

## **СТРАТЕГИИ РАЗМЕЩЕНИЯ КОНТЕНТА В TELEGRAM-КАНАЛЕ «ВЕСТИ. СТАВРОПОЛЬСКИЙ КРАЙ»**

***О. И. Лепилкина<sup>1)</sup>, М. В. Ткачев<sup>2)</sup>***

*<sup>1)</sup>Северо-Кавказский федеральный университет,  
ул. Пушкина, 1, 355009, г. Ставрополь, Россия,  
oll5@mail.ru,*

*<sup>2)</sup>Северо-Кавказский федеральный университет,  
ул. Пушкина, 1, 355009, г. Ставрополь, Россия,  
mvt1974@list.ru*

Региональное телевидение в России все активнее представляет и продвигает себя на новых технологических площадках, в том числе в мессенджере Telegram. Исследование Telegram-канала «Вести. Ставропольский край» показало, что его редакция использует различные стратегии размещения контента.

**Ключевые слова:** Telegram-канал; региональное телевидение; аудитория.

## **STRATEGIES FOR PLACING CONTENT IN THE TELEGRAM CHANNEL «VESTI. STAVROPOL TERRITORY»**

***O. I. Lepilkina<sup>a</sup>, M. V. Tkachev<sup>b</sup>***

*<sup>a</sup>North-Caucasus Federal University,  
1, Pushkin Str., 355009, Stavropol, Russia  
Corresponding author: O. I. Lepilkina (oll5@mail.ru),*

*<sup>b</sup>North-Caucasus Federal University,  
1, Pushkin Str., 355009, Stavropol, Russia  
Corresponding author: M. V. Tkachev (mvt1974@list.ru)*

Regional television in Russia is increasingly presenting and promoting itself on new technological platforms, including the Telegram messenger. Research

of the Telegram channel «Vesti. Stavropol Territory» showed that its editorial staff uses various content placement strategies.

**Key words:** Telegram channel; regional television; audience

Региональное телевидение в России все активнее представляет и продвигает себя на новых технологических площадках, в том числе в мессенджере Telegram. Исследование было проведено на материале Telegram-канала «Вести. Ставропольский край», развиваемому редакцией филиала ВГТРК ГТРК «Ставрополье». Хронологические рамки исследования были определены 4-месячным периодом – с 01.01.2023 г. по 01.05.2023 г.

Выявлено, что в среднем ежемесячно редактор канала размещает 300 публикаций: по будням 10–12, по выходным 4–8.

Отдельно были проанализированы показатели ТГ-канала «Вести. Ставропольский край» с позиции вовлеченности, где ER определяет количество реакций на пост (лайки, комментарии), разделенное на количество подписчиков канала, а ERR – среднее количество реакций на пост по отношению к тем, кто его прочитал.

#### Показатели ТГ-канала «Вести. Ставропольский край»

	Число подписчиков, чел., прирост	Средний охват публикациями, чел.	ER	ERR
Январь	+101	3128	0,43%	49,4%
Февраль	+392	3324	0,71%	49,4%
Март	+295	4574	0,63%	65,1%
Апрель	+265	4855	1,06%	66,6%

Данные приведенной в таблице аналитики показывают темпы роста не только числа подписчиков и охвата аудитории, которая читает канал, но и качественные показатели вовлеченности. Это свидетельствует об отсутствии «ботов», то есть «пустой» части аудитории, подписавшейся, но не являющейся активным пользователем. Подписчики канала «Вести. Ставропольский край» стабильно просматривают новости, делятся ими и отмечают их реакциями.

Остановимся на анализе стратегий размещения постов в изучаемом Telegram-канале.

---

Стратегия первая: размещение коротких материалов, до выхода основной публикации на сайте. Обычно такие посты имеют пометку «молния».

Стратегия вторая: выпуск значимых постов, уникальных с точки зрения информации, не расширяющийся потом в статьях на сайте. Подобные посты имеют эмоциональный характер (реакция на погоду, на событийный ряд) и обычно характеризуются большим количеством реакций пользователей в виде лайков.

Стратегия третья: публикация эфирных материалов – видеофайлов, которые можно посмотреть без перехода на сайт (но не исключая «подробнее»), т. е. именно в канале. Данная дистрибуция позволяет расширить число аудитории, которая смотрит видеоконтент ГТРК «Ставрополье».

Стратегия четвертая: анонсирование контента в телеэфире. Это может быть анонсирование не только выхода программы «Вести. Ставропольский край», но и специальных проектов, документальных фильмов, кинопоказа на «Кавказ24».

Стратегия пятая: использование репостов. Партнерские кросс-контакты канала используются для репостов дружеских СМИ или органов власти, расширяя их аудиторию и демонстрируя масштаб информационной повести. ТГ «Вести. Ставропольский край» репостит сообщения из официального канала губернатора Ставропольского края, федеральных «Вестей» и Платформы «Смотрим» (это внутри экосистемы ВГТРК), а также публикации официальных аккаунтов прокуратуры, следственного комитета, ГИБДД и других значимых официальных аккаунтов.

Стратегия шестая: размещение короткой версии материалов с сайта, при этом зачастую процент рерайта достигает 90. Общая стилистика остается такой же, текст уплотняется, наиболее значимые сообщения могут быть представлены в виде коротких предложений.

Стратегия седьмая: значимые сообщения, имеющие высокую актуальность в масштабах страны, размещаются не путем репоста, а как источник информации.

Стратегия восьмая: использование результатов интерактивных опросов в ТГ как части контента для редакции ТВ-программ (могут подводить итоги в выпусках «Вестей») или как самостоятельного контента на значимые темы.

Стратегия девятая: сжатие длинных сообщений до коротких тезисов, что позволяет создать агрегацию повестки дня или, например, «выжимку» главного из «прямой линии» губернатора Ставропольского края.

В ходе исследования установлено, что топ постов в ТГ-канале за изучаемый период касается сводок оперативных событий: о задержании аферистки, которая создала онлайн-магазин по продаже фейковых шуб (35 тысяч просмотров), о результатах заседания окружного военного суда в Ростове-на-Дону по террористам (27,8 тыс. просмотров), о магнитных бурях (17,7 тысяч просмотров).

В целом, можно сделать вывод о качественной работе редакторов Telegram-канала «Вести. Ставропольский край», стратегия работы которых позволяет удерживать лидерские позиции по вовлеченности аудитории среди аккаунтов региональных телекомпаний России.