

S. N. Glazkova
Chelyabinsk state University (Miass branch)
Miass (Russia)

THE QUANTITATIVE-NAME MODEL OF THE HEADER IN YANDEX.ZEN

The author explores the model of a quantitative name header in the Yandex.Zen aggregator. The versatility of the model and its pragmatic potential are determined. The specifics of this model are formulated: a numerical list transfer of media information, orientation to the main criterion for the success of a channel in Zen – readability.

Keywords: title, quantitative-named model, component, Yandex.Zen.

Глазкова Светлана Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры филологии, Челябинский государственный университет (Миасский филиал), snglaz@rambler.ru

А. А. Градюшко
Белорусский государственный университет
Минск (Беларусь)

ЧАТ-БОТ В TELEGRAM КАК НОВЫЙ ИСТОЧНИК ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

В статье автор рассматривает опыт белорусских медиа по использованию чат-ботов в мессенджере Telegram. В качестве базы эмпирического исследования использованы каналы 15 медиа разных типов. Выявлены возможности чат-ботов и принципы их работы. Показана специфика их использования в работе редакции. Автор приходит к выводу о том, что чат-бот в Telegram представляет собой перспективный инструмент взаимодействия с аудиторией.

Ключевые слова: цифровая журналистика, Telegram, чат-бот, вовлеченность, аудитория.

В условиях снижения институционального доверия к традиционным медиа альтернативой СМИ становятся Telegram-каналы, имеющие достаточно ресурсов для захвата значительной части аудитории. В 2020 году в Республике Беларусь резко выросло влияние платформы Telegram как источника новостной информации. Важным интерфейсом этого мессенджера являются боты, которые используются как новый инструмент обратной связи с аудиторией. В настоящем исследовании выявлены возможности чат-ботов в работе цифровой редакции, показан их функционал и определены перспективы использования как нового источника пользовательского контента.

Платформа для создания ботов появилась в Telegram еще в июне 2015 года. Самым первым из русскоязычных СМИ свой чат-бот запустила «Медуза». Функционал сервиса давал возможность получать новости с помощью специальных команд [2. С. 128]. В Республике Беларусь чат-боты в Telegram получили стремительное развитие после президентских выборов 9 августа 2020 года. Платформа Telegram оказалась самым ценным ресурсом для СМИ – они публиковали фото и видео, предоставленные подписчиками. Одним из инструментов обратной связи с редакциями стали чат-боты.

По числу подписчиков (1,8 млн) в белорусском Telegram лидирует канал «Нехта Live» t.me/nexta_live. Эта площадка является крупнейшим новостным русскоязычным каналом. Более того, такой аудитории нет ни у одного новостного Telegram-канала в мире. К началу августа у него было немногим более 300 тыс. подписчиков, затем аудитория резко выросла. Для обратной связи редакция канала использует бот [@nextamail_bot](https://t.me/nextamail_bot). При вводе команды «/start» бот выдает следующую информацию: «Здравствуйте! Пришлите ваше сообщение. Спам автоматически удаляется. Все ваши сообщения анонимны». Создатели канала утверждают, что в августе они получали 200–300 сообщений в минуту.

В октябре 2020 года канал интернет-мессенджера Telegram t.me/nexta_live и его логотип по решению суда были признаны

экстремистскими материалами. Такое решение принято в связи с содержанием информационной продукции (видеороликов, призывов и публикаций как от имени самой редакции канала, так и подписчиков) с признаками экстремистской деятельности. Речь идет публичных призывах к осуществлению массовых беспорядков.

Популярность Telegram как источника новостной информации дала толчок использованию чат-ботов и в «классических» цифровых СМИ. В частности, информационный портал Onliner.by, имеющий более 146 тыс. подписчиков своего канала t.me/onlinerby, обращается к ним следующим образом: «Присылайте свои фото и видео, истории и сюжеты в наш бот @newsonliner_bot. Будем создавать повестку вместе! Расскажи этому боту о каком-нибудь интересном событии или происшествии, и твое сообщение попадет в редакцию Onliner. Не пугайтесь: иногда бот отвечает. Если у нас появятся уточняющие вопросы, мы зададим вам их через этот чат». Сообщения, присланные пользователями, размещаются как в самом Telegram-канале, так и на сайте. При этом акцент делается на медиафайлах, так как их проще верифицировать, чем анонимные текстовые сообщения.

Практика работы белорусских медиа в Telegram показывает, что основное предназначение ботов – прием файлов и новостей от читателей. Новейшие медиа открывают «перед любым членом общества перспективу соучастия в общих информационных потоках» [1. С. 7]. По такой схеме строят взаимодействие с аудиторией Tut.by (@tutby_news_bot), The Village Беларусь (@TheVillageBelarusBot), телеканал ОНТ (@ontfeedback_bot), Агентство телевизионных новостей (@atnnews_bot) и др. Технически это реализовано с помощью конструктора Livegram Bot, позволяющего создать бот обратной связи. Ряд ведущих белорусских СМИ («СБ. Беларусь сегодня», «БелТА») также имеют каналы в Telegram, однако чат-ботами не пользуются.

Исследование выявило недостаточный функционал ботов в белорусском сегменте Telegram. В частности, крупнейший белорусский портал Tut.by ранее предоставлял возможность узнавать новости с помощью чат-бота @tutbybot и ряда команд («/top», «/politics», «/society» и др.). В настоящее время этот бот

не работает. Кроме того, набор самих команд достаточно скуден. Таким образом, чат-боты чаще всего используются белорусскими медиа в качестве не нового способа дистрибуции новостей, а как канал получения оперативного пользовательского контента. В любом случае неоспорим тот факт, что новейшие медиа «меняют структуру медиапотребления и перераспределяют аудиторное внимание в пользу более технологичных платформ» [3. С. 158].

Эти тенденции отмечаются и на локальном уровне. Региональные цифровые медиа также «стараятся в своей работе максимально использовать все возможности, предложенные на данный момент техническим прогрессом» [4. С. 75]. Среди 136 региональных государственных газет страны каналы в Telegram имеют 54 издания. Однако чат-бот есть только у редакции Березовской районной газеты «Маяк» (@berezaby_bot). Потенциал Telegram используется государственными СМИ не в полной мере.

Таким образом, чат-бот в Telegram стал новым источником информации для белорусских СМИ. В то же время мы можем утверждать, что в формировании медиаповестки ведущую роль играют альтернативные Telegram-каналы. Стремительное проникновение их в медийное пространство Республики Беларусь ставит перед журналистами качественно иные задачи в борьбе за внимание аудитории.

Список литературы

1. Загидуллина, М. В. Стремительное развитие технологий как вызов профессии журналиста / М. В. Загидуллина. – Текст : непосредственный // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 7–8.
2. Иванов, А. Д. Чат-бот в Telegram и ВКонтакте как новый канал распространения новостей / А. Д. Иванов. – Текст : непосредственный // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2016. – Т. 1, № 3. – С. 126–132.
3. Коноплев, Д. Э. Современные медиасистемы: кризис традиционных СМИ / Д. Э. Коноплев. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 1 (35). – С. 158–162.

4. Морозова, А. А. Особенности использования алгоритмов искусственного интеллекта в работе регионального информационного сайта / А. А. Морозова, О. В. Мурзина – Текст : непосредственный // Профессиональная культура журналиста в эпоху социальных и технологических трансформаций медиасферы: сб. материалов Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Екатеринбург, 23–24 апреля 2020 г.). – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2020. – С. 75–77.

A. A. Hradziushka
Belarusian State University
Minsk (Belarus)

CHATBOT IN TELEGRAM AS A NEW SOURCE OF INFORMATION FOR JOURNALISTS

In the article, the author examines the experience of Belarusian media in using chat bots in the Telegram messenger. As a basis for empirical research, 15 different types of media channels were used. The possibilities of chat bots and the principles of their work are revealed. The specifics of their use in the work of the editorial office are shown. The author comes to the conclusion that the chatbot in Telegram is a promising tool for interacting with the audience.

Keywords: digital journalism, Telegram, chatbot, engagement, audience.

Градюшко Александр Александрович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики, Белорусский государственный университет, webjourn@gmail.com