

НОВЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА — КАК НОВАЯ СОЦИАЛЬНАЯ СРЕДА (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ YAPPU)

Корнеева С.В.

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
sonyawfw@mail.ru

Начало 2022 года для многих социальных сетей и медиаплощадок стал решающим. Некоторые из них после начала спецоперации продолжили свое существование на территории Российской Федерации, но, к сожалению, многим из них пришлось уйти с просторов интернета. Для большинства блогеров и обычных пользователей это стало затруднительной ситуацией: монетизация и заработок в интернете сузили свои круги. Как инфлюенсеры, так и простая аудитория стали искать новые площадки для общения или продвижения услуг, товаров, идей.

В нашей работе мы предприняли попытки рассмотреть возможности социальной сети Yappu как новой социальной среды. Все интернет-платформы или социальные сети так или иначе оказывают влияние на аудиторию. Вывод социологов, исследующих социальные сети, однозначен: они превратились в «мощный инструмент воздействия граждан на политическую власть», стали «благодатной средой для массивной обработки общественного сознания и широкомасштабных политических манипуляций», — так пишет О. Михайленок в своей статье “Социально-политическая динамика в условиях развития сетевого общества”[3].

А так как интернет-платформы и социальные сети оказывают влияние на аудиторию, то можно сделать вывод, что и на основе развлекательного контента люди подхватывают свойство следовать трендам — снимать короткие видео по какой-то тематике. Так и площадка Yappu переняла у Тиктока это свойство. Интересы пользователей расходятся на различные категории: от 10-секундных видео про трендовые стили 2022 года, до 30-секундных видео о кулинарии.

Сразу же при первичном запуске приложения Yappu просит разрешение на отслеживание активности на сайтах и других приложениях. И до сих пор люди удивляются, как же у них в ленте появляется то, что они смотрели буквально пару часов назад - ведь владельцы знают все об интересах своих пользователей и таким образом подбирают интересные для них рекомендации. В Yappu есть: лента рекомендаций; лента подписчиков; поиск по хештегам; возможность загружать собственные ролики; лайки; профиль пользователя со всеми выложенными видео; реузы (дуэты).

На июнь 2022 год число пользователей в Yappu достигло 4 млн. Здесь так же, как и в других сетях можно закупать рекламу у блогеров и продвигать свой аккаунт, поэтому большинство блогеров из ТикТока ушли на эту платформу, но количество подписчиков у них меньше, чем было в сервисе TikTok. Аудитории сразу же после регистрации предлагают подписаться на популярных блогеров.

Стоит ли заводить аккаунт в Yappu? Так как социальная сеть еще так сильно не раскручена, то вполне вероятно, что можно будет уже к тому моменту, как появится монетизация, хорошо раскрутить свой блог. Но нельзя сказать точно, сколько она продержится. Так в свое время платформа Clubhouse взорвала поисковики своими комнатами (англ. Room), где люди могли общаться в реальном времени или проводились трансляции). В феврале 2021 г. многие пользователи Clubhouse проводили в приложении по 6 - 8 часов в сутки, боясь пропустить интересующий их контент. Причем, эту боязнь многократно усиливало то обстоятельство, что записей эфиров в Clubhouse не существует. Старт проекта произошёл в мае 2020 г. и привлек около 1,5 тыс. пользователей. “А «прорыв» произошел в начале февраля 2021 г., когда за три недели к Clubhouse присоединилось 4 млн пользователей и общее их число достигло 6 млн. К концу 2021, как и ожидали многие эксперты, из-за неспособности удержать аудиторию Clubhouse пропал из поля зрения массового пользователя”. [1]

Таким образом, нельзя абсолютно точно сказать, продолжит ли свое существование платформа Yappy с таким же успехом, как и TikTok. Аудитория площадки еще слишком мала для прогнозов, но ее можно посчитать одно из перспективных площадок, которые можно иметь в виду для продвижения.

Список литературы

1. Гашников Р.А., Шумский Р.И. ФЕНОМЕН ПОПУЛЯРНОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ CLUBHOUSE. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-populyarnosti-sotsialnoy-seti-clubhouse>
2. Данилина С. Д. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ БРЕНДА В ТОМ ЧИСЛЕ В РОССИИ [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-sovremennyy-instrument-populyarizatsii-brenda-v-tom-chisle-v-rossii>
3. Михайленок О.М. Социально-политическая динамика в условиях развития сетевого общества [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialno-politicheskaya-dinamika-v-usloviyah-razvitiya-setevogo-obschestva>
4. Чудинов А.Н. Словарь иностранных слов, вошедших в состав русского языка: [Электронный ресурс]. URL: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-chudinov/index-204.htm#ab%D0%9C%D0%98>