**Сравнительный анализ отраслевых Telegram-каналоов сферы маркетинговых коммуникаций (на примере «кабачковой икры по акции», «лидер мнений среди удобрений» и «Лобушкин»)**

***Безрукова Наталья Валерьевна***

*Магистрант*

*Новосибирский национальный исследовательский*

*государственный университет, Новосибирск, Россия*

*E-mail:* *n.bezrukova@g.nsu.ru*

Реалии современной цифровой эпохи таковы: высокий темп жизни влечёт за собой не только быстрое изменение медиаландшафта, но и его структурную трансформацию. И здесь особую роль играют Telegram-каналы, которые выступают в качестве гейткиперов и конструируют информационную повестку, в том числе в сфере маркетинговых коммуникаций. Таким образом, **актуальность исследования** процессов формирования медиапространства отраслевых площадок мессенджера крайне важна.

**Цель работы** ― выявить сходства и различия в формировании информационной повестки в сфере маркетинговых коммуникаций в отраслевых Telegram-каналах.

В качестве **объекта**для изучения были выбраны ведущие отраслевые Telegram-каналы сферы маркетинговых коммуникаций: «кабачковая икра по акции», «лидер мнений среди удобрений» и «Лобушкин». Эти площадки составляют топ-3 среди отраслевых Tg-каналов, посвящённых маркетинговым коммуникациям по данным «Медиалогии» за 2023 год [n1]. **Хронологические рамки** исследования ― с 01 января 2023 года по 31 декабря 2023 года. За анализируемый период изучаемым каналами было опубликовано следующее количество постов: «кабачковая икра по акции» ― 482 поста, «лидер мнений среди удобрений» ― 426 и «Лобушкин» ― 84 публикации. **Предмет исследования** ― информационная повестка, темы, которые Telegram-каналы в сфере маркетинговых коммуникаций считают значимыми для отрасли, и которым уделяют внимание.

**Ключевым понятием** нашего исследования является информационная повестка. Под данным термином В. А. Пивоваров понимает совокупность вопросов, которые медиаплатформы считают приоритетными в определённый момент времени [n2].

Сравнив специфику конструирования информационной повестки в отраслевых Telegram-каналах «кабачковая икра по акции», «лидер мнений среди удобрений» и «Лобушкин», мы сформулировали следующие выводы.

Все три Tg-канала позиционируют себя как площадки, главной тематикой которых являются пиар-коммуникации, маркетинг, медиа и брендинг. Однако примерно 70% контента «кабачковой икры по акции» и «лидера мнений среди удобрений» занимают новости, касающиеся других сфер жизни – бизнеса, экономики, мировой и отечественной IT-индустрии, развлечений и социального направления. Например, оба Tg-канала публиковали новости о массовых увольнениях сотрудников IT-компании «Google», причём «лидер мнений» в течение нескольких месяцев освещал эту ситуацию, акцентируя внимание на забастовках недовольных работников, о чём «кабачковая икра» даже не упоминала.

Что касается Tg-канала «Лобушкин», то здесь ситуация абсолютно иная. 90% контента строится вокруг коммуникаций, PR, медиа, в частности автор уделяет особое внимание кроссплатформенному мессенджеру Telegram. Например, в начале 2023 года вышло несколько постов, содержащих ссылки наразные авторитетные исследования, касающиеся аудитории платформы, особенностей медиапотребления подписчиков.

Большинство публикаций «кабачковой икры по акции» носят информационный характер и не предполагают подробных аналитических разборов. Tg-канал «лидер мнений среди удобрений» занимает промежуточную позицию в этом вопросе, предоставляя подписчикам разные форматы, в том числе и содержащие развёрнутое мнение редакции по определённой тематике. Контент «Лобушкина» варьируется от небольших постов в виде картинок с текстовым описанием до подробных обзоров различных кейсов.

Посты в трёх анализируемых Tg-каналах сопровождаются визуальным оформлением в виде фотографий, скриншотов, инфографик, диаграмм и даже видеороликов, что крайне специфично для мессенджера. Также необычный формат замечен у «лидера мнений среди удобрений» в виде голосового сообщения, в котором мужчина сообщал новость о проведении конкурса на данной площадке и поделился с подписчиками одной из частей кодовой фразы.

Стоит отметить, что «кабачковая икра по акции» авторитарно формирует информационную повестку Tg-канала, не предоставляя пользователям право на обратную связь (комментарии отключены), тем самым, исключая фактор влияния аудитории на контент. Более того, сам автор данной медиаплощадки неизвестен, а публикации написаны в третьем лице. Подобной политики придерживается и «лидер мнений среди удобрений» с той лишь разницей, что у подписчиков есть возможность отправить новости в «предложку».

Tg-канал «Лобушкин», напротив, оставил включёнными комментарии к каждому посту и активно коммуницирует со своей аудиторией. Сама по себе площадка персонифицирована и строится на бренде бывшего пиарщика «Билайна». Георгий Лобушкин открыто выражает авторскую позицию на своём канале. Такой подход никак не влияет на конструирование информационной повестки площадки, к тому же, подписчики не всегда охотно вступают в диалог. Некоторые публикации и вовсе остаются без обратной связи.

**Литература**

1. «Топ-15 каналов Telegram отрасли маркетинг, реклама и PR – 2023 год» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/socmedia/telegram/12786/>.
2. Пивоваров В.А. Особенности влияния интернет-сообществ на формирование политической повестки дня в современной России (на примере мессенджера Telegram) // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политология. 2019.