

**БЕЛЕНКО В. Е.**

**Новосибирский государственный университет**

## **ТЕЛЕКАНАЛЫ КРУПНЕЙШИХ СИБИРСКИХ ГОРОДОВ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

**Аннотация.** В статье представлен анализ представительств телеканалов Красноярска, Омска и Новосибирска в различных социальных медиа (YouTube, RuTube, «Дзен», «ВКонтакте», «Одноклассники» и Telegram). Показано, что они достаточно активно осваивают ставшее таким востребованным после перехода России на цифровое вещание информационное пространство интернета, причем среди региональных, муниципальных и коммерческих каналов регионов можно увидеть явных лидеров, для которых диверсификация, дробление аудитории перестает быть проблемой, а становится точкой приложения усилий.

**Ключевые слова:** региональные телеканалы, региональный («21-я кнопка»), муниципальный, коммерческий телеканалы, паблики телеканалов, видеохостинг, социальная сеть.

**BELENKO V. E.**

**Novosibirsk State University**

## **TELECHANNELS OF MAJOR SIBERIAN CITIES IN SOCIAL MEDIA**

**Abstract.** The article presents an analysis of the publics and groups offices of Krasnoyarsk, Omsk and Novosibirsk TV channels in various social media (YouTube, RuTube, Dzen, VKontakte, Odnoklassniki and Telegram). It is shown that they are quite actively exploring the Internet-space that has become so important due to Russia's transition to digital broadcasting. Among the regional, municipal and commercial channels of the regions, there are clear leaders for whom diversification, fragmentation of the audience is not a problem now, but is a point of application of efforts.

**Keywords:** Regional TV channels, regional ("21st button"), municipal, commercial TV channels, public TV channels, video hosting, social network.

Переход телевидения на цифровое вещание, запуск мультиплексов, оказал на региональные каналы огромное влияние. Во-первых, они лишились сетевых партнеров. Во-вторых только часть каналов осталась в «эфире». Так называемые каналы 21-й кнопки (по одному в каждом регионе) по-

лучили возможность делать свои вставки на ОТР, остальные сместились в кабельные сети и интернет.

В данном исследовании было проанализировано присутствие на различных медиаплатформах и в социальных сетях (YouTube, RuTube, «Дзен», «ВКонтакте», «Одноклассники» и Telegram на 24 января 2024 года) обязательных общедоступных региональных телеканалов трех сибирских городов-миллионников, их же муниципальных каналов, и наиболее популярных коммерческих каналов.

Вторая половина 2010-х гг. характеризуется экспансией всех типов региональных медиа в интернет. Диверсификация, дробление аудитории для многих уже не проблема, а, напротив, точка приложения усилий. Так, суммарно, во всех проанализированных социальных медиа у ТВК 422 тыс. подписчиков, из них 229 тыс. на YouTube и 134 тыс. – в ВК. Среди лидеров также омский областной «12 канал» (310 тыс. подписчиков), причем в YouTube, ВК и «Одноклассниках» от 80 до 96 тыс. Канал «Енисей» (краевой, Красноярск) суммарно имеет подписчиков в социальных медиа около 210 тыс., а новосибирский ОТС на видеохостингах позиционирует себя как телеканал, но в соцсетях и Telegram обозначается как «ОТС-Горсайт», сразу заявляя себя не столько как теле-, сколько как городское информационное интернет-СМИ. От 100 до 140 тыс. подписчиков у каждого из четырех красноярских каналов: «7 канал», «8 канал», «Прима» и «Афонтово».

Новосибирские и омские не областные каналы такой аудиторией похвастаться не могут: у них от 14 до 85 тыс. подписчиков. Что касается видеохостингов, то аудитория YouTube и RuTube отличается на порядки. К примеру, у новосибирского ОТС в YouTube 196 тыс. подписчиков, в то время как на RuTube – 802 человека. Тем не менее представительство в RuTube не имеют только 2 из 13 проанализированных каналов. Также только 2 канала из 13 не представлены в «Дзене».

Что касается «традиционных» российских соцсетей – ВК и «Одноклассники», – то подавляющее большинство каналов (11 из 13) представлены в обеих соцсетях, хотя в ВК подписчиков у них, как правило, в два и более раза больше. Иногда в ВК каналы создают не только общие паблики, но и паблики конкретных программ. Отметим также, что у телеканала «Прима» есть аккаунт в Twitter. А до 2022 года «12 канал» активно работал с TikTok, где имел 23 тыс. подписчиков [1, с. 98].

Все каналы, кроме омского «Продвижения», ведут каналы в Telegram, но для большинства из них это скорее эксперимент. Так, у красноярского «Афонтово», новосибирских НСК49 и «8 канал» и у ОмскТВ подписчиков в них меньше тысячи человек. В то время как «12 канал» Омска и ТВК привлекли там 32 и 27,3 тыс. подписчиков соответственно.

В целом мы отмечаем достаточно динамичное освоение каналами интернет-пространства. В качестве примера приведем уверенного «среднячка», красноярский «Прима» (суммарное количество подписчиков 112

тыс. человек): за полгода [2, с. 15, 17] он увеличил размер своей группы ВК на 5 тыс., YouTube – на 12 тыс., и даже стал вести Telegram-канал, у которого уже 9 тыс. подписчиков.

Подводя итог, отметим, что работа в интернете, на сайтах и социальных медиа, требует от телевизионных каналов репозиционирования себя с концепции «мы про видео» к «мы про новости и людей», и у наиболее востребованных каналов есть и умение подать тему в посте, и создать увлекательный текст, не обязательно имеющий видеосопровождение.

## **Литература**

1. Телевидение в России состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад // Минцифры. – Москва, 2022. – URL: <https://www.nat.ru/upload/iblock/13d/13d880609c32bdc0631b3badd893ea5c.pdf> (дата обращения: 10.01.2024).

2. Беленко В.Е. Российские региональные телеканалы на современном этапе: линейное телесмотрение и «интернет-представительства» телевизионных редакций сибирских городов-миллионников / В. Е. Беленко // Вопросы журналистики. – 2023. – № 14. – С. 5–21.