Российские деловые издания в Telegram (на примере РБК и Forbes)

Научный руководитель – Яковлева Татьяна Владимировна

Ильина Анастасия Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра периодической печати, Москва, Россия

E-mail: Stecil26@yandex.ru

За последние годы мессенджер Telegram стал одной из главных новостных площадок в России. Исследования компании Mediascope демонстрируют, что 72% населения России старше 12 лет используют Telegram хотя бы раз в месяц, среди них 73% пользователей читают не менее одного Telegram-канала [1]. При этом на чтение каналов приходится четверть времени, проведенного в мессенджере. По данным исследовательского холдинга «РОМИР», число тех россиян, кто считает Telegram основным источником информации, уже достигает 18%, при этом уровень доверия к нему остается устойчивым [2]. Telegram стал важным источником новостей благодаря своей популярности среди пользователей. Сегодня популярная платформа позволяет оперативно получать актуальную информацию через каналы, обеспечивая гибкость и разнообразие контента. В условиях возрастающей роли социальных сетей в медиапотреблении Telegram лидирует в русскоязычном медиaprостранстве.

Исследование посвящено анализу контента Telegram-каналов ведущих деловых СМИ России РБК и Forbes - «РБК. Новости. Главное» и «Forbes Russia». Оба издания активно развиваются в цифровой среде и успешно продвигают свои аккаунты на платформах новых медиа, например, в Telegram изданиям удалось собрать большое количество подписчиков. На Telegram-канал «РБК. Новости. Главное» подписано 583 070 тыс. пользователей, у «Forbes Russia» 241 474 тыс. подписчиков. Период – исследования – неделя (с 27 января по 2 февраля 2025 г.), выборка – сплошная. В общей сложности было проанализировано 599 постов, опубликованных в Telegram-каналах «РБК. Новости. Главное» и «Forbes Russia» (342 и 257 постов соответственно). Оба канала отличаются высокой публикационной активностью. В частности, в будние дни в канале «РБК. Новости. Главное» выходит в среднем до 60 постов, «Forbes Russia» публикует до 45 постов. В выходные дни активность в обоих каналах становится ниже и составляет от 14 до 25 постов в день.

Результаты проведенного контент-анализа позволили выявить главные темы, которые доминируют в Telegram-каналах РБК и Forbes. Ожидаемо, большая часть контента в «Forbes Russia» отведена темам экономики и финансов (41,3% постов). Также в Forbes популярна криминальная тематика, она занимает чуть больше 15% всего контента. В Telegram-канале РБК экономическая тематика значительно уступает лидерство политическим темам (15,2% постов об экономике против почти 46% постов, посвященных вопросам внутренней и международной политики). К наименее распространенным темам можно отнести производственную сферу, отдых, психологию.

Оба канала в основном публикуют короткие новости (более 87% в каждом случае), что подтверждает их информационный и оперативный характер. В Telegram-каналах «Forbes Russia» и «РБК. Новости. Главное» есть и расширенные новости (8,20% и 9% соответственно). В обоих каналах есть комментарии экспертов, однако, в «РБК. Новости. Главное» их доля составляет 2,5% от всего контента, опубликованного за неделю, а в «Forbes Russia» - менее 1%. В «РБК. Новости. Главное», в период с 27 января по 2 февраля, было

опубликован фоторепортаж, что составляет 0,29% от всего контента. Таким образом, в «РБК. Новости. Главное» прослеживается большее разнообразие жанров и, несмотря на высокую долю новостного контента, оба издания сохраняют небольшой процент авторских комментариев и аналитики.

Анализ оригинальности контента позволил установить, что информационные ленты Telegram-каналов содержат более 90% оригинального контента. В РБК только 9% контента представляют собой репосты из других каналов, в Forbes этот показатель еще ниже – 6% заимствованного контента. Репосты охватывают разные темы, но чаще связаны с сопутствующими для деловых СМИ сюжетами: спортом и лайфстайлом. При этом канал «Forbes Russia» ссылается исключительно на каналы под брендом материнского издания: «Forbes Young», «Forbes | Образование», «Forbes Woman Russia», «Forbes. Идеи для бизнеса», «Forbes Sport», «Forbes Франшизы». «РБК. Новости. Главное» также использует стратегию кросс-канального продвижения и делает репосты многочисленных Telegram-каналов РБК, например, «РБК Спорт» и «РБК Вино».

Оценка уровня мультимедийности контента продемонстрировала доминирование текстовой подачи информации. Так, в канале «Forbes Russia» четверть постов сопровождается фото и лишь 1% - видео. При этом популярным форматом подачи информации являются «карточки», которые составляют 8% исследуемого контента. В «РБК. Новости. Главное» уровень мультимедийности выше – больше текстов с фото (27,85%) и с видео (6,43%).

Таким образом, российские деловые издания активно используют Telegram, адаптируя свой контент для данного мессенджера. В канале «Forbes Russia» акцент сделан на экономику и финансы, а в «РБК. Новости. Главное» превалирует политическая тематика, что соотносится с актуальной повесткой. При этом оба канала используются и как инструменты продвижения проектов брендов.

Источники и литература

- 1) 72% россиян старше 12 лет пользуются Telegram хотя бы раз в месяц // Telegram-канал «Mediascope»/ Режим доступа: <https://t.me/mediascopedata/359> (Дата обращения: 28.02.2025)
- 2) РОМИР: популярность телевидения в IV квартале 2024 года выросла // ТАСС/ Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo/tass.ru/s/obshchestvo/22948307> (дата обращения: 28.02.2025)