

Кроме того, стоит отметить, что «It's My City» — это частное издание, которое активно работает с 2012 года и не стремится захватить все городское медиа-пространство. Более чем десятилетие проект успел выработать собственный стиль: узнаваемый дизайн, подход к написанию публикаций, а также создать уникальные рубрики, посвященные городу, региону и стране. Каждый пост в «It's My City» пропитан искренней любовью к Екатеринбург и его жителям, а публикации о волнующих темах всегда набирают хороший актив. «Минск. Главное!» позиционирует себя как столичное СМИ, очевидно стремящееся к лидерству на поприще новостников, ради чего редакция старается «убить всех зайцев», рассеивая внимание на множество аспектов и, тем самым, одновременно информируя читателя обо всем. Универсальность давно стала основной стратегией канала, чем, отчасти, обусловлена его популярность. Помимо универсальности стоит отметить самоотдачу владельцев, которая проявляется в оперативной публикации всего происходящего в окрестностях, в очередной раз доказывая, что Минск — это действительно главное.

В заключение хочется отметить, что все вышеописанное происходит по разным причинам, но региональные и столичные медиа всегда будут отличаться, и «It's My City» с «Минск. Главное!» не исключение. Важно лишь помнить, что каждый случай всегда нужно рассматривать отдельно, ведь именно индивидуальность зачастую и становится главным толчком к успешному развитию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А.А. Сетевая пресса в системе СМИ: учебно-методический комплекс / А.А. Градюшко. — Минск: Современные знания, 2005. — 144 с.
2. Поляков М.Л., Слепцов Н.А. Сдвиг медиапотребления в России: обзор тенденций // Вестник РУДН. Сер. Литературоведение. Журналистика. — 2022. — Т. 27. — № 3. — С. 615-630.

Черкасова К.А.

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

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ УНИВЕРСИТЕТСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: ОПЫТ TELEGRAM-КАНАЛА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

В течение относительно небольшого промежутка времени сетевые ресурсы превратились не только в инструмент мгновенного распространения информации, но и в эффективный канал выстраивания коммуникации между ее источником и потребителями. Причем в сетевом пространстве аудитория является одновременно и субъектом воспроизводства и распространения информации, и средством коммуникации.

В современных условиях цифровизации системы образования университеты стремятся расширять каналы коммуникации со студентами. Традиционные сайты и печатные издания не всегда отвечают запросам молодого поколения, ориентированного на мобильные платформы. В последние годы «в структуре медиапотребления и в поведении интернет-пользователей наметился ряд новых тенденций» [1, с. 4]. Именно социальные сети и мессенджеры стали для вузов приоритетными площадками, позволяющими не только распространять информацию, но и поддерживать постоянный контакт со студентами, оперативно реагировать на их запросы.

Платформа Telegram, созданная Павлом Дуровым в 2013 г., сегодня выступает площадкой для коммуникации и значимым источником информации. Среди цифровых ресурсов Telegram занимает особое место благодаря удобству интерфейса, отсутствию лишней рекламы, скорости передачи данных и возможности создавать различные форматы контента – от текстов до мультимедийных материалов. Публичные каналы предназначены для прямого общения с неограниченной аудиторией. Причем они «могут выступать одновременно как каналом коммуникации (личностное общение, обмен информацией), так и полноценным источником воспроизводства информационного контента» [2, с. 127].

Для студенческой аудитории это особенно важно, поскольку информация доступна «здесь и сейчас», а процесс ее получения не требует дополнительных усилий. Использование Telegram-каналов университетами можно рассматривать как элемент цифровой трансформации образовательного процесса и как инструмент формирования единого информационного пространства вуза.

Цель работы – выявить роль Telegram-каналов белорусских вузов в формировании студентов. Методы исследования включали наблюдение за обновлениями канала, анализ структуры и содержания публикаций, а также сопоставление с другими цифровыми коммуникационными площадками университета. Для изучения был взят канал Белорусского государственного университета, который был создан 7 октября 2019 года. На данный момент количество подписчиков составляет 11,2 тыс. Рассмотрим Telegram-канал БГУ как источник информации для студентов.

Во-первых, мессенджер Telegram используется студентами для личного общения, поэтому он и является востребованным. Появление Telegram-канала университета способствует быстрому и доступному распространению информации среди студентов БГУ. Теперь все нужное и актуальное для них находится в одном приложении.

Во-вторых, Telegram-канал БГУ является полноценным медиа, а не источником трафика на сайт. Стратегия проявляется в характере и содержании контента. Ежедневно публикуется информация о праздниках и значимых событиях университета (тематические акции ко Дню пожилых людей, пер-

вокурсник FEST), о встречах с важными лицами БГУ и медиасферы в целом (открытый диалог с проректором по идеологической и воспитательной работе Анной Бакун), об участии студентов в мероприятиях государственного и международного масштаба (диалоговая площадка «Если мы едины — мы непобедимы» и др.).

Контент представляет собой небольшие тексты, фото, видео и аудио, которые не дублируют исходные новости, размещенные на сайте Белорусского государственного университета. Пользователь, не выходя из Telegram, получает полную информацию про новость. В некоторых постах после основного текста содержится ссылка на сайт университета для изучения подробностей. Следовательно, с появлением Telegram-канала БГУ студенты могут не сомневаться в подлинности размещенного контента.

В-третьих, очень удобной рубрикой в Telegram-канале БГУ является «Сводка новостей за неделю». Поэтому даже если студент пропустил важную информацию о каком-либо событии, празднике или интересную новость в течение недели, то он сможет просмотреть краткий пост с главными заголовками и гиперссылками на сайт учебного заведения.

Таким образом, Telegram-канал Белорусского государственного университета выступает эффективным инструментом взаимодействия со студенческой аудиторией. Он обеспечивает быстрый и удобный доступ к достоверной информации, а использование различных форматов (текст, фото, видео, аудио) делает подачу контента более наглядной и воспринимаемой. В цифровой среде канал стал значимым элементом информационно-образовательного процесса университета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Градюшко А.А. Белорусские интернет-СМИ в контексте меняющегося медиапотребления / А.А. Градюшко // Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. — 2018. — № 1. — С. 4-11.
2. Посталовский А.В. Мессенджеры в структуре медиа предпочтений национальной аудитории /А.В. Посталовский // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. — 2021. — № 1. — С. 120-128.

Шунина М.А.

*Северо-Кавказский федеральный университет
(научный руководитель — к. фил. н., доц. А.М. Горбачев)*

НАПРАВЛЕНИЯ ГЕОИНФОГРАФИКИ В МЕДИАПРОЕКТАХ РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Геоинфографика — это графический визуализированный способ представления информации, данных и знаний, связанных с географическим содержанием и территориальными аспектами. Она является производным от инфографики и обязательно включает в себя карту, снимок или любое