

**Стратегии монетизации контента в социальной сети «ВКонтакте»:
возможности и перспективы**

Научный руководитель – Чистов Игорь Игоревич

Колгина Юлия Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: Uliakolgina997@gmail.com

В условиях цифровизации социальные сети стали важной частью медиасреды, выполняя функцию коммуникации, распространения информации и создания контента. Особенно значимы сообщества и паблики, позволяющие авторам публиковать материалы, взаимодействовать с аудиторией и развивать собственные медиапроекты. Одной из крупнейших российских платформ является «ВКонтакте», которая благодаря возможностям публикации текстового, визуального и видеоконтента стала ключевой площадкой для блогинга, онлайн-сообществ и цифрового предпринимательства. Паблики «ВКонтакте» выступают инструментом распространения информации и одновременно средством монетизации контента¹.

Актуальность исследования обусловлена ростом значимости «ВКонтакте» как площадки для монетизации контента. По данным Mediascope, средняя месячная аудитория платформы в России в 2025 году составила 91,8 млн пользователей, а ежедневная — 59,5 млн². Высокая вовлечённость аудитории создаёт условия для развития медиапроектов и коммерческих инициатив. Российские аналитики отмечают рост объема видеоконтента в VK и постепенный переход части аудитории с YouTube и Telegram на отечественные сервисы³.

Исследовательская работа заключается в том, что несмотря на расширение инструментов монетизации, авторы сталкиваются с высокой конкуренцией, зависимостью доходов от алгоритмов, трансформацией медиапотребления и необходимостью синхронизации продвижения между VK, Max, YouTube и Telegram⁴. Эти вызовы требуют анализа эффективных стратегий монетизации и коммуникации с аудиторией.

Объект исследования — сообщества и паблики как средства распространения информации и получения дохода.

Предмет исследования — стратегии монетизации контента в сообществах «ВКонтакте».

Цель работы — выявление стратегий монетизации контента в пабликах «ВКонтакте», возможностей и перспектив их развития.

Задачи работы:

- Изучить особенности аудитории и контента платформы;
- Рассмотреть и проанализировать стратегии монетизации пабликов;
- Исследовать влияние новых функций платформы на развитие сообществ;
- Проанализировать влияние конкуренции и регулирования цифровых платформ;
- Определить перспективы развития стратегий монетизации контента в «ВКонтакте».

В ходе исследования рассматриваются официальные материалы VK¹, публикации российских профильных медиа³, статистические отчеты Mediascope² и аналитические статьи⁴.

Методы исследования:

- Анализ источников — изучение научных публикаций, отчетов и статистики по цифровым медиа;
- Контент-анализ — исследование популярных сообществ «ВКонтакте» для выявления успешных практик;
- Сравнительный анализ — оценка моделей монетизации и их эффективности.

В результате проведенного исследования был представлен анализ и дана оценка способов монетизации контента в пабликах "ВКонтакте", а также рассмотрены перспективы его коммерческого развития.

Источники и литература

- 1) 1. VK. Разработчикам: возможности платформы ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/dev>, свободный. – Загл. с экрана.
- 2) 2. Mediascope. Отчет по аудиторным показателям ВКонтакте 2025 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mediascope.net/>, свободный. – Загл. с экрана.
- 3) 3. M24.ru. VK Видео опережает YouTube по ежедневной аудитории в России [Электронный ресурс]. – 09.02.2026. – Режим доступа: <https://www.m24.ru/news/tehnologii/09022026/872082>, свободный. – Загл. с экрана.
- 4) 4. Козлова, Н.А. Развитие цифровых медиа и социальных сетей в России: аналитический обзор // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2025. – №4. – С. 45–57.
- 5) 5. Иванов, С.В., Петрова, Е.Г. Монетизация пользовательского контента в российских социальных сетях// Информационные технологии и коммуникации. – 2025. – Т. 21, №3. – С. 32–46.