

Посох У.А.

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

РОЛЬ TELEGRAM-КАНАЛА «МАЛАДЗЕЧАНСКАЙ ГАЗЕТЫ» В ФОРМИРОВАНИИ ЛОКАЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА

В настоящее время Telegram активно развивается, его популярность растет. Аудитория мессенджера отличается вовлеченностью, что делает платформу одной из наиболее влиятельных в медиапространстве. Более того, Telegram стал не просто мессенджером, обеспечивающим коммуникацию между людьми, а площадкой, где одно из главных мест стали занимать новостные каналы. Цель исследования – выявить роль Telegram-канала «Маладзечанской газеты» в формировании белорусского информационного пространства на локальном уровне.

В научной литературе Telegram-каналы нередко определяются как инновационные цифровые средства массовой информации. В одной из работ отмечается, что «миграция аудитории с традиционных сетевых площадок в мобильные соцсети нового типа активно продолжается» [1, с. 199]. В цифровой среде «наряду с классическими возникли новые мультимедийные и синтетические типы публикаций» [2, с. 118]. Таким образом, Telegram-каналы выступают не только новым форматом цифровых СМИ, но и важным фактором трансформации медиапространства.

Telegram-канал «Маладзечанской газеты» создан в октябре 2019 года, сегодня у него 2,9 тыс. подписчиков при общей численности населения района 127,6 тыс. человек. По сравнению с Telegram-каналами соседних районных изданий «Маладзечанская газета» имеет наибольшее число подписчиков: 2,9 тыс. против 2,5 тыс. «Шляха перамогі» (Вилейка), 2,2 тыс. «Светлага шляху» (Сморгонь) и 2,0 тыс. «Працоўнай славы» (Воложин). К преимуществам и актуальным достоинствам Telegram-канала «Маладзечанской газеты» можно отнести объективную подачу информации. Данный канал пишет новость, не выражая свое отношение к ней.

Канал публикует новости регулярно, активно и в доступном формате. Благодаря выделению листа подача информации удобна для восприятия. В Telegram-канале есть разнообразные виды контента: фото и видео. И особенно важно то, что видео короткие – до 1 минуты. Следовательно, подписчики могут их посмотреть, не потратив много своего времени и не теряя интереса. Канал регулярно размещает гороскопы и погоду, а также афиши и вакансии. Для пользователей это отличная возможность просмотреть интересующую информацию в одном мессенджере.

Публикации состоят в основном из листа, в котором прикреплена ссылка на сайт, где размещена новость полностью, и первого абзаца статьи, взятого

прямо из сайта без изменения. Возможно, поэтому количество просмотров публикаций невысокое – в среднем от 400 до 600. Но иногда просмотры достигают отметки в 1-1,3 тыс. Это происходит в случае, когда публикации из Telegram-канала «Маладзечанской газеты» размещают у себя другие каналы, например, Telegram-каналы государственных учреждений либо учебных заведений региона. Отмечено малое количество реакций – в среднем 5-10. Досадно, что в некоторых публикациях их вовсе нет.

Наибольший интерес вызывают публикации о проведенных в регионе праздниках и событиях. Предполагаем, что это связано с тем, что люди, не имея возможности присутствовать на мероприятии, хотят посмотреть видео и фото с места проведения. Для Telegram-канала «Маладзечанской газеты» недоступна возможность настройки звуковых уведомлений об обновлениях. И, значит, данный мессенджер смещивается с рабочими и личными чатами подписчиков и просто теряется в списке чатов многих пользователей.

Одной из значимых проблем Telegram-канала «Маладзечанской газеты» является его медленная адаптация к изменениям и нововведениям самой платформы. Для Telegram-каналов ряда белорусских региональных изданий характерно дублирование контента в социальные сети без изменения, без учета правил и алгоритмов либо минимальной адаптации материалов. Очевидно, что «редакции районных газет ищут собственную стратегию работы на новой интернет-площадке как в отношении времени и частоты размещения публикаций, так и в отношении форматов и жанров представления контента, приемов коммуникации с подписчиками» [3, с. 276].

Многие аналитики Telegram-каналов и специалисты в сфере СМИ неоднократно отмечали, что эта платформа дает множество условий для взаимодействия с аудиторией и повышения ее вовлеченности. Самое простое взаимодействие с постом – реакции. Они напоминают уже ставшие традиционными «лайки», но с тем отличием, что реакций существует множество. Подписчики имеют возможность выражать разные эмоции: от элементарных «нравится» и «не нравится» до более сложных реакций. Важными формами взаимодействия с аудиторией по-прежнему являются комментарии, опросы. Региональным каналам необходимо учитывать эти возможности и выстраивать работу с аудиторией так, чтобы эффективно формировать локальное информационное пространство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коноплев, Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3 (25). – С. 198-199.
2. Градюшко, А.А. Жанрово-стилистические особенности новостной веб-журналистики / А.А. Градюшко // Веснік Мазырскага дзяржаўнага педагогічнага ўніверсітэта імя І.П. Шамякіна. – 2014. – № 3 (44). – С. 114-118.
3. Минчук, И.И. Мессенджеры как новая площадка дистрибуции контента региональных СМИ Гродненщины // Социальные, культурные и коммуникативные прак-

тики в динамике общественного развития: сб. науч. ст. / ГрГУ им. Янки Купалы; редкол.: Т.А. Пивоварчик (гл. ред.) [и др.]. – Гродно, 2020. – С. 275-278.

Пронина А. С.

Воронежский государственный университет
(научный руководитель – к. фил. н., доц. Е. Б. Курганова)

ФУНКЦИИ ЧАТ-БОТА В TELEGRAM-КАНАЛЕ

Telegram – мессенджер, получивший широкое распространение во многих странах. Сегодня Телеграм-канал стал практически обязательным атрибутом любой компании, медийной личности, свои каналы есть у СМИ и государственных учреждений. Многие каналы в мессенджере для упрощения взаимодействия со своей аудиторией прибегают к использованию ботов. [1, с. 151]

Телеграм-боты представляют собой специальные программы, которые могут выполнять широкий спектр задач как совместно с пользователем, так и полностью в автоматическом режиме. Их базовые функции включают отправку текстовых сообщений и разнообразного контента – фотографий, видео, документов, файлов, ссылок и других материалов – непосредственно в чат с человеком.

Более сложные боты могут решать следующие задачи:

- прием платежей;
- сбор данных о пользователях для обработки и отправки администратору;
- поиск информации в поисковых системах;
- анализ данных;
- одновременное выполнение нескольких задач;
- интеграция с другими сервисами;
- напоминание о событиях.

Боты могут брать на себя широкий спектр рутинных процессов, что позволяет разгрузить сотрудников и сосредоточить их внимание на более сложных или креативных задачах. Например, такие приложения способны автоматизировать работу службы поддержки: предоставлять инструкции, отвечать на часто задаваемые вопросы, а к администратору обращаться только в особых ситуациях. Боты информируют клиентов о скидках, акциях, необходимости повторного визита или появлении новых товаров и услуг. Благодаря этому повышается уровень доверия, сокращается время ожидания ответа, увеличивается вероятность повторного обращения.

Боты дают возможность меньше тратить на зарплату сотрудникам. Качественно сделанные боты влияют на рекламные возможности: с их помощью можно организовывать рассылки, не только в мессенджере, но и по электронной почте, сегментировать подписчиков, проводить опросы аудитории.