

Коренько Елизавета Дмитриевна

студент

Белорусский государственный университет

Научный руководитель: А. А. Градюшко, канд. филол. наук, доцент

Мессенджер Telegram в системе цифровых коммуникаций студенческой газеты «ЖурФАКТЫ»

Цель работы – исследование контент-стратегий работы Telegram-канала студенческой газеты «ЖурФАКТЫ», которая издается на факультете журналистики Белорусского государственного университета. На современном этапе развития цифровой журналистики актуальной научной проблемой является недостаточная исследованность адаптации вузовской прессы к пространству социальных медиа [1]. Настоящее исследование фокусируется на заинтересованности студентов в контенте Telegram-каналов студенческих СМИ. Эмпирической базой стали опрос подписчиков канала.

Газета «ЖурФАКТЫ» издается в Минске на факультете журналистики БГУ с мая 2009 г., выходит ежемесячно на 16 страницах и публикует материалы о жизни факультета, интересные как студентам, так и преподавателям. В сентябре 2024 г. нами был создан Telegram-канал «ЖурФАКТЫ» с целью обсуждения актуальных тем и развития медийных навыков у студентов. В настоящее время на канал t.me/jurfacts подписано 100 пользователей.

В феврале 2025 г. мы разместили в Telegram-канале опрос, чтобы узнать мнение подписчиков о публикуемом контенте. Это решение обусловлено стремлением создать более интерактивное и вовлеченное сообщество. Мы понимаем, что наш контент должен соответствовать интересам и ожиданиям наших читателей. Было получено 20 ответов респондентов.

Полученные в ходе исследования результаты свидетельствуют о следующем:

1. 55% участников оценили контент на 5 баллов из 5 возможных, что говорит о высоком уровне удовлетворенности. 35% респондентов поставили рейтинговую отметку 4. 10% участников оценили контент на 3 балла и ниже, что говорит о том, что небольшая часть аудитории ожидает улучшений.

2. Более 70% участников исследования удовлетворены постами о жизни факультета. Это подтверждает актуальность выбранных тем и их значимость для аудитории. Однако, учитывая предпочтение подписчиков к визуальному контенту – фотографиям и коротким видео – мы видим необходимость адаптировать стратегию подачи информации.

3. 60% опрошенных подчеркнули важность взаимодействия редакции «ЖурФАКТОВ» с подписчиками канала, что указывает на заинтересованность в активном диалоге и обратной связи.

Опрос позволил нам не только оценить текущий уровень удовлетворенности, но и выявить темы, которые интересуют наших подписчиков. Мы также смогли понять, какие аспекты контента нуждаются в улучшении или изменении. Собранные данные помогут сделать канал более ценным для аудитории. Кроме того, участие в опросе позволило подписчикам почувствовать свою значимость и важность для нашего канала.

Результаты исследования показывают, что редакции Telegram-канала «ЖурФАКТЫ» необходимо разработать и внедрить новый контент-план, который будет включать больше визуальных материалов и форматы, способствующие взаимодействию с аудиторией.

Таким образом, исследование показало, что адаптация контента Telegram-канала студенческой газеты «ЖурФАКТЫ» к цифровой среде и интерактивные форматы способствуют повышению вовлеченности. Опрос подтвердил высокую удовлетворенность аудитории, но выявил необходимость в улучшении визуальных материалов. Редакция планирует продолжать адаптировать контент-план, учитывая интересы аудитории для успешного развития факультетского медиа.

Литература

1. Градюшко А.А. Приемы использования инструментов социальных медиа в современной региональной веб-журналистике Беларуси // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – Вып. 94. – № 5 (360). – С. 9–14.

Котова Виктория Сергеевна

магистрант, лаборант-исследователь кафедры теории медиа

Челябинский государственный университет

Научный руководитель: С.И. Симакова, д-р филол. наук, доцент

Событийный туризм в объективе СМИ (на примере Аркаима)³

Для любого региона нашей страны важен туристический поток. Это полезно с экономической точки зрения – люди приезжают в определенное место, пробуют местную кухню, смотрят достопримечательности, покупают сувениры и возвращаются с новыми знаниями и впечатлениями в свой регион. В условиях внешней изоляции в последние годы в России набирает популярность локальный туризм – путешествие внутри региона проживания. После пандемии такой скачок интереса наблюдался по всему миру [1, с. 33]. В нашей

³ Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с органами власти Челябинской области) № 23-18-20098, <https://rscf.ru/project/23-18-20098>, проект «Материализованная идентичность: конструирование памяти в социально-экономической перспективе (на примере археологического памятника Аркаим)»