

**МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**имени М. В. ЛОМОНОСОВА**

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**Кафедра новых медиа и теории коммуникации**

**Образовательные проекты BBC и Deutsche Welle как способ  
превращения аудитории в адвокатов бренда**

**Исследовательская работа**

**студентки 4 курса**

**дневного отделения**

**Намятовой Александры Максимовны**

**Научный руководитель:**

**аспирант Першина Елена Дмитриевна**

**Москва, 2021**

Введение	3
Образовательные проекты от крупных международных медиа	4
Как медиакомпании зарабатывают на образовательных проектах	6
Какими способами BBC и DW этого добиваются?	7
Какие последствия имеет стратегия образовательных проектов BBC и DW?	9
Заключение	11
Источники	12
Дополнительные материалы	13

## Введение

Образовательные проекты сейчас стали способом диверсификации дохода для многих крупных медиа. Они существуют как у лайфстайл-изданий, так и у более «серьезной» прессы, например, у Elle<sup>1</sup> и «Коммерсантъ»<sup>2</sup> или изданий Conde Nast<sup>3</sup> и Т-Ж<sup>4</sup>. И, если раньше российский читатель, зритель, слушатель и пользователь в одном лице не был готов платить за получение дополнительного образования, то сейчас доля людей, приобретающих продукты по обучению, а не скачивающих их на пиратских сайтах или в каналах в Telegram, значительно выросла. Сами проекты за пандемийные годы изменились, подстроившись под требования рынка, и сформировали целую индустрию EdTech в России. Согласно данным HolonIQ<sup>5</sup>, к 2025 году капитализация (то есть стоимость ценных бумаг) всех компаний, представленных в отрасли онлайн-образования, достигнет 404 миллиардов долларов. Рынок растет быстрыми (порой даже слишком) темпами, что, казалось бы, должно еще больше располагать компании к работе над образовательными продуктами. Однако крупные медиафирмы не спешат поворачиваться лицом к дивному новому миру lifelong learning. Скорее, компании, уже запустившие свои EdTech-проекты, продолжают завоевывать новые сегменты аудитории, расширяясь и становясь влиятельнее в мире образования.

---

<sup>1</sup> Сайт [elle.education](https://elle.education/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elle.education/> (дата обращения 25.12.2021)

<sup>2</sup> Сайт [university.kommersant.ru](https://university.kommersant.ru/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://university.kommersant.ru/> (дата обращения 25.12.2021)

<sup>3</sup> Сайт [condenastcollege.ac.uk](https://www.condenastcollege.ac.uk/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.condenastcollege.ac.uk/courses/> (дата обращения 25.12.2021)

<sup>4</sup> Сайт [journal.tinkoff.ru](https://journal.tinkoff.ru/pro/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/pro/> (дата обращения 25.12.2021)

<sup>5</sup> Сайт [holoniq.com](https://www.holoniq.com/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/> (дата обращения 25.12.2021)

## Образовательные проекты от крупных международных медиа

Сегодня я буду рассматривать два медиа: BBC и Deutsche Welle. Их выбор обусловлен личным опытом (я работаю в онлайн-образовании, знаю английский и учу немецкий), интересом к конкретно их контенту (чьё качество меня всегда восхищало) и наличием у них проектов по изучению иностранного языка — английского и немецкого соответственно. Оба этих медиа (и не только) я исследую в своей выпускной квалификационной работе.

BBC Learning English<sup>6</sup> — это платформа по изучению английского языка, которая находится внутри основного новостного сервиса BBC. На ней предлагаются уроки в разных форматах — видео, аудио, пошаговое письменное объяснение, словарь, игра и так далее. Кроме того, платформа поддерживается подкастами, выходящими на нескольких сервисах вроде Apple Podcasts, SoundCloud, Anchor, и видео, выходящими на YouTube. У нее, как и у DW, существуют аккаунты в Instagram (где нет рекламных интеграций, но присутствует поддержка других медиа из того же холдинга), Twitter и Facebook (см. раздел с дополнительными материалами).

DW Deutsch Lernen<sup>7</sup> — это платформа по изучению немецкого языка. Она содержит в себе те же компоненты, что и предыдущий сервис, и пользуется теми же площадками для распространения своего контента. Но с поправкой на современность: если BBC часто предлагает студентам

---

<sup>6</sup> Сайт [bbc.co.uk](https://www.bbc.co.uk/learningenglish/) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bbc.co.uk/learningenglish/> (дата обращения 25.12.2021)

<sup>7</sup> Сайт [dw.com](https://www.dw.com/de/deutsch-lernen/s-2055) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dw.com/de/deutsch-lernen/s-2055> (дата обращения 25.12.2021)

изучить какую-либо тему на примере уже давно (а порой даже слишком) существующих видео и аудио, то DW создает специальные тексты, которые соответствуют повестке дня. Этим они и отличаются: BBC предпочитает брать уже имеющийся материал, но не создавать новый, а DW перерабатывает журналистские тексты под нужды студентов и озвучивает их в подходящем для изучения темпе.

## Как медиакомпании зарабатывают на образовательных проектах

Краткий ответ: монетизации в привычном ее смысле такие проекты (конкретно те, что рассматриваю я) не поддаются. В них можно размещать рекламу — но такую же, как и во всех остальных разделах сайта. Реклама может быть контекстной в разных форматах. Нативной, то есть «вшитой» в текст, аудио- или видеоматериал рекламы в этих проектах нет. Хотя могла быть — аудитория у проектов заинтересована и в, например, переезде за границу, и в посещении презентаций зарубежных университетов, и в построении карьеры. В подкастах реклама также не присутствует — что у BBC, что у DW. А на YouTube можно заметить только стандартные рекламные видео, проигрывающиеся перед началом ролика.

Вместо стандартного и понятного заработка — тонн рекламы, партнерских проектов с коммерческими структурами и так далее — оба медиа выбирают стратегию взращивания адвокатов бренда. Моя гипотеза состоит в том, что образовательные проекты BBC и DW используются редакциями не как вариант для диверсификации заработка, а как способ создания лояльной аудитории, потребляющей информацию без внутреннего ценза и доверяющей платформе и ее рекомендациям.

## Какими способами BBC и DW этого добиваются?

Во-первых, при помощи предоставления качественных образовательных услуг. Обучение — это дорого. Помогающее выучить что-либо обучение — еще дороже. Стоимость курсов английского языка в Москве начинается от 3 тысяч рублей<sup>8</sup> (но таких предложений крайне мало) и может заканчиваться на сотнях тысяч. Бесплатное предоставление чего-либо будто бы обязывает к дальнейшей коммуникации — будь то общение с продавцом, щедро предложившем пробники ненужной вам косметики, или нахождение на сайте. Хотя со вторым, конечно, с точки зрения пользователя легче — человеческого фактора, заставляющего вас общаться с обходительным продавцом, здесь уже нет, и вины за отсутствие покупки вы не испытываете. Здесь покупают ваше внимание, а не ваши деньги. Стоит оно зачастую намного дороже, чем любая сумма рублей или долларов.

Во-вторых, при помощи большого количества соприкосновений с потенциальным «покупателем». СМИ коммуницирует с аудиторией через все своих площадки: основной сайт, радио, видеоролики, аудио (озвучку новостей), аккаунты в социальных сетях, а также эксклюзивные единицы контента вроде прямых трансляций на YouTube. Кроме того, указанные мною медиа также пользуются платформами для размещения подкастов, отправляют рассылки, участвуют в кроссмедийных проектах и постоянно упоминаются в качестве источников новостей. Все это увеличивает количество касаний с аудиторией. В «стандартной» цепочке продаж

---

<sup>8</sup> Сайт [zoon.ru](https://zoon.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://zoon.ru/msk/m/kursy\\_anglijskogo\\_yazyka/](https://zoon.ru/msk/m/kursy_anglijskogo_yazyka/) (дата обращения 25.12.2021)

пользователю хватило бы 7 касаний<sup>9</sup> для приобретения продукта; здесь работает тот же принцип, только вместо покупки человек проникается интересом и доверием к СМИ, изучает его «продукты», то есть контентные предложения, в той или иной форме начинает заниматься иностранным языком.

В-третьих, при помощи неразделения брендов. Пользователи не разделяют бренд медиа с брендом образовательного проекта от этого медиа. BBC, например, воспринимается как знак качества, что автоматически переходит на проекты, которые это медиа создает и дистрибутирует. Таким образом, образовательный проект сразу же избавляется от одного из главных бизнес-рисков любого стартапа — отсутствия имени, которое бы привлекало аудиторию и служило неким гарантом.

---

<sup>9</sup> Сайт [blog.ingate.ru](https://blog.ingate.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.ingate.ru/detail/teoriya-7-kasaniy-gde-i-kak-zatsepit-tselevuyu-auditoriyu/> (дата обращения 25.12.2021)



## Какие последствия имеет стратегия образовательных проектов BBC и DW?

Во-первых, расширение аудитории. Логично, что при появлении нового продукта, по формату и содержанию отличающегося от предыдущих единиц контента, аудитория компании, презентовавшей продукт, увеличивается. Расширение аудитории способствует ее «переливанию» из пассивных слушателей подкастов или зрителей образовательных видео в активных читателей, подписанных на все социальные сети медиа.

Подробностями совпадения аудиторий ни BBC, ни DW не делятся, но я предполагаю, что оно не слишком большое и умещается в примерно 25 процентов. Люди, и так читающие или смотрящие эти ресурсы, потребляющие их контент, не нуждаются в изучении английского или немецкого языка. Они, скорее всего, и так эти языки уже знают.

Во-вторых, увеличение сегмента интересующей рекламодателей аудитории. Вероятность того, что своим образованием в формате сэлф-лернинг занимаются люди с уже имеющимся (или получаемым) высшим образованием, хорошими знаниями по той или иной теме, а, значит, хорошей зарплатой (или перспективами ее получить), весьма велика. Это не The Sun или Das Bild, чей контент по уровню изложения доступен буквально кому угодно. Увеличение сегмента платежеспособной аудитории с разными демографическими характеристиками позволяет больше зарабатывать на рекламе (продаже этой аудитории).

В-третьих, создание адвокатов бренда, благодарных за поддержку с их обучением. Это стоит дороже всего: адвокат бренда будет с энтузиазмом рассказывать про свой опыт взаимодействия с компанией, тем самым

привлекая новую аудиторию через один из наиболее проверенных временем каналов связи — сарафанное радио. Чем лояльнее аудитория, тем легче ей что-либо продать. Это, впрочем, не значит, что данная формула работает в любом случае, а пользователи указанных ресурсов — ничего не понимающие роботы.

В-четвертых, формирование образа эксперта, которому можно доверять. Это уже уходит в сторону политического имиджа государств, которые стоят за BBC и DW. Лояльный потребитель информации, получивший множество плюшек и изучивший что-либо по иностранному языку качественно и бесплатно, с большей вероятностью воспримет повторяющуюся точку зрения, «линию партии» как что-то естественное и само собой разумеющееся.

## Заключение

В данной работе путем анализа образовательных проектов BBC и DW, изучения представленного на площадках контента, а также способов бизнес-моделирования, подразумевающих не только и не сколько монетизацию проектов в качестве главной цели запуска компании, я выяснила следующее:

1. Существующие образовательные проекты указанных СМИ функционируют в некоммерческом формате;
2. Главной «валютой» изученных проектов является внимание пользователей, а также их лояльность к медиакомпаниям и готовность стать адвокатом бренда;
3. Проекты, посвященные изучению иностранному языку и выпускающиеся медиакомпанией, активно используют контент, уже созданный журналистами входящих в состав организации СМИ.

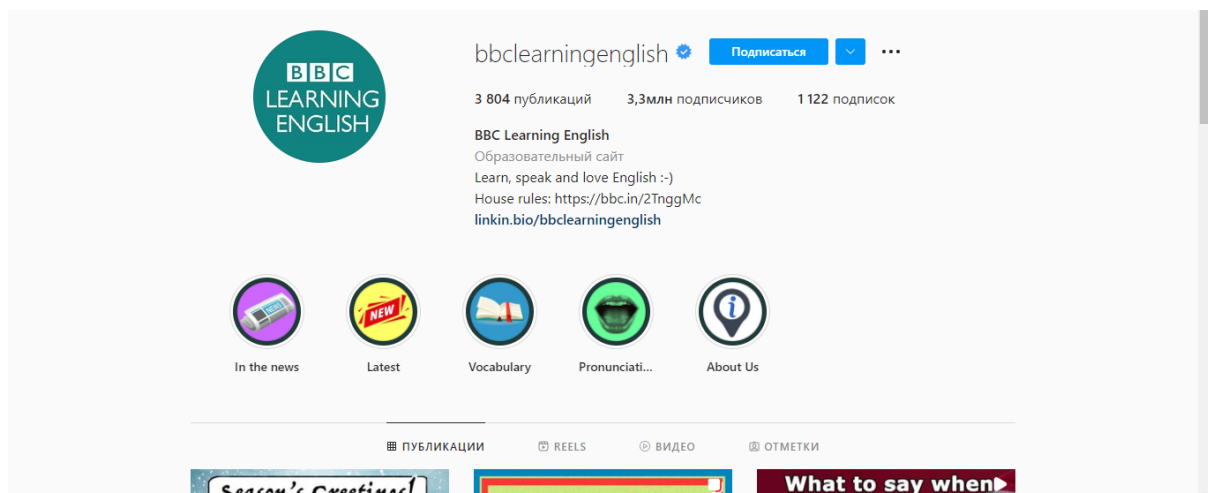
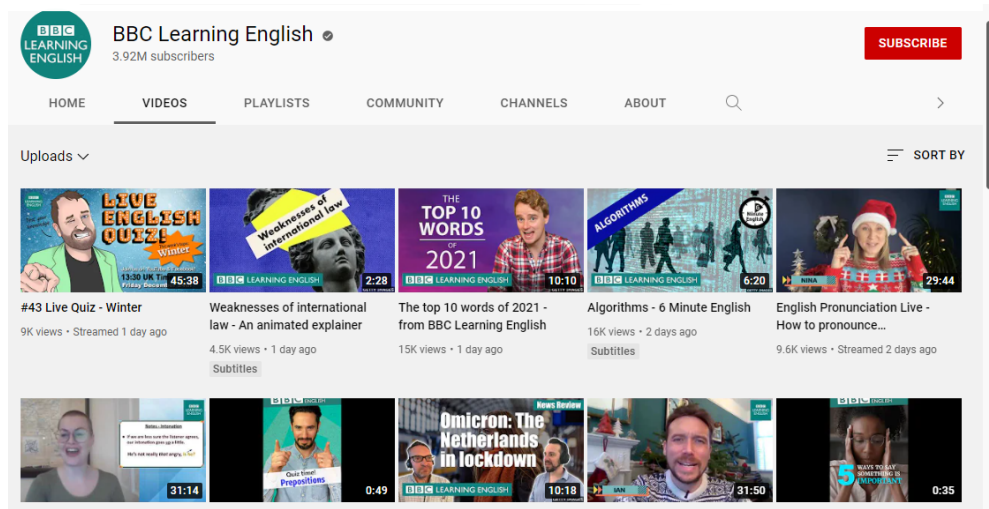
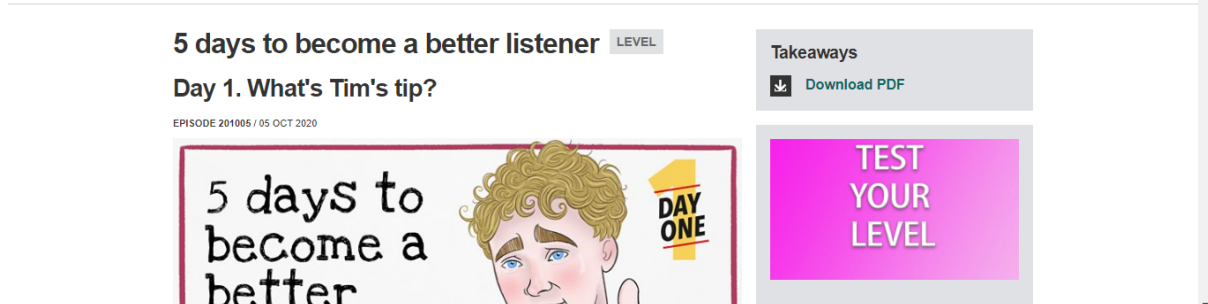
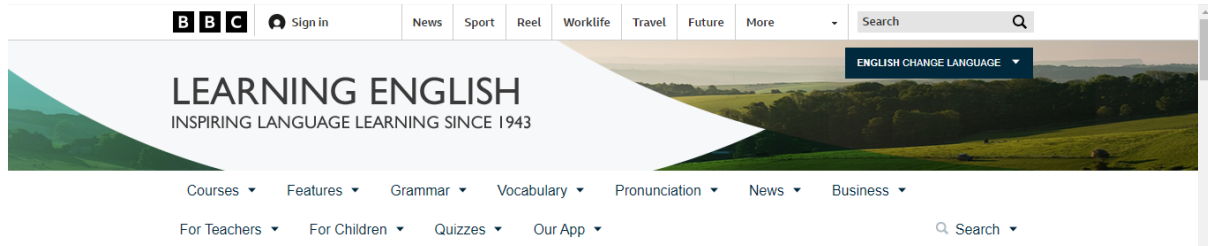
Гипотеза, которую я сегодня рассматривала, будет в дальнейшем использована в моей выпускной квалификационной работе.

## Источники

1. Сайт holoniq.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://www.holoniq.com/edtech/10-charts-that-explain-the-global-education-technology-market/> (дата обращения 25.12.2021)
2. Сайт elle.education [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://elle.education/> (дата обращения 25.12.2021)
3. Сайт university.kommersant.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://university.kommersant.ru/> (дата обращения 25.12.2021)
4. Сайт journal.tinkoff.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://journal.tinkoff.ru/pro/> (дата обращения 25.12.2021)
5. Сайт condenastcollege.ac.uk [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://www.condenastcollege.ac.uk/courses/> (дата обращения 25.12.2021)
6. Сайт bbc.co.uk [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://www.bbc.co.uk/learningenglish/> (дата обращения 25.12.2021)
7. Сайт dw.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://www.dw.com/de/deutsch-lernen/s-2055> (дата обращения 25.12.2021)
8. Сайт zoon.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
[https://zoon.ru/msk/m/kursy\\_anglijskogo\\_yazyka/](https://zoon.ru/msk/m/kursy_anglijskogo_yazyka/) (дата обращения 25.12.2021)
9. Сайт blog.ingate.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<https://blog.ingate.ru/detail/teoriya-7-kasaniy-gde-i-kak-zatsepit-tselevuyu-auditoriyu/> (дата обращения 25.12.2021)

# Дополнительные материалы

## Группа скриншотов 1





Группа скриншотов 2



DEUTSCH LERNEN durchsuchen

THEMEN MEDIA CENTER TV DEUTSCH LERNEN

DEUTSCHKURSE DEUTSCH XXL COMMUNITY D DEUTSCH UNTERRICHTEN

DEUTSCH LERNEN B2, C1 | DEUTSCH LERNEN MIT NACHRICHTEN

25.12.2021 – Langsam gesprochene Nachrichten



Trainiere dein Hörverstehen mit den Nachrichten der Deutschen Welle von Samstag – als Text und als verständlich gesprochene Audio-Datei.

- Nachrichten von Samstag, 25.12.2021 – langsam gesprochen als MP3
Nachrichten von Samstag, 25.12.2021 – im Originaltempo als MP3



WAS IN DEUTSCHLAND WEIHNACHTEN AUF DEN TISCH KOMMT Der Heiligabend-Klassiker

Bei dem, was an Heiligabend auf den Tisch kommt, lassen sich die Deutschen auf keine Experimente ein: Laut Umfrage entscheiden sich 36 Prozent für den Klassiker Kartoffelsalat und Würstchen. Das geht



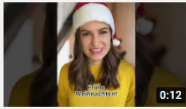
Deutsch lernen mit der DW 782K subscribers

SUBSCRIBED

HOME VIDEOS PLAYLISTS COMMUNITY CHANNELS ABOUT

Uploads

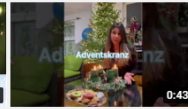
SORT BY



So wünscht ihr frohe Weihnachten auf Deutsch!... 1K views • 8 hours ago



Deutsch lernen mit Videos | Terror in Berlin: fünf Jahre... 2.2K views • 2 days ago



Weihnachten steht vor der Tür! Zeit für einen neuen... 1.9K views • 2 days ago



Wusstet ihr, dass alle Monate im Deutschen mit dem... 1.7K views • 4 days ago



Yeni başlayanlar için Almanca (A1/A2) ... 1.3K views • 5 days ago



DW Deutsch lernen

@dw.learngerman · Образовательный сайт

Главная Сообщество Видео Фото Ещё

Нравится

Информация

Learning German can be fun – with our exercises! From grammar to swear words, we won't leave any questions unanswered.

Netiquette: http://www.dw.com/... Ещё

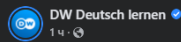
1 238 519 чел. поставили "Нравится", в том числе 1 из ваших друзей

Подписаны 1 260 157 человека

http://www.dw.com/deutschlernen


Создать публикацию

Фото/видео Место Отметить друзей










Vor dem Schlafen surfe ich immer noch ein bisschen \_\_\_ Internet.

- a) im
b) ins

 dw\_deutschlernen Подписаться ...

8 908 публикаций 692тыс. подписчиков 167 подписок

**DW - Deutsch lernen**  
Образование  
Deutsch lernen macht Spaß! Wir verraten euch, wie!  
Zu den Nachrichten kommt ihr hier:  
[bit.ly/langsameNachrichten](https://bit.ly/langsameNachrichten)

 Vokabeln  Adventskal...  Definition  Fakt oder F...  UNESCO  Spotify  Grün

ПУБЛИКАЦИИ REELS ВИДЕО ОТМЕТКИ

← **DW Deutsch lernen** 92.4K Tweets

... Follow

**DW Deutsch lernen** ...  
@dw\_learngerman

Improve your German – and have fun! We'll deliver tons of exercises straight to your newsfeed. [bit.ly/dwlegalnotice](https://bit.ly/dwlegalnotice)

📍 Bonn / Germany [dw.com/learngerman](https://dw.com/learngerman) 📅 Joined August 2009

1,498 Following 138K Followers  
Not followed by anyone you're following

Tweets Tweets & replies Media Likes

 **DW Deutsch lernen** ... @dw\_learngerman · 1h  
Vor dem Schlafen surfe ich immer noch ein bisschen \_\_\_\_ Internet.  
a) im  
b) ins