

3. Патрушева Н. Г. Цензура изображений в дореволюционной России // Газетная и журнальная иллюстрация: сб. материалов. СПб.: ГМИ СПб, 2014. С. 176–182.

4. Свитич А. Л. Графическая иллюстрация в прессе: методы исследования // Дизайн СМИ: тренды XX века. 2017. № 3. С. 84–96.

ПОТЕНЦИАЛ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ В СИСТЕМЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ БГУ

Градюшко А. А.

Белорусский государственный университет

Рассмотрены ключевые особенности цифровых практик студентов факультета журналистики Белорусского государственного университета. Анализ основан на данных опроса 100 респондентов, проведенного в 2024 г. методом анкетирования. Результаты показали, что основными источниками новостей для студентов выступают социальные сети и мессенджеры. Установлено, что важное место в информационном обеспечении деятельности факультета журналистики занимает дистрибуция контента в Telegram, в социальных сетях, на YouTube, а также в TikTok.

Ключевые слова: медиапотребление, массовые коммуникации, аудитория, социальные сети, мессенджеры, цифровизация.

Задача представленного исследования — ответ на вопрос, насколько эффективно цифровые платформы используются в информационном обеспечении деятельности факультета журналистики Белорусского государственного университета. Современные медиа получили новые возможности для создания качественного и социально значимого контента в интерактивных, мультимедийных и многоканальных форматах. Однако цифровые технологии несут и серьезные вызовы. Несмотря на беспрецедентную доступность новостей, люди все чаще стараются от них дистанцироваться. Радикальные изменения медиасреды приводят к усилению конкуренции со стороны глобальных платформ, усилению роли мессенджеров и социальных сетей, увеличению времени, которое мы проводим с мобильными устройствами.

В 2020-е годы ученые активно изучают цифровые платформы, анализируя их влияние на различные аспекты жизни общества. Современные исследователи отмечают развитие цифровых технологических платформ в качестве новых «игроков» медиапространства. В частности, подчеркивается тот факт, что «в трансформацию современного общества огромный вклад внесли, вносят и будут вносить медиатексты, которые бытуют в новом пространстве цифровых медиакоммуникаций и цифровых платформ» [1, с. 4]. В ряде работ, вышедших в последние годы, представлены характеристики креативных технологий и медиаинструментов, лежащих в основе цифровизации [2]. В то же время потенциал цифровых платформ в системе медиакоммуникаций вузов остается недостаточно изученным.

Факультет журналистики Белорусского государственного университета в ноябре 2024 г. отметил свое 80-летие. Это ведущий научно-образовательный центр не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами. Сегодня на факультете в общей сложности обучается 953 человека, в том числе 658 студентов на I ступени высшего образования (бакалавриат), 295 студентов углубленного высшего образования (магистратура), 58 аспирантов и докторантов.

С 2023/2024 учебного года обучение на журфаке БГУ проходит по направлениям «Журналистика» (с профилизациями) и «Информация и коммуникация». В рамках специальности «Журналистика» доступны три профилизации: «Цифровые медиаплатформы и печатные СМИ», «Аудиовизуальная журналистика и блогинг» и «Глобальная медиасреда и информационная безопасность». Для специальности «Информация и коммуникация» предусмотрены профилизации «PR и реклама» и «Медиакоммуникация». В первые два года студенты изучают базовые дисциплины, а с третьего курса обучение проходит с учетом выбранной профилизации.

В 2024 г. нами было проведено онлайн-анкетирование студентов факультета, включающее в себя блоки вопросов, которые касались различных повседневных медиапрактик обучающихся. Выборочная совокупность составила 100 респондентов в возрасте от 18 лет до 21 года (78,2% девушек и 21,8% юношей), которые обучаются на 1–4 курсах специальности «журналистика».

При ответе на вопрос «Что для вас главный источник новостей?» 54,5% респондентов выбрали социальные сети, 23,8% — мессенджеры, 8,9% указали новостные сайты, 7,9% — телевидение, 3% предпочитают блоги, а 2% — радио. Бумажную прессу не выбрал никто. Эти результаты свидетельствуют о том, что у студентов факультета журналистики БГУ сформированы устойчивые медиапредпочтения в отношении социальных сетей и мессенджеров как основных источников новостей.

При ответе на вопрос «Какова ваша основная цель посещения социальных сетей и мессенджеров?» большинство респондентов (61,4%) выбрало вариант «общение с друзьями», на втором месте — ответ «просмотр развлекательных видео» (8,9%), на третьем — «чтение новостей» (6,9%), на четвертом — просто чтобы занять время (7,9%). Более половины опрошенных (52,5%) признали свою зависимость от социальных сетей, тогда как 27,7% с этим не согласились, а 19,8% затруднились с ответом. Исследование также затронуло влияние современных технологий на концентрацию внимания. Почти половина респондентов (47,5%) отметила сложности с сосредоточением, 40,6% таких проблем не испытывают, а 11,9% не смогли дать однозначный ответ.

Важной частью исследования стал вопрос о времени, проводимом со смартфоном. По результатам опроса, 32,7% респондентов используют его 5–7 часов в сутки, 30,7% — 7–10 часов, а 17,8% — более 10 часов. Таким образом, студенты осознают чрезмерность времени, уделяемого социальным сетям, что подтвердилось и в последующих дискуссиях в формате «круглого стола». Кроме того, мы выяснили, насколько часто респонденты испытывают новостную перегрузку. «Иногда» с этим сталкиваются 39,6%, «часто» — 30,7%, «редко» — 19,8%. Лишь 4% ощущают усталость от новостей постоянно, а 5,9% затруднились с ответом.

Помимо онлайн-опроса, в исследовании использовался мониторинг использования смартфонов. Первокурсникам специальности «Журналистика» БГУ предложили зафиксировать данные из функций «Экранное время» (iPhone) и «Цифровое благополучие» (Android) о наиболее часто используемых приложениях и частоте взаимодействия с устройством. В результате было собрано около 30 анонимных скриншотов.

Анализ показал, что студенты все больше зависят от мобильных устройств, а их внимание сосредоточено на социальных платформах — Telegram, TikTok и YouTube. Среднее экранное время превышает 10 часов в сутки, причем каждая из этих платформ в структуре медиапотребления занимает 2–3 часа. За день на смартфон приходит 300–450 уведомлений, а число разблокировок достигает 100–130. Медиапотребление практически непрерывно, за исключением периода с 02:00 до 06:00, при этом многие студенты спят менее 4 часов. Также выяснилось, что браузером респонденты пользуются редко, отдавая предпочтение мобильным приложениям.

Полученные результаты показывают наиболее востребованные источники информации, а также позволяют говорить о формировании зависимости от мобильных устройств и свидетельствуют об определенной информационной перегрузке. Особенно заметен рост воздействия на молодежь алгоритмических и рекомендательных платформ, и последствия этого «цифрового сдвига» остаются непредсказуемыми. Более того, увеличение времени, проводимого в социальных сетях, превращает его в ценный ресурс, за который активно конкурируют глобальные цифровые платформы, о чем свидетельствует также ряд зарубежных исследований [3].

В рамках проведенного исследования также был проанализирован опыт работы факультета журналистики БГУ на различных цифровых платформах. Полученные результаты свидетельствуют о том, что информационное обеспечение деятельности факультета ведется по таким направлениям, как администрирование официального сайта факультета журналистики БГУ journ.bsu.by; сопровождение канала в мессенджере Telegram, сообществ в социальных сетях, на видеохостинге YouTube, работа факультетских медиа «ЖурФАКТЫ» и Webismi.by. Регулярно предоставляется информация в пресс-службу БГУ и в Центр корпоративных коммуникаций БГУ для размещения на сайте bsu.by и в социальных сетях университета.

Посещаемость сайта факультета журналистики journ.bsu.by в 2024 г. в среднем составила 250–300 уникальных посетителей в сутки (600–700 просмотров страниц). Новости на сайте обновляются в среднем 3–4 раз в неделю. В среднем каждая новость получает от 100 до 150 просмотров, что говорит об интересе основных целевых аудиторий к контенту сайта. В 2024 г. обновлены тематические разделы «Абитуриентам», «Партнерам», «Воспитательная работа», «Каталог учебных дисциплин», «Студенческие организации» и др.

К наиболее популярным тематическим разделам сайта можно отнести: «Расписание», «Конкурсы и проходные баллы», «Порядок приема», «Конференции». В разделе «Задать вопрос» в 2024 г. даны ответы более чем на 100 вопросов. В ос-

новном они касаются различных аспектов, связанных с поступлением на факультет. Исследование показало, что значительная часть посетителей приходит на сайт из поисковых систем.

Новости факультета также еженедельно размещаются на сайтах, в мессенджерах и в социальных сетях Министерства информации Республики Беларусь, Белорусского государственного университета, Дома прессы, в сетевом издании *Mediana.by*, а также на иных интернет-ресурсах, что значительно увеличивает охват аудитории.

К 80-летию факультета журналистики был подготовлен мультимедийный лонгрид «Восемь десятилетий формирования белорусского медиаландшафта» *vosemdesyatiletiu.tilda.ws*.

Важное место в информационном обеспечении деятельности факультета журналистики также занимает работа в мессенджере Telegram, в социальных сетях, на видеохостинге YouTube.

Наиболее влиятельным интернет-ресурсом является Telegram-канал «Журфак БГУ» *t.me/journ_bsu*. В конце 2024 г. канал имел 1317 подписчиков (из них 306 подписались в 2024 г.). За год на канале было размещено 2300 публикаций (в 2023 г. — 1317), зафиксировано 1,7 млн просмотров, 19.000 реакций, 391 комментарий, 13.100 пересылок. Новости на канале обновляются ежедневно, в среднем публикуется от 3 до 5 новостей. Каждый пост в Telegram-канале «Журфак БГУ» в среднем набирает от 450 до 500 просмотров и более.

Исследование показало, что в 2024 г. была значительно активизирована работа факультета журналистики в TikTok. Над созданием контента работает команда в составе 5 студентов. В 2024 г. на TikTok-канал «Журфак БГУ» *tiktok.com/@journ_house* было подписано более 3800 пользователей. В 2024 г. было размещено более 70 видеороликов о студенческой жизни. Некоторые из них набрали более 270.000 просмотров.

Важное место в информационном обеспечении деятельности факультета журналистики занимает также YouTube-канал «ЖурфакТВ» *youtube.com/@JF_TV*. Канал имеет около 250 подписчиков, в 2024 г. на нем было размещено более 30 видео. В частности, особого внимания заслуживает проект «С 80-летием, журфак!», в котором деканы журфака БГУ поделились воспоминаниями о времени, когда они руководили факультетом, и поздравили его с юбилеем. Большое количество просмотров набрали полные записи факультетских мероприятий «StandUp на журфаке — 2024» и «День первокурсника — 2024».

Результаты исследования показали, что в создании положительного имиджа факультета значимую роль играют также факультетские медиа «ЖурФАКТЫ» и *Websmi.by*, которые являются влиятельными творческими площадками. В 2024 г. вышло 7 номеров газеты «ЖурФАКТЫ» (формат А4, 16 полос). Газета распространяется на факультете в печатном варианте, pdf-версии размещаются на его сайте и в социальных сетях, также у газеты есть свой Telegram-канал *t.me/jurfacts*.

Интернет-ресурс *Websmi.by* (аудитория — около 1300 уникальных посетителей в сутки) представляет собой творческую площадку для публикации материалов как студентов, так и абитуриентов. В частности в 2024 г. на сайте разместили свои

публикации 45 абитуриентов, в дальнейшем эти материалы были включены в их творческие портфолио для сдачи экзамена по дисциплине «Творчество».

В 2025 г. на конкурсе «Лучший студенческий медийный ресурс БГУ» газета «ЖурФАКТЫ» была названа победителем в номинации «Лучшая студенческая газета». Первым в номинации «Лучший TikTok-аккаунт» также стал факультет журналистики, а Telegram-канал «Журфак БГУ» на этом конкурсе получил звание лауреата. Стоит отметить, что конкурс «Лучший студенческий медийный ресурс БГУ» проводится с 2017 года и направлен на развитие творческого потенциала молодежи, информационную и правовую поддержку студентов, стимулирование инициатив студентов, развитие единого молодежного информационного пространства в университете.

Таким образом, в целом информационное обеспечение деятельности факультета журналистики БГУ на различных цифровых платформах является успешным и отвечающим современным требованиям. Результаты исследования показывают, что потенциал цифровых платформ в системе медиакommunikаций факультета используется эффективно.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вартанова Е. Л., Вырковский А. В., Загидуллина М. В. Медiateкст в эпоху цифровых платформ: возможности и угрозы // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2024. № 3. С. 3–13.
2. Зверева Е. А., Прохоров А. В., Шевченко Д. А. Цифровизация медиаландшафта: креативные технологии и медиаинструменты. Москва: ООО «Директ-Медиа», 2024.
3. Giraldo-Luque S., Fernández-Rovira C. Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI // Profesional de la información. 2020. Vol. 29. Issue 5. Pp. 1–15.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ЖАНРОВ И ФОРМАТОВ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Гурина С.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

В данной научной статье проводится анализ влияния интернет-жанров и форматов на современное телевидение. Исследуются изменения в содержании телепередач, вызванные внедрением интернет-форматов, и их восприятие зрителями. Рассматриваются ключевые характеристики жанров и форматов, а также роль интернета в эволюции телевизионного контента. Методы исследования включают анализ данных. Работа выполнена с целью выявить, насколько телевидение заимствует и адаптирует интернет-жанры для современных зрителей.

Ключевые слова: интернет-жанры, телевидение, форматы, контент, влияние, зрительская аудитория.