


Брендинг армянских телеканалов: стратегии позиционирования в цифровую эпоху

Казарян Карен А.

Аспирант кафедры журналистики, Российско-Армянский университет (Ереван, РА)

 <https://orcid.org/0009-0005-1530-216>
ghazaryankaren18@gmail.com

УДК: 801.7; **EDN:** UEISSX

DOI: 10.58587/18292437-2025.2-188

Ключевые слова и словосочетания: брендинг СМИ, медиаэкономика, армянские телеканалы, аудитория, позиционирование

Հայկական հեռուստաալիքների բրենդավորում. Պրաքտիկական ռազմավարությունները թվային դարում

*Ղազարյան Կարեն Ա.
Մագիստրանտի քաղաքականության, Ռուս-Հայկական համալսարան (Երևան, ՀՀ)*

Ամփոփագիր. Բրենդինգային ռազմավարությունները որոշիչ դեր են խաղում հեռուստաալիքների ղիրավորման և կայուն զարգացման մեջ: Այս հոդվածը վերլուծում է Հայաստանի առաջատար հեռուստաալիքների՝ Հայաստանի Հանրային Հեռուստատեսության (H1), Armenia TV-ի, Shant TV-ի և Kentron TV-ի բրենդինգային ռազմավարությունները: Հետազոտությունը դիտարկում է վիզուալ ինքնությունը, բովանդակային քաղաքականությունը և լսարանի հետ հաղորդակցության մեխանիզմները: Հիմնական եզրակացությունները ընդգծում են հստակ ղիրավորման, թվային միտումների և նոր բովանդակային ձևաչափերի կարևորությունը:

Հանգուցաբառեր և բառակապակցություններ՝ մեդիա բրենդինգ, մեդիաէկոնոմիկա, հայկական հեռուստաալիքներ, լսարան, ղիրավորում

Branding of Armenian TV Channels: Positioning Strategies in the Digital Era

Ghazaryan Karen A.

Department of Journalism Russian-Armenian University (Yerevan, RA)

Abstract. Branding strategies play a crucial role in the positioning and sustainable development of television channels. This article analyzes the branding strategies of leading Armenian TV channels: Public Television of Armenia (H1), Armenia TV, Shant TV, and Kentron TV. The study examines visual identity, content policy, and audience engagement mechanisms. The key findings highlight the importance of clear positioning, digital trends, and new content formats.

Keywords & phrases: media branding, media economics, Armenian TV channels, audience, positioning

Введение

Современное телевидение является не просто инструментом трансляции информации, но и мощным брендовым продуктом, формирующим общественное мнение, культурные тенденции и социальные ориентиры. В условиях цифровой трансформации медиарынка традиционные телеканалы вынуждены адаптироваться к новым реалиям, где конкуренция с онлайн-платформами, видеостриминговыми сервисами и социальными сетями становится все более интенсивной. Брендинг телеканалов играет ключевую роль в их устойчивости, определяя их рыночное позиционирование, уровень доверия аудитории и успешность коммерческих стратегий.

В Армении телевизионный ландшафт прошел значительную эволюцию, начиная с момента запуска Общественного телевидения Армении в 1956 году и заканчивая появлением частных ком-

мерческих и тематических телеканалов в 1990-х – 2000-х годах. В настоящее время армянские телеканалы функционируют в условиях жесткой конкуренции, не только между собой, но и с глобальными цифровыми медиа, такими как YouTube, Netflix и социальные платформы Facebook, Instagram, TikTok. Это требует от них более продвинутых подходов к брендингу и выстраиванию уникального медиаобраза.

При этом телевидение остается важным источником информации в Армении, несмотря на развитие цифровых медиа. Исследование, проведенное Международным республиканским институтом (IRI) в декабре 2023 года, подтверждает, что телевидение остается одним из важнейших источников новостей для значительной части населения Армении, несмотря на активное развитие цифровых медиа. Хотя, как и в других странах, в Армении наблюдается

тенденция роста популярности онлайн-платформ и социальных сетей в качестве каналов потребления информации, традиционное телевидение сохраняет устойчивые позиции в медиaprостранстве [8].

Данные опроса показывают, что армянская аудитория продолжает доверять телевизионному контенту, особенно в контексте освещения общественно-политических событий. Это объясняется как сложившимися привычками потребления информации, так и устойчивыми позициями национальных телеканалов, которые выполняют не только информационную, но и культурно-общественную миссию.

Однако для удержания позиций в медиaprостранстве телеканалы вынуждены внедрять инновационные форматы, обновлять визуальную идентичку и развивать взаимодействие с аудиторией через цифровые платформы.

Теоретическая основа исследования

Современные исследования в области медиабрендинга подчёркивают, что успешные телевизионные вещатели обладают чётко сформулированной идентичностью, ясной миссией и стратегически выстроенной системой взаимодействия с аудиторией. Российский исследователь П. И. Цветкова отмечает, что брендинг в телевизионной среде характеризуется ориентацией на предпочтения зрителей, адаптивностью к быстро меняющимся условиям медийной среды, системностью подхода и акцентом на коммуникационную составляющую. Особое внимание Цветкова уделяет эмоциональному компоненту бренда, который обеспечивает узнаваемость телеканала и формирует устойчивые ассоциации у аудитории с его содержанием [3].

Британский медиаменеджер и профессор Университета Глазго Гиллиан Дойл предлагает рассматривать брендинг в сфере СМИ как комплексное стратегическое позиционирование. Она подчёркивает, что эффективный бренд телевизионного вещателя формируется не только на уровне визуальной идентичности, но и через редакционную политику, выбор форматов контента и модели монетизации [1]. Американский исследователь Роберт Дж. Пикард, специализирующийся на экономике СМИ, подчёркивает тесную связь между силой бренда и финансовой устойчивостью телеканала. По его мнению, хорошо позиционированные бренды обладают большей способностью адаптироваться к рыночным изменениям и сохранять конкурентоспособность в долгосрочной перспективе [2].

В армянском медиaprостранстве значимый вклад в эмпирическую базу исследования внесла компания MPG LLC (представитель Gallup International в Армении), проведя в 2021 году исследование,

посвящённое медиапредпочтениям населения. Согласно полученным данным, несмотря на растущую популярность цифровых источников новостей (75,7% опрошенных), телевидение продолжает занимать значимую позицию, особенно среди старшего поколения и жителей сельской местности (62% аудитории) [9].

В рамках исследования были выявлены два ключевых вызова для брендинга армянских телеканалов:

1. Высокая степень политической зависимости государственных и частных медиаресурсов, что ограничивает их редакционную автономию и отрицательно влияет на общественное восприятие бренда.

2. Недостаточная интеграция цифровых стратегий и технологий, что снижает конкурентоспособность отечественных телеканалов в сравнении с глобальными цифровыми платформами.

Таким образом, эффективное развитие брендов армянских телеканалов в условиях глобализированной медиасреды требует комплексного подхода, который включает адаптацию к цифровой трансформации, развитие мультимедийных форматов, расширение присутствия в социальных сетях, а также укрепление редакционной независимости как фактора формирования доверия.

Цель и задачи исследования

Данное исследование направлено на изучение брендинговых стратегий армянских телеканалов и их влияния на аудиторию. Основные задачи:

1. Провести сравнительный анализ визуальной идентички и контентной политики телеканалов.
2. Определить ключевые различия в позиционировании каналов.
3. Исследовать восприятие аудитории и её предпочтения.
4. Выявить перспективные направления развития брендов телеканалов.

Таким образом, данное исследование направлено на глубокий анализ армянского телевидения как бренда и оценку его конкурентных преимуществ в условиях глобальной медиаконкуренции.

Анализ брендинговых стратегий армянских телеканалов

Брендинг в сфере телевидения включает в себя целый комплекс стратегий, направленных на создание уникального образа канала, формирование лояльной аудитории и укрепление конкурентных преимуществ на медиарынке. Армянские телеканалы используют различные

подходы к брендингу, которые отражаются в их визуальной идентичности, контентной политике, стратегиях взаимодействия с аудиторией и позиционировании в медиапространстве. В данном разделе проведен детальный анализ брендинговых стратегий четырех ключевых телеканалов Армении: Общественная телекомпания Армении (Н1), Armenia TV, Shant TV и Kentron TV.

Общественная телекомпания **Армении (Н1)** [4]: государственный бренд и национальная идентичность

Позиционирование

Общественная телекомпания Армении (Н1) — главный государственный телеканал страны, который выполняет официальную миссию информирования граждан. В отличие от коммерческих каналов, Н1 не стремится к массовому развлечению аудитории, а ориентирован на освещение общественно значимых событий, культурное просвещение и поддержание национального информационного пространства.

Контентная политика

Контент телеканала представлен в основном новостными передачами, общественно-политическими программами, культурными проектами и образовательными шоу. Здесь транслируются официальные заявления государственных органов, политические дискуссии, аналитические репортажи и документальные фильмы. Н1 активно работает с национальными культурными институтами, освещая вопросы истории, искусства и армянского наследия.

Визуальная идентичность

Визуальный стиль телеканала предельно лаконичен: синий и белый цвета в оформлении символизируют доверие, стабильность и государственность. Логотип «Н1» выполнен в строгом классическом стиле, что подчеркивает официальный статус телеканала. В оформлении студий преобладают минималистические решения, подчеркивающие информационную направленность телеканала.

Взаимодействие с аудиторией

Н1 использует традиционные методы привлечения аудитории, не прибегая к агрессивному маркетингу. Однако в последние годы канал начал осваивать цифровые платформы, включая YouTube и социальные сети, где транслирует выпуски новостей и ключевые политические передачи. Несмотря на это, аудитория телеканала остается преимущественно возрастной и консервативной.

Armenia TV [5]: лидер массового развлекательного телевидения

Позиционирование

Armenia TV — крупнейший коммерческий телеканал Армении, ориентированный на массовую аудиторию. В отличие от Н1, этот канал активно использует стратегии развлекательного телевидения, делая ставку на популярные шоу, ситкомы, сериалы и ток-шоу.

Контентная политика

Основу вещания составляют развлекательные передачи, музыкальные шоу, комедийные программы, а также телесериалы, адаптированные под армянский рынок. Одной из сильных сторон канала является сотрудничество с международными студиями (Disney, Warner Bros, Endemol), что позволяет ему приобретать лицензии на популярные телепередачи и адаптировать их под местную аудиторию.

Визуальная идентичность

Armenia TV использует яркую цветовую гамму (красный, синий, абрикосовый), символизирующую энергию и динамику, а также отсылающую к цветам армянского флага — важному элементу национальной идентичности. Дизайн логотипа и студий оформлен в стиле современных западных телеканалов, что делает канал более привлекательным для молодежной аудитории.

Взаимодействие с аудиторией

Armenia TV активно использует цифровые технологии для расширения своей аудитории. У канала есть сильное присутствие в социальных сетях (Facebook, Instagram, TikTok), где публикуются отрывки из популярных шоу и интерактивные опросы. Также канал успешно внедрил систему стриминга, позволяющую зрителям смотреть контент онлайн в любое время.

Shant TV [6]: семейные ценности и традиционное телевидение

Позиционирование

Shant TV позиционирует себя как телеканал, ориентированный на семейные традиции и культурное наследие. В отличие от Armenia TV, он делает акцент не на массовых шоу, а на контенте, который подходит для всей семьи.

Контентная политика

Shant TV предлагает зрителям новостные программы, семейные шоу, сериалы и ток-шоу. Канал избегает слишком провокационного контента и старается поддерживать нейтральный тон. Большое внимание уделяется историческим и культурным темам, что делает его привлекательным для более зрелой аудитории.

Визуальная идентичность

В оформлении канала преобладают фиолетовые оттенки, которые ассоциируются с профессионализмом и теплотой. Логотип выполнен в сдержанном стиле, а студии оформлены в

традиционном дизайне, что подчеркивает семейную направленность канала.

Взаимодействие с аудиторией

Shant TV активно работает с рекламодателями, ориентированными на семейный сегмент. Также канал имеет устойчивую аудиторию в диаспоре, что делает его привлекательным для международных рекламных кампаний.

Kentron TV [7]: аналитический и политическое телевидение

Позиционирование

Kentron TV – это оппозиционный телеканал, который ориентирован на политические и аналитические передачи. В отличие от других каналов, его главная задача – критический анализ текущей ситуации в стране и предоставление альтернативных точек зрения.

Контентная политика

Основу эфира составляют политические ток-шоу, дебаты, аналитические передачи и репортажи. Канал часто освещает оппозиционные движения и критикует действия властей.

Визуальная идентичность

В оформлении телеканала преобладают желтые и синие цвета, символизирующие серьезность и аналитическую направленность. Дизайн студий выполнен в строгом стиле, а ведущие чаще всего работают в формате обсуждений и дискуссий.

Взаимодействие с аудиторией

Kentron TV привлекает зрителей, которые интересуются политикой и аналитикой. Он активно использует YouTube и Telegram как дополнительные площадки для распространения своих программ.

Вывод

Анализ армянских телеканалов показывает, что каждая медиаплатформа использует свою уникальную брендинговую стратегию: Н1 остается главным государственным источником новостей, Armenia TV ориентируется на развлекательный сегмент, Shant TV – на семейную аудиторию, Kentron TV – на политический анализ.

Для дальнейшего успеха телеканалам важно учитывать тренды цифровизации и развивать мультимедийные платформы, адаптируя контент под новую аудиторию.

Заключение

Анализ брендинговых стратегий армянских телеканалов показывает, что каждый из них использует уникальную модель позиционирования, определяемую целевой аудиторией, контентной политикой и стратегиями взаимодействия с аудиторией. Общественный теле-

канал Н1, делает упор на официальную информацию и культурно-образовательный контент, в то время как Armenia TV и Shant TV ориентированы на развлекательные форматы, привлекающие массовую аудиторию. Оппозиционные телеканалы, такие как Kentron TV, используют аналитическую и политическую повестку для формирования общественного мнения.

Одним из ключевых факторов успешного брендинга телеканалов является адаптация к современным цифровым трендам. Развитие онлайн-платформ, социальных сетей и цифровых сервисов существенно изменяет медиапотребление. В связи с этим армянским телеканалам необходимо активнее развивать онлайн-форматы, включая стриминговые сервисы, видеоплатформы и подкасты, а также внедрять персонализированные механизмы взаимодействия с аудиторией.

Также важным направлением для укрепления бренда телеканалов является развитие партнерских программ и международного сотрудничества.

В дальнейшем телеканалам стоит рассмотреть возможность адаптации гибридных моделей монетизации, включая платные подписки, брендированные контентные проекты и краудфандинг.

Перспективы развития армянских телеканалов также связаны с внедрением новых технологий, таких как искусственный интеллект в подборе контента, анализ больших данных для персонализации рекламы и интерактивные элементы в телепередачах.

Таким образом, для сохранения конкурентоспособности телеканалам необходимо сочетать традиционные методы теле вещания с инновационными цифровыми решениями, учитывать изменения в медиапотреблении аудитории и выстраивать долгосрочные стратегические планы по развитию своих брендов.

Список использованных источников

Научные исследования и книги

1. **Doyle, G.** (2013). *Understanding Media Economics*. London: SAGE.
2. **Picard, R.** (2002). *The Economics and Financing of Media Companies*. Fordham University Press.
3. **Цветкова, П. И.** (2021). Специфика и функции брендинга в сфере телевидения. [Электронный ресурс] Доступно на: [xn---7sbabalfgj4as1arld1aqs8v.xn--p1ai](https://xn--7sbabalfgj4as1arld1aqs8v.xn--p1ai)

Официальные сайты телеканалов

4. Общественное телевидение Армении (Н1). Официальный сайт. Доступно на: <https://www.1tv.am/>
5. Armenia TV. Официальный сайт. Доступно на: <https://www.armeniatv.am/>

6. Shant TV. Официальный сайт. Доступно на: <https://www.shanttv.com/>
7. Kentron TV. Официальный сайт. Доступно на: <https://www.kentron.tv/>

Опросы и аналитические отчеты

8. International Republican Institute (IRI). (2023). Public Opinion Survey: Residents of

Armenia, December 2023. Доступно на: <https://www.iri.org/>

9. MPG LLC. (2021). Медиарынок Армении: вызовы и перспективы. [Электронный ресурс] Доступно на: colabmedios.org

Сдана/Հանձնվել է 18.03.2025

Рецензирована/Գրախոսվել է 25.03.2025

Принята/Ընդունվել է 01.04.2025