

*Будай В.А.*

*Белорусский государственный университет  
(научный руководитель — к. фил. н., доц. А.А. Градюшко)*

## **ПОВЕДЕНИЕ СТУДЕНТОВ В ЦИФРОВОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ПОТОКЕ: ИСТОЧНИКИ, ПРЕДПОЧТЕНИЯ, ВОСПРИЯТИЕ**

В условиях цифровизации медиапространства зависимость от мобильных устройств становится одной из наиболее заметных характеристик медиапотребления. Смартфон перестал быть лишь средством связи и превратился в универсальный инструмент доступа к новостям, развлечениям и онлайн-общению. Большинство пользователей обращаются к нему буквально в каждую свободную минуту. Однако подобная практика имеет и обратную сторону. Регулярное использование мобильного телефона часто связано с повышенной тревожностью и снижением концентрации внимания.

Особенно ярко эти тенденции проявляются в студенческой среде, где смартфон стал неотъемлемым элементом учебной и повседневной жизни. Интернет в жизни студентов факультета журналистики Белорусского государственного университета выступает незаменимым источником как актуальной информации, так и развлекательного контента. Вместе с тем цифровое пространство все чаще становится источником непроверенной информации. Так, только за сентябрь 2025 года в Telegram-канале газеты «СБ. Беларусь сегодня» было опубликовано 15 материалов, разоблачающих фейки, распространяемые через интернет. Это свидетельствует о необходимости формирования у студентов медиаграмотности и критического отношения к контенту, особенно в условиях роста объема и скорости информационных потоков.

В последние годы мобильные технологии стали ключевым фактором трансформации медиапространства, изменив как формы потребления информации, так и способы ее распространения. Как отмечают исследователи, «распространение мобильных устройств, по своей природе индивидуальных и персонифицированных, оказало значительное влияние на медиасферу Беларуси» [1, с. 75]. В то же время «важно знать о непреднамеренных затратах, связанных с использованием смартфонов каждую свободную минуту. Исследования показывают, что телефон может быть более обременительным для когнитивных функций, чем ожидалось» [2, с. 397]. В этом контексте важно понять, как будущие журналисты используют интернет-пространство и насколько продуктивно проводят в нем время.

Цель данного исследования — определить характер онлайн-активности студентов и оценить эффективность их медиапотребления на основе опроса, проведенного среди 21 первокурсника факультета журналистики БГУ в сентябре 2025 года. Абсолютно каждый опрошенный студент узнает

информацию о событиях в мире преимущественно из социальных сетей. Лидирующую позицию среди платформ занял Telegram – его выбрали 13 участников опроса. На втором месте оказался TikTok (10 голосов). Кроме того, 11 студентов назвали источником новостей интернет-сайты, среди которых наиболее популярным стал belta.by (10 упоминаний), далее следуют sb.by (4) и minsknews.by (2). Телевидение как источник информации отметили 9 респондентов, тогда как печатные СМИ не получили ни одного голоса, что наглядно демонстрирует изменение медиапредпочтений современной студенческой аудитории.

Приоритет явно отдается легкодоступной и оперативной информации, которую можно получить в любое время и из удобных цифровых источников. Одно нажатие по экрану – пользователь уже может посмотреть в социальных сетях, что за сегодня произошло, что явно легче использования поисковиков или покупки газет. Количество новостей также играет немаловажную роль в выборе студентов. Только одно агентство БЕЛТА в день может опубликовать до 250 сообщений о жизни Беларуси. Из этого назревает другой исследовательский вопрос: могут ли студенты разобраться в таком информационном потоке?

Ответы первокурсников на этот вопрос оказались неоднозначными. 19 из 21 респондента отметили, что запоминают большинство материалов, которые читают в интернете, и только 2 студента признались, что запоминают меньшую часть. Более половины опрошенных (11 человек) считают, что потребляемая информация имеет для них важное значение. Однако достоверность информации регулярно проверяют только 10 студентов, что показывает, что большинство относится к онлайн-контенту недостаточно критично.

При этом большинство участников опроса (14 человек) признались, что чаще всего потребляют развлекательный контент, преимущественно в формате коротких видео (13 человек). Такой контент воспринимается ими как легкий и доступный, однако его избыток приводит к поверхностному усвоению информации и снижению концентрации внимания.

Таким образом, студенты 1 курса факультета журналистики Белорусского государственного университета активно ориентируются в цифровой среде и считают интернет важным источником информации. В то же время недостаточная привычка проверять достоверность фактов и высокая доля развлекательного контента в структуре медиапотребления свидетельствуют о необходимости формирования у студентов критического мышления и медиаграмотности.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А.А. Мобильный интернет как фактор трансформации медиасферы Беларуси / А.А. Градюшко // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. – 2017. – № 1. – С. 71-77.

2. Kang, S. Reach for your cell phone at your own risk: The cognitive costs of media choice for breaks / S. Kang, T.R. Kurtzberg // Journal of Behavioral Addictions. — 2019. — Vol. 8, № 3. — P. 395-405.

*Быстрова А.А.  
Белгородский государственный национальный  
исследовательский университет (НИУ «БелГУ»)*

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА НОВЫХ МЕДИА НА ИХ ОФИЦИАЛЬНЫХ СТРАНИЦАХ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ TELEGRAM-КАНАЛА ARZAMAS)**

Современные медиа стали мощным инструментом для распространения знаний и культурного просвещения на различных площадках, например, в социальных сетях. Как отмечает исследователь А.С.Артес: «Современные ученые выделяют социальные сети как еще один способ передачи информации. В отдельных случаях они и вовсе отделяются от традиционных медиа и становятся самостоятельным информационным полем» [1, с. 88]. Отметим, что одной из самых популярных из них на сегодняшний день является telegram.

Ярким примером успешного использования просветительского контента в социальных сетях является telegram-канал образовательного онлайн-проекта Arzamas, который сочетает в себе академическую глубину и доступность формата. Этот канал демонстрирует, каким образом можно эффективно организовать просветительский контент в социальных сетях, привлекая широкую аудиторию и при этом сохраняя высокие стандарты качества.

Рассмотрим основные особенности организации просветительского контента новых медиа на их официальных страницах в социальных сетях на примере telegram-канала Arzamas.

1) Многоформатность и адаптация контента. Arzamas активно использует разнообразные форматы подачи материала, что позволяет удерживать внимание аудитории и учитывать ее предпочтения для создания контента. В качестве инструментария журналисты используют: видеоролики, онлайн-лекции, подкасты, гипертекст и пр. Такой подход позволяет охватить различные типы восприятия и сделать контент доступным для разных сегментов аудитории.

В качестве примера приведем подкаст от 11.09.2025 «Что мы знаем о Дункан» — это первая лекция из курса Ирины Сироткиной «Айседора Дункан и ее свободный танец» — о жизни Дункан, ее занятиях танцем, педагогике и головокружительном успехе. Причем, если аудиторию интересует данный подкаст, Arzamas предлагает погрузиться в эту тему глубже и ознакомиться с полноценным курсом, который доступен на официальном сайте онлайн-проекта.