы –

¹⁶ Сводная аналитика для группы РИА Новости во «ВКонтакте» / Сервис аналитики LiveDune – [Электронный ресурс]. URL: https://pro.livedune.com/vk/view/tassagency?range_from=2023-01-01&range_to=2023-12-31 (дата обращения: 02.10.2026). Загл. с экрана. Яз. рус.

фотографии, видео, карточки, инфографику, дайджесты и интерактивные элементы, однако их редакционные стратегии различаются.

ТАСС в большей степени использует «ВКонтакте» как канал распространения и продвижения материалов сайта: 87% публикаций представляют собой краткое описание инфоповода со ссылкой на первоисточник. РИА Новости, напротив, чаще создаёт самостоятельные публикации: 64% материалов являются самодостаточными постами, адаптированными под особенности социальной сети. Это позволяет говорить о более выраженной платформенной адаптации контента РИА Новости.

Анализ тематической структуры показал доминирование политической и военной повестки в сообществах обоих агентств. При этом в исследуемый период заметно присутствие экономических, социальных и культурно-просветительских материалов, хотя их доля остаётся меньшей. Анализ пользовательской активности показал, что рост числа подписчиков не сопровождается столь же высоким уровнем вовлечённости: пользователи чаще просматривают публикации, чем комментируют, репостят или оценивают их.

Таким образом, «ВКонтакте» выступает не только каналом расширения аудитории, но и важным инструментом реализации редакционной политики ТАСС и РИА Новости. Эффективность присутствия интернет-СМИ на платформе зависит от способности редакции адаптировать материалы под формат социальной сети, использовать мультимедийные инструменты и создавать контент, который не только информирует, но и учитывает специфику пользовательского поведения в цифровой среде.