Полина Сергеевна Степанова

Мария Петровна Викулова

Анастасия Михайловна Сеничева

Алёна Андреевна Иванова

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»*

psstepanova@edu.hse.ru

mpvikulova@edu.hse.ru

amsenicheva@edu.hse.ru

alanivanova@edu.hse.ru

**Методы разработки медиа об экосистемах на площадке Telegram: процесс создания и стратегия запуска проекта**

В данном материале рассмотрены методы разработки медиа об экосистемах в Telegram, выявлены актуальность и значимость проекта, определены особенности платформы и инфоповодов в рамках тематики бизнес-экосистем. Представлены результаты анализа тенденций развития рынка экосистемных продуктов в России и освещения данной тематики в крупных деловых СМИ.

*Ключевые слова*: экосистема, бизнес-экосистема, медиапроектирование, деловая журналистика.

Экосистемы – это платформы, объединяющие различные услуги и продукты в единую цифровую среду, что позволяет пользователям получать комплексные решения в одном месте [1]. Примерами игроков на российском рынке выступают Сбер, Яндекс, МТС, VK, на зарубежном – Amazon, WeChat, Apple, Uber и т. д.

Сегодня рынок экосистем характеризуется высокой конкуренцией, масштабными инвестициями и активной цифровизацией бизнес-процессов [3]. Компании стремятся к созданию замкнутой экосистемы, где пользователь может удовлетворить все потребности внутри одной платформы.

Рынок цифровых экосистем активно развивается, это становится одной из ярко выраженных тенденций в современной экономике как за рубежом, так и в России. В 2023 г., по данным J’son & Partners Consulting, рынок экосистемных подписок достиг 111,7 млрд рублей, увеличившись на 68% по сравнению с 2022 г. [4]. В период с 2022 по 2023 гг. крупнейшие российские экосистемы закрыли или продали 37 убыточных сервисов, запустили 67 новых и увеличили число подписчиков до 45 млн. Прогнозируется, что к 2027 г. рынок вырастет в 1,7 раза, достигнув 101,5 млрд рублей [4].

Развитие рынка стимулирует интерес у аудитории, который связан с потребностью получать более выгодные предложения и узнавать, как работают экосистемы. Однако в условиях современного медиарынка информация об экосистемах преимущественно предоставляется через корпоративные СМИ, ориентированные на продвижение продуктов, а также деловые СМИ широко профиля. В результате многие важные аспекты и кейсы экосистем остаются недостаточно освещенными в русскоязычных медиа.

Специализированное независимое медиа, в свою очередь, способно предоставить более глубокий и всесторонний анализ, способствуя обмену знаниями и инновациям. Такие ресурсы могут сыграть ключевую роль в повышении бизнес-грамотности общества, поддержке дискурса и обмена идеями, а также агрегировании повестки экосистемного сегмента экономики.

Целевая аудитория медиапроекта – пользователи экосистем, которым интересен, но пока непонятен этот сегмент, и бизнес-сообщество, для которого ресурс может быть полезен для расширения знаний и поиска новых идей. Актуальность разработки, кроме прочего, обусловлена необходимостью изучения нового сегмента, в чем заинтересованы не только пользователи и бизнес-сообщество, но и регулятор: Банк России уделил особое внимание теме бизнес-экосистем в одном из своих последних проектов [3].

В связи с этим в рамках образовательного процесса в НИУ ВШЭ был создан Telegram-канал об экосистемах – «Зелёнка». Цель проекта – объяснять, как функционирует этот сегмент экономики, и сокращать информационные пробелы. На данный момент мы предлагаем отобранные новости с фокусом на узкоспециализированных темах, что позволяет пользователям следить за актуальными событиями и получать их интерпретацию. В контент-план данного медиапродукта занесены лонгриды, представленные в форме интерактивного диалога с ботом, что может повысить вовлеченность пользователей и облегчить восприятие информации по сравнению с традиционными объемными текстовыми материалами. Кроме того, проект обеспечивает простое и доступное изложение сложных тем, используя понятный язык и наглядные примеры, что способствует лучшему пониманию и усвоению информации пользователями с различными уровнями подготовки.

Мы проанализировали конкурентную среду, целевую аудиторию и актуальность проекта, запустили Telegram-канал и опубликовали первые материалы. Растущий интерес к бизнес-экосистемам среди пользователей и бизнеса подчеркивает, что создание специализированного медиа об экосистемах на площадке Telegram востребовано и актуально. Создание независимого ресурса, предоставляющего всесторонний и объективный анализ экосистемных процессов, не только удовлетворит информационный спрос, но и повысит бизнес-грамотность и поддержит инновационный дискурс, помогая пользователям лучше ориентироваться в экосистемной экономике.

*Литература*

1. Каленов О. Е. Трансформация бизнес-модели: от классической организации к экосистеме // Вестн. Рос. экономич. ун-та им. Г. В. Плеханова. 2020. Т. 17. № 3 (111). С. 124–131.

2. Кобылко А. А. Перспективы развития бизнес-экосистем: конкуренция, сотрудничество, специализация // Russian Journal of Economics and Law. 2022. Т. 16. № 4. С. 728–744.

3. Основные направления развития финансового рынка Российской Федерации на 2025 год и период 2026 и 2027 годов. М.: Центральный банк Российской Федерации, 2024.

4. Экосистемы России в b2c и b2b-сегментах. Игроки, сервисы, подписки, пользовательский опыт. Итоги 2023 года // J’son & Partners Consulting. URL: https://json.tv/ekosistemy-rossii-v-b2c-i-b2b-segmentah-igroki-servisy-podpiski-polzovatelskij-opyt-itogi-2023/.