

проблему необходимо решать как техническими, так и другими способами.

MANIFESTATIONS OF VERBAL AGGRESSION IN COMMENTS OF INTERNET FORUM USERS

This article examines the linguistic means of expressing verbal aggression in the comments of users of Internet forums.

Key words: verbal aggression, internet forums, invective genres.

А.А. Градюшко

(Белорусский государственный университет)

ПРИЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕДИАТЕКСТА В МЕССЕНДЖЕРЕ TELEGRAM

В статье представлены результаты изучения деятельности белорусских медиа на платформе Telegram. Рассмотрены приемы организации медиатекста, позволяющие повысить вовлеченность аудитории. Автор приходит к выводу, что стратегии дистрибуции новостей в Telegram претерпевают значительные изменения.

Ключевые слова: цифровая журналистика, медиатекст, Telegram, аудитория, вовлеченность

Тема данного исследования связана с необходимостью изучения возрастающей роли мессенджера Telegram в системе массовых коммуникаций. В формировании новостной повестки значимую роль стали играть многочисленные каналы и чаты. Цель статьи заключается в исследовании приемов организации медиатекста в Telegram и выявлении стратегий продвижения контента на этой платформе. В качестве аналитического инструмента использован сайт проекта Telegram Analytics

tgstat.com. Нами была выбрана категория «Новости и СМИ» и изучены топ-10 белорусских каналов с наибольшим числом подписчиков.

Существует ряд концептуально и содержательно полезных работ, исследующих медиатекст в цифровой среде с позиций лингвопрагматики, социолингвистики, дискурс-анализа. Л. Р. Дускаева обращает внимание на существенные преобразования в речевом оформлении медиатекста, которые проявляются «в усилении диалогичности, повышении оперативности, устремленности к лаконизму изложения, распространении стилистики завлекательности» [Дускаева 2014; 179]. Н. И. Клушина считает, что трансформация медиатекста в интернете во многом вызвана развитием мобильных технологий. «Компрессия текстов обусловлена границами экрана. Длинные тексты в соцсетях и чатах остаются непрочитанными» [Клушина 2018; 53].

Г. Н. Трофимова утверждает, что «в последнее время культура взаимодействия с медиатекстами стала одной из центральных категорий в медиаисследованиях» [Трофимова 2018, 374]. Д. В. Соколова отмечает, что «популярность СМИ в Telegram растет, значительно увеличилось число подписчиков у всех СМИ. Стратегии дистрибуции новостей претерпели изменения, у некоторых медиа значительно трансформировалась подача контента» [Соколова 2018, 289]. Все это актуализирует необходимость исследования приемов организации медиатекста в Telegram.

К основным результатам исследования мы можем отнести следующие положения. Одно из ведущих мест в белорусском сегменте занимает Telegram-канал «TUT.BY новости» самого популярного в стране портала TUT.BY @tutby_official. Количество его подписчиков в марте 2020 г. составило 412 тыс. человек. Среди «классических» белорусских интернет-СМИ канал занимает первое место по количеству просмотров на пост (160.500). В основном размещаются новости портала с фото (в среднем 32 поста в

день, что является рекордом среди изученными нами каналов) и ссылками на сайт. К каждому посту в редакции пишут короткую подводку. В ней редакция дает понять, о чем история, но не рассказывает ее.

При написании медиатекстов в Telegram-канале @tutby_official используются, в частности, следующие обороты: «узнали, что происходит...», «посмотрите, как...», «рассказываем, как...», «коротко и понятно о том, что...», «стало известно, что...» и др. По вечерам обычно публикуется пост «Самое важное за день» с кратким перечислением наиболее резонансных событий. Исследование показало, что наиболее популярным приемом организации медиатекста является сочетание текста, фото и гиперссылки на сайт издания. Причем сам текст обычно состоит из 1-3 абзацев, в каждом из которых не более 2-4 строк.

Значимое место среди Telegram-каналов белорусских цифровых СМИ площадка информационного портала Onliner.by @onlinerby (138.500 подписчиков). Охват каждого поста составляет около 56.600 человек. Как и в случае с TUT.BY, на канале чаще всего размещаются новости портала со ссылками на сайт, но в этом случае используются расширенные подводки. Кроме того, на канале @onlinerby можно увидеть подборки фото, коллажи, видео. Также присутствует рубрика «Хроника дня», в которой используются эмодзи.

В отличие от цифровых изданий, белорусскими аудиовизуальными и печатными СМИ Telegram освоен недостаточно. В Белтелерадиокомпании канал @ATN_NEWS есть только у Агентства телевизионных новостей (7600 подписчиков). Количество подписчиков национального телеканала ОНТ @ontnews также невелико – 8000 человек. Наиболее популярными приемами организации медиатекста являются сочетание текста с гиперссылкой на сайт издания, фото, видео, эмодзи.

Исследование показало, что распространенной ошибкой, которую допускают редакции ряда белорусских СМИ, является публикация в мессенджере исключительно ссылок на сайт. Так, воспользовавшись сервисом веб-аналитики «Яндекс.Метрика», мы установили, что из Telegram-канала районной газеты «Перспектива» @rgazeta, имеющего 244 подписчика, на сайт газеты фиксируется в среднем от 1 до 3 переходов в сутки. Это позволяет нам утверждать, что на платформе Telegram необходимо размещать больше уникальных публикаций без ссылок на сайт СМИ.

Среди каналов, входящих топ-10 категории «Новости и СМИ» в белорусском сегменте Telegram, заслуживает внимания «Чай з малиновым варэннем» @belteanews. Это сообщество объединяет более 168.300 подписчиков и ежедневно публикует в среднем 14 записей чаще всего это различные мемы и смешные иллюстрации к новостям. Интересно, что ERR сообщества составляет 52,6%, что свидетельствует о высоком охвате аудитории. Это приводит нас к выводу о том, что вовлекающий медиатекст в Telegram отличается неформальной подачей, эмоциональностью, содержит в себе разумную интригу.

В этом контексте мы можем утверждать, что полное или частичное копирование элементов исходного медиатекста с сайта и его последующее размещение в Telegram является неэффективной стратегией дистрибуции. Вовлеченность аудитории могут повысить такие приемы, как модификация контента для мессенджера, использование фото, видео, инфографики и других визуальных элементов, а также интерактивных форм (опросы, комментарии, чат-боты и др.), т. е. реализация потенциала различных экранных игровых коммуникаций [Волкова 2018].

Полученные нами результаты можно интерпретировать следующим образом. Если раньше для многих белорусских изданий Telegram был только одним из каналов дистрибуции

журналистских материалов, где размещались исключительно ссылки на основной сайт, то сегодня многие из них стремятся отойти от информирования ссылками и перейти на уникальный, адаптированный контент.

Важно отметить, что в белорусском медиапространстве ведущую роль играют альтернативные Telegram-каналы, созданные не СМИ, а обычными интернет-пользователями («Мерзкий Кокобай», «МотолькоПомоги», «Отчислено», «Работаем с Пушкиным!» «Советская Белоруссия» и др.). Они стали новыми площадками для проявления социального активизма. Эти цифровые платформы подразумевают самые разные формы участия аудитории в создании контента. Очевидно также, что рост популярности неформальных каналов привел к усилению работы на этой платформе «классических» медиа.

Исследование показало, что популярные Telegram-каналы подразумевают самые разные формы участия пользователей в создании контента (боты для отправки новостей в редакцию, чаты, комментарии и др.). Таким образом, многие белорусские цифровые медиа находятся в поисках успешных приемов организации медиатекстов в Telegram. Наиболее успешной нам представляется модель, при которой СМИ делают акцент на различных способах взаимодействия с аудиторией, а также используют большой арсенал мультимедийных средств.

Литература

1. Волкова И.И. Экранные игровые коммуникации как индикатор восприятия медиареальности: статусно-поколенческий аспект // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2018. – № 4. – С. 124-138.

2. Дускаева Л.Р. Речевая структура новостных текстов сетевых изданий // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2014. – № 1 (25). – С. 179-183.

3. *Клушина Н.И.* О дигитализации языка // Русская речь. – 2018. – № 6. – С. 52-56.

4. *Соколова Д.В.* Дистрибуция медиаконтента в Telegram: трансформация стратегий СМИ и особенности площадки // Мировая журналистика : единство многообразия : сборник научных статей : в 2 т. Т. II. – Москва : РУДН, 2018. – С. 284-292.

5. *Трофимова Г.Н.* Проблемы безопасности современного медиатекста в условиях радикализации общества и формирования медиакультуры // Журналістыка–2018: стан, праблемы і перспектывы. Матэрыялы 20-й Міжнар. навук.-практ. канф., Мінск, 15–16 ліст. 2018 г. / рэдкал.: В.М. Самусевіч (адк. рэд.). – Мінск : БДУ, 2018. – С. 374-377.

METHODS OF ORGANIZING MEDIATEXT IN THE TELEGRAM MESSENGER

The article presents the results of studying the activities of Belarusian media on the Telegram platform. The techniques of organizing a media text, which allow increasing audience engagement, are considered. The author concludes that Telegram news distribution strategies are undergoing significant changes.

Keywords: digital journalism, media text, Telegram, audience, engagement.

Е.В. Гусева

(Московский государственный психолого-педагогический университет)

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ СЕТЕВАЯ ПОЭЗИЯ: ФОРМЫ, СПЕЦИФИКА, ФУНКЦИИ

В настоящей статье анализируется экспериментальная сетевая поэзия, с точки зрения ее роли, ключевых