

**Анализ пользовательского поведения аудитории СМИ в социальных медиа
(на примере телеграм-канала радиостанции “Коммерсантъ FM”)**

Копылова Е.Д.¹, Загоровская Я.В.²

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия, E-mail: kopylova0801@gmail.com; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия, E-mail: YanaZagorovskaya@yandex.ru

За последние несколько лет в медиасистеме России увеличилось влияния телеграм-каналов. В марте 2022 года этот мессенджер стал самым популярным в стране[1], по данным BigData, общий объем трафика в Telegram увеличился с 48% до 63% по сравнению с предшествующим месяцем. Это явление достаточно легко объяснить, если обратить внимание на ситуацию в стране. Аналитики медиахолдинга Rambler&Co отмечают, что на фоне начала СВО и частичной мобилизации в 2022 году новости читали на 14% больше россиян, чем в 2021[2]. Это дает основания предположить, что потребность аудитории в оперативной и качественной информации породила популярность телеграм-каналов весной-осенью предыдущего года.

В связи с этим мы посчитали актуальным провести анализ пользовательского поведения в телеграм-каналах. Наиболее интересным нам показался рост аккаунтов СМИ, аудитория которых не превышает 100 тыс. подписчиков и которые за обозначенный нами период увеличили свою аудиторию в несколько раз. Для исследования мы выбрали телеграм-канал радиостанции “Коммерсантъ FM” по причине того, что сотрудники редакции адаптируют контент специально для телеграм-канала, а также создают публикации эксклюзивно для аккаунта СМИ в этом мессенджере. Также в телеграм-канале радиостанции “Коммерсантъ FM” количество подписчиков увеличилось в четыре раза в период с 1 февраля 2022 по 31 января 2023[3].

На этапе формирование выборки мы использовали принцип конструирования искусственной недели, определив семь дней в промежутке с 1 февраля 2022 по 31 января 2023. В ходе исследования были изучены качественные и количественные показатели активности аудитории канала, а также структурные и содержательные характеристики дискуссий в комментариях. В общей сложности было проанализировано 102 поста и 119 комментариев. Исследование не имеет репрезентативного характера и может быть рассмотрено как разведывательное.

Материалы проведенного исследования показывают, что на 102 текста пришлось 415 различных реакций аудитории. Наибольшее количество реакций пользователи оставляли в понедельник и пятницу. Во вторник, среду, четверг, субботу и воскресенье посты не были оценены эмодзи. Отдельно стоит сказать о комментариях к опубликованным материалам. Почти четверть от общего количества комментариев, изученных за семь дней, пользователи оставили в пятницу. Наиболее активной аудитория была с 12 до 18 часов. Это позволяет нам предполагать наличие взаимосвязи между уровнем активности пользователей и их рабочими часами. В пятницу, под конец рабочей недели, люди чувствуют себя более расслабленно, больше располагают свободным временем и в преддверии выходных оставляют больше сообщений в комментариях телеграм-канала. В среднем, на пост приходится примерно по четыре реакции. Эмоциональный ряд эмодзи достаточно широк. В Telegram-канале радиостанции “Коммерсантъ FM” доступны 19

реакций, в выбранный период исследования были использованы 15 из них. Результаты исследования показали, что чаще всего пользователи оценивали публикацию эмодзи большой палец, направленный вверх (три четверти всех оставленных реакций).

Можно предположить, что реакция, оставленная пользователем, зависит от нескольких факторов: содержание текста, актуальность темы, отношение администрации канала к написанному материалу. Важно отметить, что существующие в дискуссии реакции не поляризуют ее, они разнообразны и многозначны, их содержание возможно трактовать лишь с опорой на текст.

Очевидно, что появившаяся в конце 2021 года в Telegram возможность оставлять реакции на сообщения пользователей позволяет аудитории выразить свое отношение к посту. Это удобная функция для владельцев каналов. Благодаря доступным эмодзи можно получить мгновенную обратную связь от аудитории без отправки дополнительных сообщений. Изученные посты можно разделить на монотематические, которые составляют большую часть массива, и политематические, в них редакция канала выбирает и описывает наиболее значимые события к определенному моменту (утро/день/вечер). В качестве наиболее распространенных тем мы выделили следующие: конфликт России и Украины, законы и право, иностранные компании, судебные разбирательства, бизнес, международные отношения, политика, пандемия, транспорт, спорт, общество, экономика, события/происшествия, туризм, ИТ и технологии. Самый популярный по количеству просмотров пост относится к теме “конфликт России и Украины”, наиболее популярный по количеству реакций пост — к теме “общество”, по количеству комментариев — к темам “бизнес” и “общество”.

Самыми оцениваемыми темами стали: “экономика” (124 реакции), “общество” (120 реакций) и “политика” (118 реакций). Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что аудитория радиостанции “Коммерсантъ ФМ” в телеграм-канале больше всего интересуется социально значимыми темами. Меньше всего подписчики оценивают посты, связанные с туризмом (13 реакций), транспортом (17 реакций), спортом (18 реакций). Ни одной реакции за выбранный период не поставили постам, связанным с пандемией. Среди монотематических постов лидировали темы: “общество”, “конфликт России и Украины” и “экономика”. Среди политематических — международные отношения, политика, экономика.

Также в ходе исследования были изучены характеристики дискуссий пользователей в комментариях. Результаты будут представлены в докладе.

Таким образом, наше исследование подтверждает возросший интерес к традиционным СМИ в социальных сетях, в частности, Telegram, а также наличие ресурсов для выстраивания взаимодействия аудитории вокруг определенных событий с учетом характеристик целевой аудитории (цикличности жизни современного человека, его информационных предпочтений и так далее).

Источники и литература

- 1) Ведомости: <https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2022/03/20/914320-telegram-oboshel-whatsapp>
- 2) Коммерсантъ: <https://www.kommersant.ru/doc/5747149>
- 3) TGstat: <https://tgstat.ru/channel/@kfm936/stat/subscribers>