

## **Функциональные и контентные особенности Telegram-канала городского лайфстайл-медиа «ЩУКА»**

**Научный руководитель – Конкина Ксения Михайловна**

***Архипова Елизавета Ивановна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

*E-mail: ArhipovaL@ya.ru*

Мессенджер Telegram является одной из ключевых платформ для российских медиа. По данным Mediascope, в январе–марте 2025 года среднемесячный охват Telegram достиг 74% россиян старше 12 лет [2]. Согласно аналитике МТС AdTech, во втором квартале 2025 года число уникальных пользователей превысило 100 млн пользователей, что сделало Telegram самым популярным мессенджером в России [3]. Рост влияния Telegram также следует рассматривать в контексте более широких рамках платформизации медиасферы. Как отмечает Н. Срничек, "в результате ряда процессов платформа стала доминирующим способом организации бизнеса, позволяющим монополизировать данные, а затем извлекать их, анализировать, использовать и продавать" [1]. В этих условиях медиа функционируют внутри структур, где распределение контента, видимость публикаций и вовлеченность аудитории зависят от особенностей платформы.

В ходе контент-анализа 794 публикаций за 2025 г. было подсчитано, что в Telegram-канале "ЩУКА" среднестатистически выходит 2–3 поста в день. При этом распределение материалов носит неравномерный характер: фиксируются выраженные пики активности в четверг и пятницу, а также в преддверии выходных дней. Это коррелирует с логикой досугового потребления: именно в конце недели аудитория активнее планирует программу выходного дня. Также в периоды масштабных фестивалей, праздничных дней или значимых городских мероприятий частота публикаций возрастает.

Функциональные и контентные особенности Telegram-канала городского лайфстайл-медиа "ЩУКА" проявляются в тематическом формате постов, форматной адаптации контента к платформе и характере взаимодействия с аудиторией: преобладает преимущественно навигационный формат – основу публикаций составляют подборки мероприятий, рекомендации мест и прогулочные маршруты. При этом новостная повестка представлена минимально. Город выступает как пространство повседневных культурных рекреационных и часто гедонистических практик.

Событийность контента носит утилитарный характер: публикации привязаны к городским фестивалям, праздникам, сезонным изменениям, потенциально виральным инфопогодам (например, про школу бариста для пенсионеров). Данные посты несут либо практическую ценность либо вызывают позитивные эмоции у читателей.

Значимой особенностью медиа является развлекательный характер постов. Использование разговорной лексики, иронии, эмодзи и мемов снижает формальность коммуникации и формирует эффект равного общения. Формат публикаций адаптирован к логике Telegram: посты короткие, разделены на абзацы, активно используются табуляции и визуальное сопровождение в виде карточек, отсутствуют развернутые аналитические материалы. Контент ориентирован на быстрое потребление, что соответствует платформенной специфике цифровой среды. Это позволяет говорить о гибридности формата, сочетающего черты журналистики, личного блога и жанра городской афиши.

Функционально Telegram-канал выполняет несколько взаимосвязанных ролей. Прежде всего, он реализует навигационную функцию, выступая в качестве городского гида. Канал становится посредником между читателем и городом. Коммуникативная функция проявляется в характере вовлеченности аудитории – читатели активно комментируют посты. Средние показатели просмотров, реакций и репостов свидетельствуют о высокой степени распространения публикаций.

Была выявлена функциональная автономия Telegram в структуре кроссплатформенного медиа. Контент не сводится к дублированию материалов сайта, а создается с учетом форматных требований платформы. Это подтверждает принцип распределения ролей внутри кроссплатформенной медиаструктуры.

Таким образом, Telegram-канал "ЩУКА" является самостоятельной платформой в системе современного городского лайфстайл-медиа. Материалы адаптированы к формату Telegram — посты краткие, структурированные, ориентированные на быстрое восприятие. Дружелюбный tone of voice, использование разговорной лексики, иронии и визуальных элементов создают эффект горизонтальной коммуникации, снижая дистанцию между редакцией и аудиторией. Это способствует усилению вовлеченности и лояльности аудитории.

### Источники и литература

- 1) Van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society: Public Values in a Connective World. Oxford: Oxford University Press, 2018. 240 p.
- 2) Mediascope [Электронный ресурс]. URL: <https://t.me/mediascopedata/450> (дата обращения: 28.02.2026).
- 3) PPC.WORLD [Электронный ресурс]. URL: <https://ppc.world/news/auditoriya-telegram-v-rossii-prevysila-100-mln-chelovek/> (дата обращения: 28.02.2026).