**Анализ стратегии монетизации контента каналов в мессенджере Telegram:
возможности и перспективы**

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Колгина Юлия Евгеньевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: uliakolgina997@gmail.com

Современные мессенджеры занимают значимое место в повседневной жизни миллионов пользователей, предоставляя не только инструмент для общения, но и платформу для бизнеса, распространения информации и создания контента. В последнее время одним из самых популярных мессенджеров стал Telegram, который благодаря своим техническим возможностям и отсутствию жестких ограничений стал самой предпочитаемой платформой для создателей каналов, блогеров и предпринимателей. Telegram-каналы стали эффективным инструментом для распространения контента и взаимодействия с аудиторией, открывая перед авторами новые горизонты для монетизации и развития.

Актуальность исследования темы обусловлена растущим значением Telegram в качестве площадки для развития медиа и бизнеса. За период с 2023 по 2024 год количество активных пользователей увеличилось на 250 млн, а так же платформа занимает 8 место в рейтинге самых популярных мессенджеров мира[7]. Понимание механизмов монетизации, анализа контента и перспектив использования данной платформы позволит определить ключевые тенденции, которые помогут как начинающим авторам, так и опытным пользователям эффективнее реализовывать свои проекты на активно увеличивающуюся аудиторию.

По итогу проведенного исследования описан анализ и оценка монетизации контента telegram-каналов, а также перспективы коммерческого развития публикуемого контента.

Источники и литература

- 1) 1. Аванесян Н.Л. Telegram как пример мессенджера: возможности и перспективы развития // Научный потенциал XXI века: Сборник материалов Международной научно-практической конференции.: Академия, 2017. – С. 61-65.
- 2) 2. Андриянова С.С., Веретено А.А. Использование мессенджера Telegram для продвижения бренда // Economics No 3(35), 2018. – С. 54-57.
- 3) 3. Епишкин И.И. Telegram-каналы: причины запуска проектов и инструменты продвижения // МедиаАльманах. 2017. No3 (80). С. 30-41
- 4) 4. Ерыгина, М. О. Специфика контента в Telegram / М. О. Ерыгина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2024. — № 5 (504). — С. 84-87
- 5) 5. Коноплев Д.Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак. Проблемное поле медиаобразования. 2017. No 3. С. 198—200
- 6) 6. Программа монетизации для владельцев каналов [Электронный ресурс] // telegram.org - 2024. - URL: <https://telegram.org/blog/monetization-for-channels/ru>(дата обращения: 8.01.2025)
- 7) 7. DIGITAL 2024 JULY GLOBAL STATSHOT REPORT [Электронный ресурс] // dateportal.com - 2024. - <https://dateportal.com/reports/digital-2024-july-global-statshot> (дата обращения - 9.01.2025)