

Филология: научные исследования

*Правильная ссылка на статью:*

Корнышева П.Е. Telegram: возможности и инструменты мессенджера на примере канала интернет-издания Белгородской области // Филология: научные исследования. 2025. № 1. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.1.73051  
EDN: EMLPAQ URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=73051](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=73051)

## Telegram: возможности и инструменты мессенджера на примере канала интернет-издания Белгородской области

Корнышева Полина Евгеньевна

геймдизайнер; ООО АСТРУМЛАБ

125315, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-т, 70

✉ [kornysheva\\_pe@mail.ru](mailto:kornysheva_pe@mail.ru)



[Статья из рубрики "Коммуникации"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0749.2025.1.73051

### EDN:

EMLPAQ

### Дата направления статьи в редакцию:

16-01-2025

**Аннотация:** Данная статья посвящена изучению возможностей функционала и инструментария мессенджера Telegram для публикации контента, увеличения аудитории интернет-СМИ и возможности использования чат-ботов для удобного и оперативного взаимодействия с читателями. Предметом данного исследования является Telegram канал регионального интернет-издания Bel.ru. – лидера рейтинга самых цитируемых СМИ Белгородской области за 2023 год по данным исследования Медиалогии. Объектом данного исследования является современное медиапространство. В ходе анализа были изучены 549 публикаций на канале Bel.ru. В статье автор уделяет особое внимание используемым форматам публикаций, их количеству, а также рассматривает особенности алгоритма публикации сообщения в мессенджерах и в социальных сетях, которые имеют существенные отличия. Автор обращает внимание на быстрые темпы роста популярности Telegram и выдвигает предположение о дальнейшей интеграции интернет-СМИ с мессенджером. В данной работе используются следующие методы анализа: метод анализа контента, метод описания, структурно-типологический метод. Полученные в ходе исследования результаты могут быть полезны редакциям интернет-изданий,

планирующим создание канала в мессенджере Telegram или уже имеющим такой канал. Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что современное интернет-издание использует множество доступных инструментов для создания разнообразного контента, взаимодействия с аудиторией и увеличения ее охвата. В свою очередь, мессенджер Telegram отвечает требованиям интернет-изданий, в частности, предлагая широкий выбор форматов публикаций и возможностью настройки чат-ботов. Автор исследования приходит к выводу, что редакции интернет-изданий, стремящиеся расширить свою аудиторию, могут использовать возможности мессенджера для увеличения присутствия в информационном пространстве, а также увеличения охватов публикаций и дополнительной монетизации.

#### **Ключевые слова:**

интернет-СМИ, мессенджер, новые медиа, социальные сети, медиaprостранство, Телеграм, СМИ, интернет, региональные интернет-СМИ, интернет-технологии

Стремительное развитие интернет-технологий, многообразие мобильных устройств, непрерывное обновление и поддержка приложений расставили акценты в производстве, распространении и потреблении контента таким образом, который мы имеем возможность наблюдать сейчас: традиционные СМИ интегрировались не только в социальные сети, но и в мессенджеры. И.А. Татур и Н. Н. Козлова отмечают, что грань между традиционными СМИ и новыми медиа стирается [\[12\]](#). Эпоха новых медиа началась сравнительно недавно и всё еще недостаточно изучена научным сообществом. Однако темпы ее охвата и скорость ее распространения довольно существенны, поэтому изучение новых платформ для распространения информации представляют научный интерес [\[7\]](#). Важно отметить, что современной науке свойственно широкое понимание данного термина [\[15\]](#). Новые медиаформаты включают в себя: интернет-издания, веб-сайты, виртуальные сообщества, социальные сети, блоги, мессенджеры и другие.

В числе последних особый интерес представляет мессенджер Telegram, стремительно набирающий популярность у пользователей российского интернет-пространства [\[4\]](#). Так, согласно исследованию Mediascope, 49% населения России старше 12 лет ежедневно используют указанный мессенджер. При этом среднее количество времени, проведенное в нем, составляет 44 минуты в день. По итогам первого квартала 2023 года Telegram находится на четвертой строчке среди наиболее популярных площадок, уступив место WhatsApp, Яндекс и Google [\[Mediascope, https://mediascope.net\]](#). Обратимся к работам исследователей, изучавших Telegram. Так, П. Д. Синенко и А. К. Махорт в своей статье «Telegram как уникальная площадка индустрии мессенджеров» подчеркивают, что Telegram обладает множеством преимуществ [\[9\]](#). В. Е. Беленко и Н. В. Безрукова отмечают, что в настоящее время Telegram каналы выступают в роли источников информации [\[1\]](#). А. А. Журавлева и Н. В. Журавлев акцентируют внимание на чрезвычайно высокой востребованности новостной Telegram-журналистики [\[5\]](#). А. А. Градюшко отмечает, что Telegram каналы занимают значимое место в новостной повестке [\[3\]](#). Таким образом, мы видим, что в настоящее время мессенджер является популярным источником информации.

Для начала необходимо дать определение понятию «мессенджер». Мессенджер – это программа для обмена сообщениями различного формата (текст, аудио, видео, графика),

осуществляемого посредством выхода в интернет. А. С. Головки так характеризует мессенджеры: «новое поколение сервисов мгновенных сообщений, которые сегодня ориентированы на мобильные устройства и смартфоны» [2]. Д. В. Соколова трактует мессенджеры как сервис мгновенного обмена сообщениями, действующий на базе программируемого приложения с помощью интернет-подключения [11].

Примечательно, что на расцвете популярности мессенджеры использовались по большей мере для обмена сообщениями между конкретными пользователями. Далее программы обновлялись, предоставляя все большие возможности своим пользователям: так, стало возможным создать группу по интересам или канал для распространения информации, обмена мнениями, различных обсуждений [6].

Развитие мессенджера привлекало все большую аудиторию, в том числе и представителей СМИ. Для удобства работы мессенджер активно развивает свой инструментарий. Так, в Telegram имеются так называемые «боты» - программы, работающие автоматически по заданному алгоритму [8]. Боты значительно упрощают работу в мессенджере: их можно настроить на отложенную публикацию контента, модерацию в каналах и чатах, по ключевым словам, поиск пользователей по заданным критериям.

На наш взгляд, мессенджеры уже сейчас составляют серьезную конкуренцию социальным сетям. Немаловажным будет отметить алгоритм получения контента пользователем: публикуя новость в социальных сетях, редактор не может быть уверен, что она будет получена пользователем, даже при условии наличия подписки на страницу или группу. Умная лента в социальных сетях строится таким образом, что пользователь может никогда не увидеть конкретную публикацию, если похожие публикации ранее не представляли для него интереса. Особенность мессенджера заключается в том, что пользователь обязательно получит публикуемое сообщение непосредственно на свое мобильное устройство, что позволяет мессенджерам более широко охватывать аудиторию [16].

Кроме того, что значительно сокращается путь от редактора до читателя, уменьшается и время распространения и получения информации. Так, публикация новости на сайте интернет-издания занимает определенное время: это и редактирование публикации, и загрузка графических изображений или видеоряда, предпросмотр новости. В социальных сетях, например, во «ВКонтакте», этот путь занимает меньше времени в силу наличия удобных инструментов для создания постов. В мессенджере этот путь становится еще более коротким: загрузка видеоряда или графических изображений производится сразу с используемого устройства, минуя необходимость сохранения или передачи на другие устройства; публикацию можно дополнить голосовой или текстовой заметкой, а сразу после нажатия кнопки «Поделиться» пользователям группы придет уведомление на мобильный телефон.

Разработчики Telegram регулярно оптимизируют и улучшают работу приложения, наделяя пользователей новыми возможностями, как облегчающими создание контента, что важно для редакторов каналов, так и улучшая функции просмотра, что, несомненно, влияет на выбор пользователей [10]. Так, среди последних обновлений Telegram можно выделить следующие функции:

- возможность моментального многократного увеличения изображений;
- улучшенный интерфейс проигрывателя;

- возможность установки анимированных фонов для чата;
- отложенные голосовые чаты;
- автоматическое удаление сообщений;
- возможность создания групп с неограниченным числом участников;
- удобный перенос чатов из других мессенджеров и многие другие функции.

Широкий выбор персонализированных настроек позволяет оформить канал в узнаваемом стиле, что немаловажно для представителей СМИ. Примечательно, что мессенджер Telegram является бесплатным. Однако за дополнительную плату существует возможность подключения Премиум-тарифа. Среди основных преимуществ Премиум аккаунта разработчики отмечают следующие:

- увеличенное число возможных подписок на каналы;
- загрузка файлов большего размера (до 4 гигабайт);
- распределение чатов по папкам;
- безлимитное распознавание речи;
- расширенные возможности персонализации аккаунта (анимированные эмоджи рядом с аватаром, анимированный аватар);
- синхронный перевод и другие возможности.

Еще одним важным инструментом мессенджера является Бизнес-телеграм. С помощью данного функционала редактор канала имеет возможность настроить быстрый ответ для пользователей, добавить в описании местоположение и время работы компании, создать меню быстрых ответов.

#### **Использование возможностей и инструментария Telegram: на примере интернет-издания Белгородской области.**

Рассмотрим возможности канала Telegram, используемые лидером рейтинга «Медиалогии» самых цитируемых СМИ Белгородской области за 2023 год – интернет-СМИ Bel.ru. [Медиалогия, <https://www.mlg.ru/>]. Репрезентативный период исследования составил 1 месяц. На наш взгляд, данного периода достаточно, чтобы оценить используемые возможности мессенджера.

Канал интернет-издания Bel.ru. в Telegram имеет 34555 подписчиков. В период с 16 декабря 2024 года по 16 января 2025 года на канале было опубликовано 549 публикаций в числе которых представлены и публикации рекламного характера, содержащие пометку «реклама».

**Формат публикаций.** Приложение поддерживает различные форматы для публикации: текст, опрос, фото, видео, аудио, голосовое сообщение, стикеры, смайлы, присутствует возможность загрузки файлов. Важно отметить, что имеется возможность редактирования сообщения (в том числе, после публикации), а также скрытия выбранных слов, форматирование текста (курсив, шрифт, цвет). Отложенная публикация позволяет планировать выход постов, а хештеги – легко ориентироваться внутри канала.

Функциями приложения предусмотрена возможность отправки сообщения без звука, таким образом редактор канала может избежать чрезмерного утомления пользователей частым звуковым оповещениям с канала.

Большинство публикаций на канале Bel.ru. имеют новостной характер. Все публикации за проанализированный период имели текстовое содержимое, однако не все из них были сопровождаемы графической или звуковой информацией. Кроме того, на канале также

встречаются публикации в формате опроса. Опрос представляет собой специальную форму, содержащую вопрос и несколько вариантов ответа. Таким образом, можно выделить следующие форматы публикации канала издания Bel.ru.:

- публикация, содержащая исключительно текст;
- публикация, содержащая видеоматериалы и текст;
- публикация, содержащая фотоматериалы и текст;
- публикация, содержащая фото- и видеоматериалы, текст;
- публикация в виде опроса.

Еще один формат публикации в Telegram – это так называемый видеокружок. Длительность такого послания составляет одну минуту. Этот формат достаточно популярен для сообщения коротких новостных заметок или анонсов. Важно отметить, что видеокружок отправляется в чат непосредственно после записи – отредактировать видео перед публикацией не представляется возможным. На канале Bel.ru. за указанный промежуток времени не было обнаружено ни одной публикации в формате «Видеокружок», исключение составляют публикации, пересланные на канал из других ресурсов.

Мессенджер Telegram предусматривает возможность использования ссылок, благодаря чему пользователи могут наиболее полно ознакомиться с информацией, перейдя по ссылке. Большинство публикаций на канале Bel.ru. не имеют ссылок на внешние ресурсы, однако важно будет отметить, что публикации со ссылками все же встречаются на канале.

**Telegram-боты.** Автоматизированные программы могут выполнять самые различные функции: отвечать на входящие сообщения, модерировать чат, выполнять быстрый поиск, обрабатывать заявки [\[14\]](#). Использование ботов позволяет снизить нагрузку на редактора канала, а также сократить время ожидания ответа для пользователей; поддерживать комфортную среду на канале, удаляя нецензурные выражения; отвечать на наиболее частые вопросы пользователей. Также часто чат-боты используются для сбора информации, что обычно практикуется в новостных каналах [\[13\]](#). Так, пользователи могут прислать любую информацию (включая различные форматы) в чат-бот, который в удобное время просматривает редактор канала.

- Использование ботов имеет определенные преимущества, среди которых целесообразно выделить следующие:
- круглосуточная работа без выходных;
- большое количество функций и настроек;
- отсутствие необходимости использования стороннего программного обеспечения или инструментария;
- простая и понятная настройка.

На канале Bel.ru. имеется возможность обратиться к редакции с помощью специального бота обратной связи. При переходе на страницу бота пользователь получает сообщение с информацией о том, для каких целей предназначен данный бот, а именно: обратная связь с редакцией, сообщение новостей. Для рекламных предложений на канале

функционирует отдельный чат-бот, созданный для связи с редакцией исключительно по вопросам размещения рекламных публикаций.

**Чаты с комментариями.** Еще одна возможность для предоставления пользователям площадки для дискуссий – это публичный чат с комментариями. На канале Bel.ru. в 2023 году был создан такой чат, который функционирует и в настоящее время. По состоянию на 16 января 2025 года в чате состоит 41 пользователь.

**Монетизация контента.** Монетизация – одна из важнейших составляющих успешного функционирования любого интернет-издания. Получение прибыли с помощью канала Telegram возможно несколькими способами: так называемая «официальная» реклама и реклама в виде партнерских публикаций. Рассмотрим каждый способ подробнее.

*Официальная реклама Telegram* может быть реализована только на каналах, имеющих более 1000 подписчиков. Такая публикация всегда появляется в конце новостной ленты, так, что пользователи не могут ее случайно пролистать. Сообщения имеют длину не более 160 символов, что считается наиболее комфортным объемом для восприятия читателями. Все рекламные сообщения обязательно маркируются пометкой «Реклама». Как правило, такие публикации содержат ссылку для перехода на рекламируемый ресурс. Примечательно, что ссылка может содержать адрес внешнего сайта, канала в Telegram или вести в личный аккаунт.

При любом варианте приобретения рекламы, необходимо придерживаться общих правил и рекомендаций. Среди них можно выделить следующие:

- в сообщении должна отсутствовать ненормативная лексика;
- сообщение не должно быть выделено заглавными буквами, а буквы в словах не должны быть разделены пробелами;
- воспрещается навязчивое использование смайлов и эмоджи;
- следует избегать повторений и неясных языковых конструкций;
- рекламное сообщение не может содержать текст, фото или видео, содержащие призывы к насилию;
- запрещена реклама психотропных веществ, табака и алкоголя и другие.

*Партнерские публикации.* Данный вид рекламы довольно распространен в Telegram каналах. Зачастую он представляет собой публикацию, состоящую из фото, видео и текста, а также ссылки на рекламируемый ресурс. Такое рекламное сообщение обязательно содержит пометку «Реклама», а также уникальный идентификационный номер, который присваивается рекламной публикации после подачи необходимой информации в Роскомнадзор.

Как правило, подобные рекламные сообщения целесообразно размещать, ориентируясь на аудиторию конкретного канала. Причем важно не только количество подписчиков, но и среднее число охвата постов. Таким образом, с точки зрения рекламодателя, канал СМИ в Telegram будет привлекательным для размещения рекламы, если он соответствует следующим критериям:

- количество подписчиков на канале, а также готовность предоставить рекламодателю информацию, касающуюся региональной принадлежности аудитории;
- среднее количество просмотров публикаций на канале;
- наличие активной аудитории, что подтверждается числом разнообразных отметок под публикациями, комментариями, при условии, что они открыты на канале, а также цитированием канала;

- возможностью разместить публикацию, используя различные форматы сообщения;
- готовность владельца канала предоставить отчет статистики рекламной кампании, после ее завершения.

Во время анализа канала Bel.ru. официальной рекламы Telegram нами обнаружено не было, однако на канале имеется реклама в виде партнерских публикаций, имеющая необходимые идентификационные номера, а также пометку «реклама». Таким образом мы видим, что редакция канала Bel.ru. реализует возможность дополнительной монетизации интернет-издания, путем размещения рекламных публикаций в мессенджере Telegram.

### **Вывод.**

Опираясь на вышеизложенное, можно предположить, что в настоящий момент мессенджер Telegram отвечает многим требованиям редакций интернет-изданий. В частности, это возможность создания публикации в различных форматах или использование их комбинаций, форматирование публикаций, создание коротких видеороликов, возможность использования гиперссылок, цитирования, пересылки сообщений.

Анализ Telegram канала интернет-СМИ Bel.ru. - лидера рейтинга «Медиалогии» самых цитируемых СМИ Белгородской области за 2023 год, показал, что редакция издания использует множество возможностей мессенджера: различные форматы публикаций, среди которых особенно отметим текст, который сопровождает практически каждую публикацию. Редакция также использует возможности чат-ботов: канал Bel.ru. имеет два чат-бота, разграниченных тематикой их назначения (новости и реклама).

Отметим, что опираясь на количество публикаций за месяц на анализируемом канале, можно предположить, что канал интернет-издания активен и является дополнительной платформой для распространения новостей и охвата аудитории. Кроме того, представленный на канале контент весьма разнообразен и включает в себя: опросы, новостные заметки, статьи, фото- и видеоматериалы, анонсы мероприятий, рекламные сообщения.

Редакция интернет-СМИ Bel.ru. также использует возможность мессенджера, в частности, для создания дополнительной площадки для дискуссий пользователей: чат с комментариями читателей был создан на канале в 2023 году и активен в настоящее время.

Наличие рекламных публикаций на канале свидетельствует о том, что канал издания, в частности, является и дополнительным источником монетизации интернет-СМИ.

Удобство создания контента, персонализированная информация, оперативность, непрерывное обновление и дополнительные возможности функционала способствуют увеличению аудитории мессенджера Telegram и его возрастающей популярности. Редакции интернет-изданий, стремящиеся расширить свою аудиторию, могут использовать возможности мессенджера для увеличения присутствия в информационном пространстве, а также увеличения охватов публикаций и дополнительной монетизации.

### **Библиография**

1. Беленко, В. Е., Безрукова Н. В. Отраслевые Telegram-каналы сегмента маркетинговых коммуникаций: лидеры, содержательные и аудиторные характеристики // Динамика медиасистем. 2024. Т. 4. № 1. С. 215-222.

2. Головкин А. С. Мессенджеры как инструмент Relationship Marketing в продвижении спортивного клуба // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт // Краснодар, 2017. Т. 1. С. 72-75.
3. Градюшко А. А. Белорусские медиа в Telegram: стратегии распространения новостей // Труды БГТУ. Сер. 4. Принт- и медиатехнологии. Минск: БГТУ, 2020. № 2 (237). С. 58-64.
4. Гуторова Н. С., Крамер А. Ю. Предпосылки трансформации Telegram-канала в новостное СМИ. // Студенческий форум: научный журнал. № 39(175). Часть 1. М., Изд. «МЦНО». 2021. 92 с. С. 28-30.
5. Журавлева, А. А. Профессиональная и любительская новостная telegram-журналистика в условиях кризисных ситуаций: контент, активность аудитории, правовые аспекты / А. А. Журавлева, Н. В. Журавлев // Динамика медиасистем. 2023. Т. 3. № 1. С. 118-130.
6. Зимарин Р. А. Альтернативные каналы коммуникации как новый тренд получения политической информации (на примере политических Telegram-каналов) // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 350-257.
7. Зинкин Е. А. Приложения, социальные сети и мессенджеры как платформы распространения новостного контента СМИ // Огарев-online. 2019. № 1. // URL: <http://journal.mrsu.ru/arts/prilozheniya-socialnye-seti-i-messendzhery-kak-platformy-rasprostraneniya-novostnogo-kontenta-smi>
8. Иванов А. Д. Чат-бот в Telegram и «ВКонтакте» как новый канал распространения новостей // Вестн. Волжск. ун-та имени В.Н. Татищева. Т. 1. Филологические науки. 2016. № 3. С. 126-132.
9. Махорт А. К., Синенко П. Д. Telegram как уникальная площадка индустрии мессенджеров // Огарев-online. 2021. № 2. URL: <https://journal.mrsu.ru/arts/telegram-kak-unikalnaya-ploshhadka-industrii-messendzherov>
10. Огурцова, А. П. Особенности структурирования журналистского контента Telegram-канала // Медиасреда. 2023. № 1. С. 14-18.
11. Соколова Д. В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram // Медиаскоп. 2017. № 4. // URL: <http://mediascope.ru/2380>
12. Татур И. А., Кознова Н. Н. Особенности присутствия СМИ в «Telegram» // E-Scio. 2019. № 11 (38). С. 547-553.
13. Фольц А.О. Каналы и боты российских СМИ в Telegram: новая платформа, старые проблемы // Век информации. 2017. № 1. Т. 2. С. 168-169.
14. Шумилина М. А., Коробко А. В. Разработка чат-бота на языке программирования Python в мессенджере Telegram // Научные известия. 2022. № 28. С. 47-53.
15. Щербинина И. Д., Медведева П. А. Специфика освещения новостей в Телеграм-каналах новостных СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал. 2023. № 3. С. 46-52.
16. Яшина, А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ / А. Р. Яшина // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н.П. Огарёва: Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19–21 мая 2021 года // Сост. А.В. Столяров, отв. за выпуск П.В. Сенин. Том Часть 3. Саранск: Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2021. С. 327-334.

## **Результаты процедуры рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*



В рецензируемой статье рассматриваются возможности и инструменты мессенджера Telegram на примере канала интернет-издания Белгородской области. Предмет исследования достаточно актуален в связи с ростом популярности данного мессенджера у пользователей российского интернет-пространства. Отмечается, что «стремительное развитие интернет-технологий, многообразие мобильных устройств, непрерывное обновление и поддержка приложений расставили акценты в производстве, распространении и потреблении контента таким образом, который мы имеем возможность наблюдать сейчас: традиционные СМИ интегрировались не только в социальные сети, но и в мессенджеры». Формы и способы передачи информации на новых платформах постоянно изменяются, и на сегодняшний день для продвижения контента с помощью сервиса Telegram средствами массовой информации необходимо хорошо знать все его возможности и эффективные инструменты.

Эмпирическим материалом послужил телеграм-канал, используемый лидером рейтинга «Медиалогии» самых цитируемых СМИ Белгородской области за 2023 год – интернет-СМИ Bel.ru. Методология проведенного исследования в статье не раскрывается, но очевиден ее традиционный характер. С учётом специфики предмета, объекта, цели и задач работы используются общенаучные методы анализа и синтеза; описательный метод, включающий наблюдение, обобщение, интерпретацию, классификацию материала; методы контент- и дискурс-анализа.

Теоретической основой работы выступили труды таких отечественных исследователей, как И. А. Татур, Н. Н. Козлова, П. Д. Синенко, А. К. Махорт, В. Е. Беленко, Н. В. Безрукова, А. А. Журавлева, Н. В. Журавлев, А. А. Градюшко, А. С. Головкин, Д. В. Соколова, Р. А. Зимарин, А. Д. Иванов, А. П. Огурцова, А. О. Фольц, И. Д. Щербинина, П. А. Медведева, А. Р. Яшина и др. Библиография состоит из 16 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах рукописи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями.

В ходе анализа теоретического материала и его практического обоснования автор(ы) продемонстрировали, что в настоящее время Telegram является популярным источником информации; проследили эволюцию мессенджера («на рассвете популярности мессенджеры использовались по большей мере для обмена сообщениями между конкретными пользователями», «далее программы обновлялись, предоставляя все большие возможности своим пользователям»); выявили возможности и инструменты Telegram («боты» – программы, работающие автоматически по заданному алгоритму; «умная» новостная лента и пр.); на примере интернет-издания Белгородской области показали использование данных возможностей и инструментов. Сформулированы выводы о том, что в настоящий момент мессенджер Telegram отвечает требованиям редакций интернет-изданий, которые использует многочисленные возможности мессенджера («Представленный на канале контент весьма разнообразен и включает в себя опросы, новостные заметки, статьи, фото- и видеоматериалы, анонсы мероприятий, рекламные сообщения. Удобство создания контента, персонализированная информация, оперативность, непрерывное обновление и дополнительные возможности функционала способствуют увеличению аудитории мессенджера Telegram и его возрастающей популярности»).

Теоретическая значимость и практическая ценность заключается в том, что результаты исследования расширяют знание в области эффективной медиакommunikации, могут применяться в последующих научных изысканиях по заявленной проблематике и в вузовских курсах по коммуникативной лингвистике, социолингвистике, медиалингвистике, информационным технологиям в журналистике и пр.

Стиль статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию, логика изложения материала четкая. Однако объем материала слишком мал для раскрытия темы. Рекомендуемый редакцией объем составляет 12-50 тысяч знаков. Обращаем внимание автора(ов) на некорректное оформление библиографического списка. Например, З. Градюшко А. А. // Труды БГТУ. Серия 4: Принт-и медиатехнологии. 2020. №2. С. 58-64 и др. Библиографическое описание стоит пересмотреть с учетом требований редакции журнала.

В целом, статья имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Филология: научные исследования» после устранения указанных выше замечаний.

## **Результаты процедуры повторного рецензирования статьи**

*В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.*

*Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).*

Статья «Telegram: возможности и инструменты мессенджера на примере канала интернет-издания Белгородской области» представляет собой исследование в области массовых коммуникаций и посвящена анализу отражения имиджа Белгородской области посредством массовой коммуникации (мессенджер Telegram).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения феноменов массовой коммуникации, а именно такой ее части, как телеграм-канал.

Целью данного исследования является выявление особенностей мессенджера Телеграм как платформы для продвижения интернет-издания о Белгородской области в сети.

Для реализации поставленной цели автор проводит анализ компонентов мессенджера и оценивает их влияние на уровень популярности канала Bel.ru.

Статья хорошо структурирована. В статье представлены введение, основная часть, а также выводы и библиография.

Объектом исследования в данной статье является массовая коммуникация. Предмет исследования – инструменты мессенджера Телеграм.

Метод исследования - описание способов и приемов создания контента для телеграм-канала.

Исследование проведено на материале телеграм-канала Белгородской области, а именно интернет-СМИ Bel.ru.

В основной части работы автор подробно анализирует различные способы взаимодействия с аудиторией с помощью мессенджеров. Автор отмечает, что «мессенджеры уже сейчас составляют серьезную конкуренцию социальным сетям», а также подчеркивает принципиальную неразличимость СМИ и других феноменов массовой коммуникации (соцсети, мессенджеры).

В качестве особенностей мессенджера Телеграм по сравнению с другими мессенджерами и соцсетями автор выделяет развивающиеся возможности для максимально облегчения процесса создания контента.

Рассматривая контент в телеграм-канале Белгородской области, автор обращает внимание на следующие характеристики: формат публикаций, телеграм-боты, чаты с комментариями, монетизация контента,

На основании проведенного анализа автор постулирует, что «в настоящий момент мессенджер Telegram отвечает многим требованиям редакций интернет-изданий. В частности, это возможность создания публикации в различных форматах или использование их комбинаций, форматирование публикаций, создание коротких

видеороликов, возможность использования гиперссылок, цитирования, пересылки сообщений».

Стиль статьи научный, информация представлена объективно, выводы обоснованы результатами исследования.

Объём статьи является достаточным.

Статья оформлена в соответствии с требованиями к научным статьям, содержит ссылки на источники и список литературы, включающий в себя наиболее актуальные исследования по данной теме.

Таким образом, можно заключить, что статья «Telegram: возможности и инструменты мессенджера на примере канала интернет-издания Белгородской области» представляет собой научно-исследовательскую работу, которая вносит вклад в изучение актуальных тенденций в области массовых коммуникаций. Работа соответствует требованиям, предъявляемым к научным статьям, и может быть рекомендована к публикации в журнале «Филология: научные исследования».