

Официальные аккаунты «Первого канала» в социальных сетях: сравнение публикуемого контента

Научный руководитель – Толоконникова Анна Владимировна

Пирахмедова Кристина Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: ipirahmedova@gmail.com

Телевидение занимает лидирующую позицию среди СМИ (охват не менее 98,4% населения [10]). Однако постепенно увеличивается количество людей, отдающих предпочтение новым медиа (среднесуточная аудитория социальных сетей - 30,9 млн. человек [9]). Тенденция потери телеканалами зрителей усиливается [10], что заставляет каналы активнее искать альтернативные пути привлечения аудитории. Настоящий доклад направлен на изучение особенностей продвижения традиционного телевизионного контента в социальных сетях

Важность и актуальность выбранной темы объясняется растущей конкуренцией ТВ-СМИ с интернет-медиа: многие телеканалы увидели в социальных сетях новые ресурсы и стали использовать их для продвижения своего контента. Основная проблема в том, что деятельность офлайн-медиа в интернете пока что не сформировалась окончательно и имеет недостатки [8].

Объектом работы стали официальные аккаунты «Первого канала» в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», Facebook, Instagram и в сервисе микроблогов Twitter. Предмет исследования - особенности контентной политики на каждой из этих платформ. Стоит отметить, что у «Первого канала» есть канал в мессенджере Telegram «Первый канал (Россия)», который мы тоже изначально планировали анализировать. Однако с 11 октября там перестали выкладывать материал, поэтому мы нашли нецелесообразным изучать неактивную площадку.

Целью исследования является выявление различий «упаковки» контента «Первого канала» и способов его распространения в разных социальных сетях. Основная задача заключалась в проведении целостного анализа контента выбранных соцсетей. Для этого был применен подход, базирующийся на методологии количественных и качественных исследований. Нами было проанализировано более 500 материалов. Подсчет проводился вручную.

Сравнив все публикации за 15-18 ноября 2019 года включительно, мы выяснили, что редакционный контент-план в сообществах «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook не различается. Идентичны и истории, публикуемые в группах «ВКонтакте», Facebook и Instagram.

Изучение типов контента позволило сделать вывод, что администрация групп не использует все возможности социальных медиа: есть еще много не использованных форматов, которые могут привлечь новую лояльную аудиторию (например, спецпроекты, подкасты, интервью с артистами, инфографика и другое). Еще одной неразвитой областью является взаимодействие с подписчиками.

Мы изучили активность каждой группы. Для этого мы подсчитали количество публикаций за период с 4 по 18 ноября включительно. Больше всего постов сделано в Twitter, что объясняется их однообразностью. На лентах «ВКонтакте», «Одноклассники» и Facebook в среднем публикуется 15-17 постов в день. Больше всего публикаций появляется в пятницу,

что логично связать со стремлением администрации заинтересовать свободных в выходные людей и сделать их своими зрителями. Меньше всего материала выкладывается на странице «Первого канала» в Instagram. В среднем это 3 поста в день. Однако слабая активность компенсируется качеством и формой выкладываемого материала.

Логическим продолжением наблюдений стал анализ оригинального и дублирующего содержание электронной версии издания контента. На странице в Twitter нет специально созданных для этой площадки материалов. В «ВКонтакте», «Одноклассниках» и Facebook дублирующий материал превалирует, составляя $\frac{3}{4}$ всего контента. Аккаунт в Instagram на 61% оригинален.

Проанализировав вовлеченность аудитории (лайки, репосты, комментарии, просмотры) каждой социальной сети, мы можем предположить, что на разных площадках запросы публики различны. Однако, по всей видимости, это не учитывается администрацией «Первого канала».

В результате нам удалось составить общее представление о контент-политике «Первого канала» в социальных сетях: материалы выкладываются не систематизировано, без четко определенной структуры и порядка подачи контента, тематика в разных соцсетях не различается. То есть стратегия «Первого канала» в интернет-пространстве не разнообразна. Страницы «Первого канала» в социальных сетях требуют большего внимания со стороны руководства канала.

Источники и литература

- 1) Бейненсон В.А. Продвижение СМИ в социальных сетях: возможности и проблемы // Вестник Нижег. ун-та. 2016. No. 5. С. 239-243.
- 2) Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов. М., 2014.
- 3) Дугин Е.Я., Куприянов О.А. Модели взаимодействия телевидения с аудиторией: между новыми и традиционными медиа // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2017. No. 5. С. 72-83.
- 4) Дьяченко О.В. Российские СМИ в социальных сетях Facebook и в «ВКонтакте»: практики взаимодействия // Медиаскоп. 2014. No. 4.
- 5) Лукина М.М. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов. М., 2010.
- 6) Першина Е.Д. Принципы выбора российскими новостными медиа площадок для создания групп в социальных сетях // Медиаскоп. 2017. No. 2.
- 7) Шацкая А.Д. Производство и «упаковка» контента телеведущими общего интереса и развлекательной тематики в Интернете // Медиаскоп. 2019. No. 3.
- 8) Щепилова Г.Г. Телеканалы и социальные сети: специфика взаимодействия // Вестник Моск. ун-та, Сер. 10. Журналистика. 2018. No. 3. С. 3-16.
- 9) Доклад ТИК «Mediascope» «Социальные сети в цифрах» на Российском интернет-форуме «РИФ+КИБ 2019».
- 10) Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Телевидение в России в 2018 году. Состояние, тенденции и перспективы развития».
- 11) Рейтинг компании «Медиалогия» «Федеральные СМИ: май 2019».
- 12) Официальный сайт «Первого канала»: <https://www.1tv.ru/>
- 13) Страница «Первого канала» в «Одноклассниках»: <https://ok.ru/1tv>
- 14) Страница «Первого канала» в «ВКонтакте»: <https://vk.com/1tv>

- 15) Страница «Первого канала» в Facebook: <https://www.facebook.com/1tvrub>
- 16) Страница «Первого канала» в Instagram: <https://www.instagram.com/1tv/>
- 17) Страница «Первого канала» в Twitter: https://twitter.com/channelone_rus