

## **Александра Игоревна Литвинова**

*Санкт-Петербургский государственный университет*

pr.litvinova@gmail.com

### **TELEGRAM ДЛЯ ЛОКАЛЬНЫХ МЕДИА: ВЫЗОВЫ, ВОЗМОЖНОСТИ, ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ**

Telegram — уникальный инструмент, создающий широкое поле возможностей для развития и продвижения локальных медиа, расширения и вовлечения аудитории, монетизации.

**Ключевые слова:** Telegram, локальные медиа, пандемия, профессиональные стандарты журналистики.

В 2022 г. локальные медиа России вошли не только с надеждой на преодоление последствий пандемии и возвращение рынка (и не только) к привычному образу жизни, но и с новыми подходами к работе с контентом и аудиторией. Речь идет об условиях повышенного внимания аудитории к текущей повестке (особенно региональной) на фоне глобальных изменений привычного жизненного уклада. События конца февраля 2022 г. и последовавшие за ними блокировки отдельных медиа и социальных сетей, существенно «проредили» российский медиаландшафт и вызвали массовую миграцию аудитории, изменение ее привычек и информационных потребностей.

Исследователи неоднократно обращали внимание на изменение стратегий взаимодействия медиа с аудиторией в условиях цифровой трансформации. Telegram является ярким примером того, как на смену однонаправленному вещанию приходит живой диалог (иногда даже с конкретным подписчиком). Успешные медиапроекты отличает способность демонстрировать индивидуальный подход и готовность к диалогу. Аудитории это нравится, и она реагирует на это повышением лояльности и сохранением подписки.

В марте 2022 г. сервис Telegram стал самым популярным мессенджером в РФ. После начала активного роста с 24 февраля за первые две недели марта его доля в общем объеме трафика в мессенджерах увеличилась с 48% до 63%. Telegram стал не только инструментом общения, но и одним из главных источников информационного контента. Его популярность увеличилась почти на всей территории России: если на конец 2021 г. сервис был главным средством общения в 55 регионах, то сейчас — в 82 [4]. Ежедневно в нем публикуется около 7,7 млн сообщений (2 место после VK). Он входит в лидеры роста по объему контента — 6% (2 место после VK с 11%). Telegram на первом месте среди лидеров по росту активных авторов (+23%) [5].

Важнейшими с медийной точки зрения особенностями Telegram являются:

- неалгоритмическая лента (публикации выводятся по хронологии, каналы в списке пользователя — по обновлениям);
- нет возможности публиковать посты задним числом;
- возможности уводить пользователя из платформы на сторонние ресурсы;
- широкие по сравнению с другими мессенджерами возможности форматирования текста и визуального оформления постов;
- разнообразие реакций (которые каждый канал может настраивать по своему вкусу);

- внутренняя статистика;
- возможность отложенного постинга и отслеживания трафика с рекламных сообщений;
- широкие возможности по жанровому разнообразию контента, что особенно важно для медиа.

Еще одна важная особенность платформы — понимание аудитории не просто как подписчиков, а как сообщества людей, объединенных общими интересами и ценностями. Это особенно ценно для локальных медиа, создает хороший потенциал по взаимодействию с аудиторией, вовлечению и повышению лояльности издания, в том числе за счет близкого (почти личного) общения с аудиторией.

Тот факт, что создать свой медиапроект в Telegram может любой пользователь, приводит к тому, что профессионалам медиарынка приходится конкурировать (иногда не очень уверенно) с теми, кто давно освоился на этой платформе, усвоил ее специфику и законы, четко понимает, что именно нравится аудитории и чего она хочет. Любители успешно конкурируют с профессионалами, что безусловно влияет на предоставляемый аудитории контент, на саму аудиторию, ее ожидания и запросы. В рейтинге публикаций Telegram-каналов лидируют отнюдь не СМИ — Рамзан Кадыров (@RKadyrov\_95), пользователь с ником @pikta1, Александр Ходаковский (@aleksandr\_skif) [3]. Журналистам и редакторам приходится перестраиваться, пересматривать подходы к работе и профессиональные журналистские стандарты [2].

Основные выводы, которые можно сделать по итогам исследования: Telegram — уникальный инструмент, создающий широкое поле возможностей для развития и продвижения локальных медиа, расширения и вовлечения аудитории, монетизации. Если раньше адаптация СМИ к многоплатформенной среде была желательна, то сегодня это становится необходимым условием выживания [1]. Медиа должны идти туда, где есть их аудитория. Если судить по последним исследованиям, она (аудитория) предпочитает быть в Telegram.

#### Литература

1. Градюшко А. А. Современные тенденции развития региональных СМИ в многоплатформенной среде // Труды Белорусского гос. технол. Ун-та. Серия 4: Принт- и медиатехнологии. 2021. № 2 (249). С. 44–49. DOI 10.52065/2520-6729-2021-249-2-44-49.
2. Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского ун-та. Серия 10: Журналистика. 2021. № 1. С. 51-74. DOI 10.30547/vestnik.journ.1.2021.5275.
3. Раздел «Рейтинг публикаций в Telegram-каналах Россия». Проект с открытой статистикой Telegram-каналов Telegram analytics. URL: <https://tgstat.ru/posts>. (дата обращения: 11.04.2022).
4. Telegram стал самым популярным мессенджером в России. Официальный сайт компании «Мегафон». URL: [https://corp.megafon.ru/press/news/federalnye\\_novosti/20220321-1047.html](https://corp.megafon.ru/press/news/federalnye_novosti/20220321-1047.html). (дата обращения: 10.04.2022).
5. Как изменились соцсети в марте 2022 года. Официальный сайт компании Brand Analytics. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-march-2022/>. (дата обращения: 10.04.2022).