

Интернет-стратегии телевизионных вещателей на примере информационных каналов BBC World и CNN

Научный руководитель – Образцова Анастасия Юрьевна

Карева Мария Олеговна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра теории и экономики СМИ, Москва, Россия

E-mail: kareva_mary@mail.ru

Традиционным медиа для полноценного функционирования в современных реалиях медиарынка необходимо, переходя на новые платформы, грамотно выстраивать стратегию взаимодействия с аудиторией, а также стратегию продвижения контента в глобальной сети. Два крупнейших информационных канала BBC World и CNN конкурируют в Интернете, однако то, какие именно инструменты они используют для привлечения внимания к своему контенту, еще не было проанализировано исследователями. Мы исследовали стратегии вещателей BBC World и CNN в интернете с апреля по май 2017 года и смогли выявить особенности стратегий каждой из компаний.

1. Информационным каналам необходимо учитывать способы подачи информации в Интернете. По количеству предоставляемого материала о мировых событиях CNN уступает BBC World, однако, на сайте американского телевещателя материалы оформлены должным образом, у них есть мультимедийное сопровождение, а также они лучше структурированы.

2. Одной из стратегий каналов по привлечению аудитории можно считать - выбор определенных жанров digital video, которые набирают наибольшее количество просмотров и увеличивают посещаемость ресурса

3. При выстраивании интернет-стратегии важна локализация продукта данных СМИ, способность компании адаптировать продукт для местного рынка. BBC World с этим справляется успешнее, так как у этого канала есть локальные службы.

4. Наличие обратной связи - это один из основных признаков успешной стратегии в глобальной сети. Информационные телевещатели не всегда это учитывают. В период исследования в социальных сетях с редакцией CNN было невозможно связаться.

5. Успешная стратегия информационных каналов в социальных сетях определяется тем, что информация на странице должна контрастировать с другим контентом, должна выкладываться регулярно, быть конкретной и понятной, а также должна вызывать отклик у аудитории.

6. Несмотря на недостатки и достоинства интернет-стратегий анализируемых каналов эти телевизионные вещатели, являясь традиционными СМИ, в настоящее время адаптировались в интернет-среде, так как учли особенности функционирования интернет-СМИ.