

СТРАТЕГИИ ИНТЕРНЕТ-ПРОДВИЖЕНИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Н. С. Менкеев

*Московский международный университет,
пр. Ленинградский, 17, 25040, г. Москва, Россия,
menkeev1@bk.ru*

*Научный руководитель – С. И. Симакова,
доцент, доктор филологических наук*

В данной статье анализируется процесс интеграции печатных СМИ из традиционных в современные каналы продвижения. Проанализирован современный инструмент доставки новостного или рекламного сообщения – Телеграмм. Отмечается важность мессенджера в жизни современного информационного общества.

Ключевые слова: диджитализация; печатные СМИ; Телеграмм; современность.

STRATEGIES FOR ONLINE PROMOTION OF PRINT MEDIA

N. S. Menkeev

*Moscow International University,
17, Leningradsky Ave., 25040, Moscow, Russia
Corresponding author: N. S. Menkeev (menkeev1@bk.ru)*

*Research advisor – S. I. Simakova,
doctor of Philology, associate professor*

This article analyzes the process of integrating print media from traditional into modern promotion channels. A modern tool for delivering news or advertising messages – Telegram – has been analyzed. The importance of the messenger in the life of the modern information society is noted.

Key words: digitalization; print media; Telegram; modernity.

За последнее десятилетие печатные СМИ все больше интегрируются в Интернет. И в большей степени в мессенджеры, такие как – Теле-

грамм. Это полностью связано со значительным ростом медиапотребления Интернета по времени и в охватах (людях), а также снижением потребления традиционных медиа.

Печатные СМИ создают сайты или официальные страницы в социальных сетях с высоким охватом – ВК, Одноклассники, Яндекс Дзен, VC.ru и т. д, на которых размещаются новости и материалы из газеты или журнала. Это позволяет расширить и привлечь новую аудиторию, при этом у читателей повышается качество контакта и увеличивается интерес к СМИ за счет видео и аудиоматериала.

Новые инструменты позволяют быть в постоянном контакте с читателями. Например, мессенджер Телеграмм стал неотъемлемой частью жизни современного общества. В первую очередь, он позволяет быстро и эффективно обмениваться информацией, а также поддерживать связь с другим человеком. Во вторую очередь, мессенджер стал важным инструментом для распространения новостей и информации. На набирающую популярность цифровых инструментов в свое время обратили внимания специалисты из традиционных печатных СМИ. Например, в 2017 году редактор популярной печатной газеты «Life» предложил создать Telegram-канал «Mash». (<https://newsmedia.ru/>). И уже в первом полугодии 2017 года канал «Mash» занял первое место в первом рейтинге Telegram-каналов, а на сегодняшний день занимает шестое место по цитируемости в российских СМИ с аудиторией 2 208 000 подписчиков.

Таким образом, первыми, кто заявил о важности интеграции печатных СМИ в Интернет были специалисты из традиционной журналистики. Они увидели тренд на диджитализацию и стремительную скорость проникновения Интернета во все уголки нашей страны. Большая доля информационных материалов в Телеграмм-каналах приходится на такие жанры, как новости и политика (<https://6-sense.pro/resource/tproduct/654803056-943603253071-mediapotreblenie-2023>). Ситуация наглядно представлена на рисунке 1.

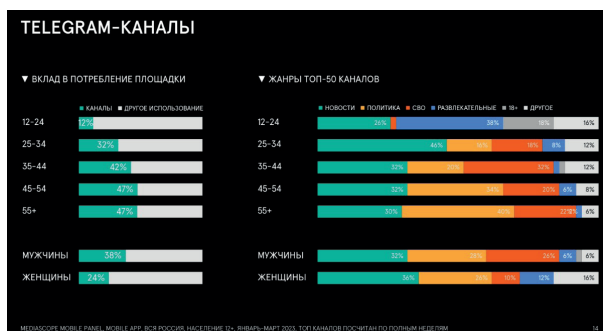


Рис. 1. Медиапотребление на Телеграмм-каналах

Сейчас новости в Телеграмм-канале – это необходимость для прессы, чтобы сохранить конкурентоспособность в современном медиамире. В поиске новой аудитории традиционные журналисты следуют современным трендам, старательно интегрируя контент в диджитал-инструментах.

Приведем примеры успешных интеграций в Телеграмме:

- 1) Комсомольская правда, 244 990 подписчиков;
- 2) Коммерсантъ, 211 673 подписчиков;
- 3) РБК, 382 270 подписчиков;
- 4) Российская газета, 146 650 подписчиков;
- 5) Ведомости, 55 927 подписчиков.

Внедрение новых инструментов, трансформация медиасферы и диджитализация печатных СМИ заметно изменили и расширили функционал современного журналиста. Тексты не дублируются точь-в-точь из газет, а умело интегрируются под краткий и емкий пост в Телеграмм-канале. Контент создается или проверяется на ошибки через нейросети, а картинки подбираются под тематику сообщения (<https://t.me/gazetametro/11822>; <https://t.me/gazetametro/11823>). Пример такого взаимодействия представлен на рисунке 2.

Следовательно, Телеграмм-канал дает дополнительные возможности повысить вовлечение аудитории через видео/картинку или опросы с целью привлечь внимание к посту.



Рис. 2. Примеры визуального оформления текста в Телеграмм-каналах