

Автор статьи – Елена Филина – студент III курса историко-теоретико-композиторского факультета ФГБОУ ВО «Российская академия музыки имени Гнесиных».

Научный руководитель – Татьяна Анатольевна Сапегина – ведущий специалист отдела международных связей и творческих проектов ФГБОУ ВО «Российская академия музыки имени Гнесиных».

***Елена Филина***

***TELEGRAM КАНАЛ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ  
КЛАССИЧЕСКОЙ МУЗЫКИ: НА ПРИМЕРЕ РАДИО «ОРФЕЙ»***

Медиа всегда имели огромную власть. Это зеркало действительности, оптика, через которую мы смотрим на окружающий нас мир. Сегодня, для большинства из нас, утро начинается не с кофе, а с пролистывания ленты «вконтакте», «facebook», «Instagram» и других социальных сетях. Это стало «ритуалом» от которого уже не избавиться. Интернет сейчас – это поставщик самых актуальных новостей. Эксклюзивная информация появляется в сети или социальных сетях (по мнению медиа экспертов, самый «быстрореагирующий» ресурс – это «twitter»)<sup>1</sup>, а только потом поступает в телевизоры, радио и газеты. По количеству информации, интернет превосходит крупнейшие библиотеки, а разнообразие онлайн контента (кинотеатры, переводчики, игры, учебники и многое другое) делают нашу жизнь комфортнее. В сети можно найти массу образовательных проектов и обучающих сайтов, таких как, Arzamas Academy; TED; Khan Academy; Lectorium.

---

<sup>1</sup> Медиа-аналитики Клайв Маршал и Кен Доктор на конференции Mind International, 2012 год

Проблема «цифровизации» данных, перехода изданий с бумажных носителей на электронные, возникла давно и активно обсуждается. Написаны книги – Мирошниченко А.А. «Когда умрут газеты», статьи, например, «Журналистика и массовые коммуникации» авторы Олешко В.Ф.<sup>2</sup> и Малик О.В.<sup>3</sup>. С каждым годом, все больше и больше издательств, чтобы остаться конкурентоспособными на медиа-рынке, переходят на цифровые носители, а некоторые СМИ, изначально создавались как электронные ресурсы: Сноб, Lenta.ru, Медуза, Colta.ru. Помимо бумажной версии и версии для сайта, многие крупные издания существуют в виде приложений для мобильных устройств, имеют странички в социальных сетях. Например, «Ведомости» предоставляют возможность не только читать новости 24/7, но и сохранять свежие номера газет и читать их в офлайн режиме, «Коммерсантъ» помимо новостей, предоставляет все выпуски своих журналов «Власть», «Огонек», «Weekend», «Деньги».

Новым трендом с 2015 года стали мессенджеры. Это новые социальные сети, в которых можно обмениваться информацией, читать новости, учиться, заказывать еду и многое другое. Лидирующие позиции в России занимают такие гиганты как – WhatsApp, Facebook Messenger, Snapchat и Telegram. Возможностями «новых социальных сетей» стали пользоваться многие СМИ. Переход на «Instagram», стрелочку «поделиться в WhatsApp», «Viber» или «Telegram» можно увидеть на таких сайтах, как Colta.ru, Lenta.ru, Коммерсантъ, Медуза.

Можно предположить, что популярность мессенджеров связана со стремлением изданий расширить и удержать аудиторию. По данным

---

<sup>2</sup> Олешко Владимир Федорович – доктор философских наук, кандидат филологических наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий Уральского гуманитарного института Уральского федерального университета.

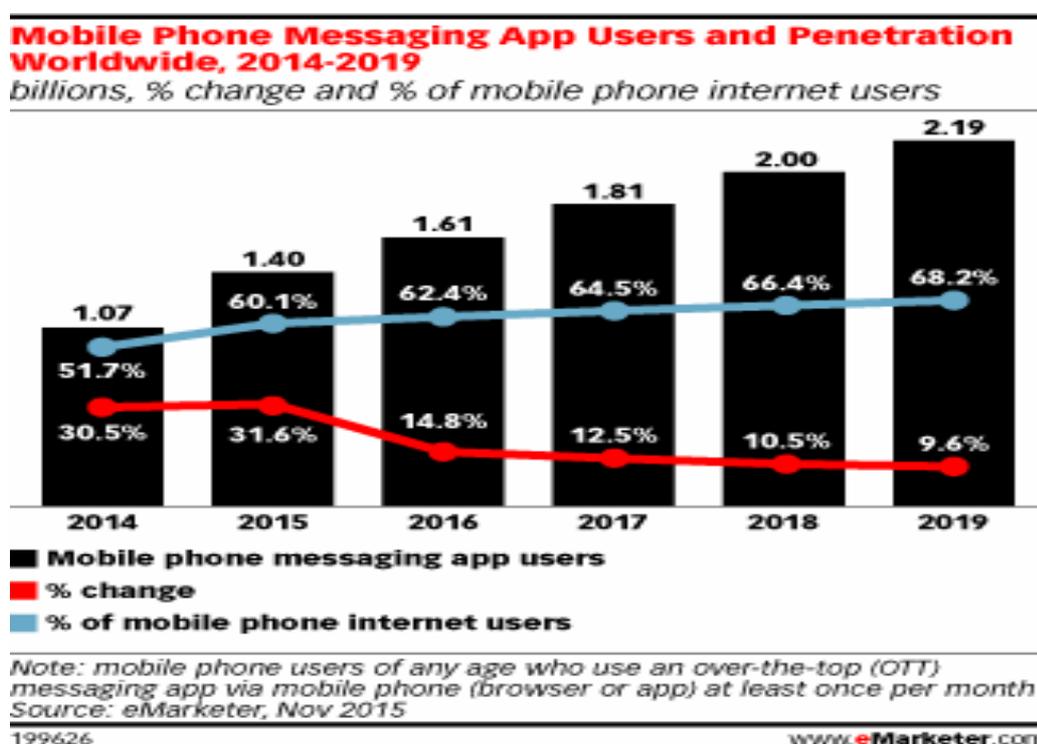
<sup>3</sup> Малик Ольга Владимировна – журналист-аналитик «Правда.Ру», Москва.

## Исследования молодых музыковедов 2018

### Музыкальное образование и педагогика

аналитической компании «eMarketer», аудитория мессенджеров в начале 2015 достигла 1,4 млрд. человек. В течение 2015 года ее рост составил 31,6%. Тогда же, компания спрогнозировала, что в 2018 году пользоваться мессенджерами будут уже 2 млрд. человек (80% обладателей смартфонов).

Рисунок 1. Диаграмма<sup>4</sup>.



По мнению медиа-аналитиков самым перспективным и быстрорастущим мессенджером является Telegram. Он позволяет обмениваться сообщениями и медиафайлами. Его создатель – основатель социальной сети «вконтакте» Павел Дуров. Датой создания этой платформы можно считать 2013 год. На формирование и установку интерфейса понадобилось около 3-х лет. Вначале 2016 года Павел Дуров заявил, что:

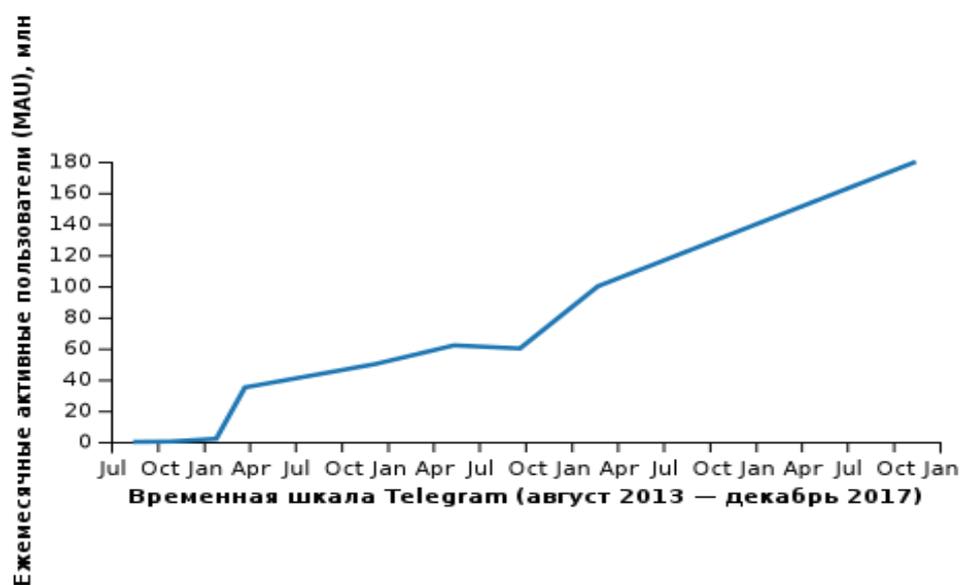
<sup>4</sup> [Цит. по 4]

## Исследования молодых музыковедов 2018

### Музыкальное образование и педагогика

«Мессенджером пользуются уже более 100 миллионов человек, при этом сервис доставляет около 15 миллиардов сообщений ежедневно <...> еще в сентябре 2015 года Telegram передавал 12 миллиардов посланий в день» [3], а 22 марта 2018 года сеть обнародовала сообщение о том, что число пользователей достигло 200 миллионов [1].

Рисунок 2.<sup>5</sup>



С 2016 года разработчики Telegram запустили «Телеграф» – блог-платформу, позволяющую бесплатно создавать публикации, обзоры, вставлять фотографии, делать подкасты и записывать видео-ролики любой продолжительности. Таким образом, помимо чатов, пользователи получили возможность создавать собственные публичные каналы на базе мессенджера. Это одна из основных отличительных черт Telegram от своих конкурентов.

<sup>5</sup> [Цит. по 5]

Рисунок 3.



Контент Telegram каналов отображается не в виде хаотичной ленты (как в «вконтакте» или «facebook»), а выглядит как цепочка личных сообщений. Читатель сам ранжирует подписки, выбирая самые интересные. Можно сказать, что это самая ненавязчивая из социальных сетей – «пуш» уведомления о новых записях не приходят каждую секунду, и в отличие от других платформ, их можно легко отключить. В приложении отсутствует контекстная реклама, рекомендации и навязывание новых подписок. А во избежание спама и флуда<sup>6</sup>, комментировать публикации невозможно. Благодаря этому пользователь Telegram получает организованный и индивидуализированный информационный контент. Важной особенностью Telegram каналов (за исключением новостных), является потеря актуальности. Канал превращается в личный дневник (аналог популярного в начале 2000-х «Живого журнала»), в котором можно зафиксировать свои мысли. Сейчас Telegram канал есть у многих крупных СМИ (Ведомости,

<sup>6</sup> Флуд («поток») – нетематические сообщения в интернет-форумах и чатах, зачастую занимающие большие объёмы.

Медуза, Коммерсантъ, Новая газета, BBC Russian, Проект Эноб, Российская газета, Тасс). Как правило, это дополнительная платформа с привязкой к основному сайту (повтор контента с сайта). Иногда Медуза создает подкасты или игры именно для Telegram канала, но это, скорее, исключение из правил. Но с «культурными СМИ» все иначе. Издания, специализирующиеся на академической музыке («Музыкальное обозрение», «Музыкальные сезоны», «Культура»), не уделяют такое внимание социальным сетям и новым мессенджерам. Штат сотрудников мал, а сами издания не направлены на ежедневное обновление материала.

Единственное СМИ, посвященное классической музыке, редакция которого активно пользуется возможностями социальных сетей для привлечения аудитории – радиостанция «Орфей». Активная работа в этом направлении началась с июля 2017 года. Компьютерный отдел «Орфей» ведет страницы в «Instagram», «facebook», «вконтакте», публикации которых дублируют новостную ленту основного сайта. Они анонсируют программы сетки, различные проекты или ближайшие концерты. Число подписчиков у «Орфей» варьируется в зависимости от социальной сети: 3390 человек «в контакте», 3756 в «facebook», в «Instagram» – 862 участника.

В середине февраля нынешнего года, радиостанция запустила свой Telegram канал, который является не совсем официальным, а сами создатели называют его «каналом для своих». Площадку Telegram «Орфей» выбрал для наращивания молодой аудитории. За полтора месяца работы, канал имеет почти 900 подписчиков, что за такой ранний срок много, а для «классического контента» просто невероятно.

Публикации в Telegram канале «Орфей» резко отличаются от публикаций в других социальных сетях радиостанции. Жестких алгоритмов публикаций пока не выработано, но авторы канала руководствуются несколькими простыми правилами: посты публикуются не раньше 9-ти утра

и не позже 9-ти вечера, за день выкладывается, примерно, 5-6 публикаций. «Наша задача не спамить, а предоставлять эксклюзивный контент», – заявляют создатели канала.<sup>7</sup> При этом внешнее оформление и содержание постов учитывают запросы молодежной аудитории. Огромный информационный поток породил новое восприятие – «клиповое мышление». Поколение нулевых воспринимает данные точно и структурно. Главное – получить конкретный ответ на запрос. Молодежь воспринимает информацию фрагментарно, делая акценты на ярких точках, чаще всего, это короткие видео, картинки или схемы. Произошел поворот от глубокого и подробного анализа материала, к быстрому переключению от одной темы к другой. Интересный контент тот, в котором важная информация собрана компактно, без сложных синтаксических конструкций и «двойных смыслов». Понимая потребности своей аудитории, публикации в Telegram канале «Орфей» имеют образовательно-развлекательную направленность. Посты не очень длинные, написаны простым языком с множеством картинок или видео. Информация организована в постоянные рубрики: «Как бы новости», «Орфей на выезде»; «Концертный зал»; «Композиторы тоже люди». При этом новости занимают приоритетную позицию: каждое громкое мировое событие редакция пытается обыграть и привязать к музыке. Помимо комментариев («как бы новостей»), канал публикует видео исполнений, ссылки на прямые эфиры, подборки фотографий с комментариями. Такой способ ведения канала более привлекателен для молодой «не музыкальной» аудитории. «Орфей» старается не превозносить академическую музыку, а наоборот, простыми словами, смешными картинками или короткими видео приблизить ее к читателю/слушателю.

---

<sup>7</sup> Информация из личной беседы с редактором интернет-отдела радио «Орфей» – Сергеевой Н.А.

## Исследования молодых музыковедов 2018

### *Музыкальное образование и педагогика*

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Дуров П. 200 000 000 Ежемесячных активных пользователей // Telegram / Blog от 22 марта 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://telegram.org/blog/200-million> (дата обращения: 30.03.2018).

2. Ли И., Коломыченко М. Из-за угрозы блокировки Telegram стал самым быстрорастущим мессенджером / Технологии и медиа // РБК от 19 декабря 2017. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/19/12/2017/5a37ca449a794754b1c07cd9](https://www.rbc.ru/technology_and_media/19/12/2017/5a37ca449a794754b1c07cd9) (дата обращения: 19.03.2018).

3. Число пользователей Telegram превысило 100 миллионов человек // РИА Новости. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/technology/20160224/1379417965.html> (дата обращения: 31.03.2018).

4. Kats R. Ads come to messenger. Slow rollout to a giant audience // EMarketer. / July 12, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.emarketer.com/Article/Ads-Come-Messenger/1016156> (дата обращения: 18.03.2018).

5. Telegram // Википедия. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Telegram> (дата обращения: 31.03.2018)