

*Умрихина Е.В.*

*Белорусский государственный университет  
(научный руководитель — к.ф.н., доцент Градюшко А.А.)*

## **ПЛАТФОРМА TELEGRAM КАК МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ СЕТЬ ДЛЯ ПОИСКА ИНФОРМАЦИИ**

Первоначально сервисы обмена мгновенными сообщениями, такие как Telegram, Viber, WhatsApp и др., использовались в основном для обмена персональными сообщениями. В последние же годы они все чаще стали выступать в качестве инструментов профессиональной коммуникации, площадок для распространения контента СМИ и поиска информации. Более того, аудитория в основном использует социальные медиа и мессенджеры, не переходя по ссылкам за их пределы [1, с. 67].

Приложение Telegram, созданное Павлом Дуровым в 2013 г., сегодня стало как площадкой для коммуникации, так и значимым источником информации. Это совершенно отдельная платформа, которую нельзя ставить на один уровень с другими социальными сетями и мессенджерами. По данным социологических исследований, 75% белорусской интернет-аудитории в возрасте от 18 до 74 лет получают информацию из мессенджеров. Чаще всего белорусы пользуются Viber и Telegram в отличие от россиян, которые предпочитают WhatsApp [2]. В современной цифровой среде Telegram стал одной из наиболее быстрорастущих площадок как с точки зрения аудитории, так и точки зрения контента [3, с. 198].

В 2015 году в Telegram появились каналы, которые позволяют делиться информацией с подписчиками. Существует два типа каналов: публичные и приватные. Первые можно найти через поиск, вторые доступны только через ссылку-приглашение. Особенностью Telegram-каналов является хронологическое расположение сообщений. Самые популярные тематики для каналов — новости и развлечения, в том числе личные блоги. В настоящем исследовании нами рассмотрены Telegram-каналы как средство для поиска информации.

К основным результатам исследования мы можем отнести следующие положения. Telegram-канал может использоваться как площадка для распространения записей для поиска работы, возможностей для стажировок или волонтерства. Каналы для поиска работы собирают вакансии, связанные с определенной тематикой. Так, канал «Вакансии SMM и Digital» ориентирован на поиск работы в сфере маркетинга и социальных сетей, а «Фрилансер без опыта» подойдет для тех, кто хочет уйти на удаленную работу.

В сфере возможностей для обучения ситуация похожа. Канал «Студент маминой подруги» предлагает стажировки, вакансии и стипендии. В своих постах они больше настроены на российские компании, хотя иногда упоминают и зарубежные. Другая ситуация с каналом «Lasting Peace». Они пишут

в основном о возможностях за рубежом или же про программы онлайн с международным уклоном. Канал «Твои возможности» собирает информацию о различных тренингах или обучающих курсах, ориентированных на белорусов. «StudyGrants — стажировки| стипендии| летние школы|» больше всего собирает подборки стажировок и вакансий как в Беларуси, так и удаленно.

Чтобы не затеряться среди большого потока информации, некоторые каналы используют хештеги. Так, например, канал «Opportunity ladder» в названии каждого поста указывает хештег, который обозначает, к какой категории можно отнести запись. Этот канал ориентирован на поиск стажировок, вакансий, лидерских программ за границей, поэтому подпись идет на английском: #Internship, #Scholarship, #Volunteering #Forum и другие. Однако большинство из перечисленных нами каналов не используют хештеги.

Таким образом, мы можем заключить, что Telegram-каналы играют важную роль для поиска различного рода объявлений. Они делятся информацией, которую могут присылать читатели, а также сами ищут возможности для своей аудитории. Так, подписавшись на канал, читатель сможет узнать много полезной информации, которую самому искать было бы намного сложнее и дольше.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А.А. Ключевые тенденции развития зарубежных интернет-СМИ в условиях дигитализации медиасреды // Международная журналистика-2017: идея интеграции интеграций и медиа: материалы VI Международной научно-практической конференции, Минск, 16 февраля 2017 г. / сост. Б.Л. Залесский; под общ. ред. Т.Н. Дасаевой. — Минск: Изд. центр БГУ, 2017. С. 66–71.
2. Медиапотребление и медиаграмотность в Беларуси в августе 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hLZHkEWVtE4> (дата обращения: 30.09.2022).
3. Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3 (25). С. 198–200.

*Фомина Е.Р.*

*Воронежский государственный университет  
(научный руководитель — к.и.н., доцент Красова Е.Ю.)*

### **ФЕНОМЕН СЕЛЕБРИТИ И МОЛОДЕЖНАЯ АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

Молодые люди в современном обществе активно познают и осваивают внешний мир с помощью различных инструментов массовой культуры. Массовая коммуникация стала неотъемлемой частью всех сфер жизни, охватывая отношения не только на социальном, но и на межличностном уровне. Переходя все больше в цифровое пространство, коммуникация с молодежной аудиторией начинает приобретать свои характерные черты.