

УДК 070:316.77

DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144

Развитие Telegram-каналов в медиапространстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов Республики Мордовия)

К. В. Дементьева

*Национальный исследовательский
Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва
Саранск, Россия*

Аннотация

Рассматривается специфика развития Telegram-каналов в российских регионах в целом, отмечается, что в малых городах они эволюционируют примерно по одной и той же схеме. Более конкретно данный тип медиакоммуникаций исследуется на примере Республики Мордовия. Представлены их специфика и типифицирующие признаки, дано определение новостного Telegram-канала. Проведенный анализ позволил сделать выводы не только о преимуществах данных медиа в регионах, но и о типичных ошибках авторов. Продолжают создаваться новые каналы, но при этом нельзя прогнозировать массовый прирост аудитории ввиду ориентации Telegram на элитарность и респектабельность целевой аудитории. Кроме того, обнаруживается, что внимание пользователей больше привлекают тексты, принадлежащие к трэш-рейтингу, чем нейтральные.

Ключевые слова

Telegram-канал, коммуникация, запись, трэш-рейтинг, политика, регион, Республика Мордовия

Для цитирования

Дементьева К. В. Развитие Telegram-каналов в медиапространстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов Республики Мордовия) // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика. С. 131–144. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144

Development of Telegram-Channels in the Media Space of Russian Regions: Specificity, Typology, Development Prospects (On the Example of Telegram Channels of the Republic of Mordovia)

K. V. Dementieva

*National Research Ogarev Mordovia State University
Saransk, Russian Federation*

Abstract

The article examines the specifics of the development of Telegram-channels in Russian regions as a whole, which is possible since in small towns they evolve in approximately the same way. However, the main focus of the study is the Republic of Mordovia. The outcomes include the presentation of specificity and characteristics of Telegram-channels, the definition of a news Telegram-channel. Based on the results of analysis, the author not only describes the advantages of these media in the regions but also the typical mistakes of the content creators. Despite the increasing

© К. В. Дементьева, 2021

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2021. Т. 20, № 6: Журналистика
Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism

number of channels, there is no reason to predict a massive growth of users due to Telegram's orientation towards elitism and respectability of the target audience. The author also finds out that public attention is attracted more by texts belonging to the style of gonzo journalism and thrash writing than neutral ones.

Keywords

Telegram-channel, communication, recording, gonzo journalism, thrash writing, politics, region, Republic of Mordovia

For citation

Dementieva K. V. Development of Telegram-Channels in the Media Space of Russian Regions: Specificity, Typology, Development Prospects (On the Example of Telegram Channels of the Republic of Mordovia). *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2021, vol. 20, no. 6: Journalism, p. 131–144. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144

Введение

Прошло около 7 лет с момента создания Telegram-каналов и 5 лет, как была запущена функция публичных каналов, или пабликов. Анонимность и неограниченное количество подписчиков позволили им стать уникальным инструментом коммуникации и воздействия на общественное мнение, отличным от прочих медиаканалов в социальных сетях, мессенджерах и, конечно, традиционных медиа.

18 июня 2020 г. Роскомнадзор объявил о снятии требования по ограничению доступа к мессенджеру. Данное решение, однако, никак не сказалось на самих Telegram-каналах, аудитория которых продолжала и продолжает расти ¹.

При этом активно проводятся научные изыскания по этой теме. В основном изучаются такие сферы, как политические коммуникации в Telegram [Дорохин, 2019; Мокрая, 2018], разработка и функционирование Telegram-ботов [Иванов, 2016; Круглик, 2019], создание имиджа и брендинг [Андриянова, Веретено, 2018], защищенность мессенджера и его блокировка [Абдрахманов, 2018], использование Telegram в учебном процессе в вузах [Михо и др., 2019; Шакиров, Татаурова, 2020] и др.

При всей популярности научных исследований в области Telegram – по журналистике, политологии, социологии, педагогике, маркетингу, праву – специфика функционирования его в регионах пока мало изучена. Однако отдельные работы все же есть – по Волгоградской [Иванов, 2019], Нижегородской [Коданина, 2018], Омской [Балацкий, 2018] областям, некоторые статьи затрагивают конкретный регион лишь косвенно (например, Республику Бурятия [Гунзынов, 2020]).

При этом в целом проникновение Telegram в малые города небольшое ², и развиваются они в этом направлении примерно по одной и той же схеме.

Так, в 2018 г. в Мордовии, согласно исследованию активности и влияния общественно-политических Telegram-каналов Поволжья на региональную новостную повестку дня ³, зарегистрировано всего 3 Telegram-канала. Для сравнения: в Пензенской и Оренбургской областях было по 4 канала, Чувашской – 7, Нижегородской – 13, Кировской – 7.

При этом даже на сегодняшний день немногие имеющиеся рейтинги региональных Telegram-каналов не отражают реальной картины. Так, «Каталог региональных каналов Телеграм» ⁴ по городу Саранску выдает всего 5 источников: «Волга. МБХ медиа», «Mordor Offshore», «Доска позора|Саранск», «Столица С», «Мордовия Арена». В списке не представлены

¹ Телеграм 2020: аудитория и каналы // ExLibris. 31.03.2020. URL: <https://exlibris.ru/news/telegram-2020-auditoriya-i-kanaly/> (дата обращения 01.09.2020).

² Там же.

³ Рейтинг общественно-политических Телеграм-каналов в ПФО РФ // Кожухов, Вершинин и партнеры. 31.12.2018. URL: <https://reputocrasy.gr/tlg2018-13> (дата обращения 24.04.2021).

⁴ Лучшие каналы Telegram в Саранске // Каталог региональных каналов Телеграм. 01.09.2020. URL: <https://telegram-region.com/saransk/> (дата обращения 01.09.2020).

многие влиятельные каналы, данные по количеству подписчиков не совпадают, а указанный канал «Мордовия Арена» не содержит ни одной записи, кроме приветствия.

Согласно проведенному исследованию, на 01.09.2020 в Мордовии зарегистрировано 11 действующих Telegram-каналов, посвященных исключительно данному региону.

Несмотря на быстрое распространение новых технологий, появление Telegram-каналов в регионах все же отставало от «центра», при этом множества тематически разных каналов также до сих пор не появилось. Вместе с тем масштаб явления, его проникновение и укрепление в медиасреде говорят об актуальности его научного осмысления. В связи с этим мы рассмотрим специфику развития Telegram-каналов в регионах в целом и более конкретно проведем анализ на примере одного из них – Республики Мордовия.

Методология и методы исследования

Методология исследования основана на принципах системного, структурного и сопоставительного анализа. Были рассмотрены 6 крупных региональных новостных Telegram-каналов Республики Мордовия: «Мордовский шпиль», «Mordor Offshore», «Злой мордвин», «Столица С», «Известия Мордовии», «Доска позора|Саранск».

Перед всеми рассматриваемыми Telegram-каналами стоит задача развития и расширения аудитории. Но, несмотря на это, у Telegram-каналов официальных СМИ и анонимных каналов отчетливо прослеживаются разные «редакционные политики» и цели. Официальные СМИ используют Telegram как еще один источник привлечения трафика на основную платформу. Смысл каждой новости в Telegram-канале заключается в публикации ссылки, ведущей на основной ресурс – портал Рунета. Каждое сообщение в канале представляет собой анонс одной из множества новостей, за которыми стоит целая редакция, работающая в ежедневном режиме. Количество материалов велико – до 40–50 в день. Telegram-канал «Доска позора|Саранск» своей основной площадкой имеет социальную сеть «ВКонтакте», присутствие на всех остальных ресурсах, так же как у традиционных СМИ, является лишь одним из способов расширить свою аудиторию. Кроме того, данный ресурс не относится к анонимным – известен его создатель, выступающий под псевдонимом Е. Геращенко (настоящее имя – Е. Романов). Поэтому данный канал рассматривался нами вместе с традиционными изданиями.

У анонимного Telegram-канала тоже может быть штатная редакция, но, очевидно, не в рассматриваемых случаях. Четкого тайм-плана нигде не прослеживается, может выйти 3 сообщения в месяц, а может – до 5 в день. Цель у них тоже другая – выпустить какой-то уникальный контент, привлекающий внимание элитарной аудитории.

Следовательно, методика анализа анонимных и неанонимных каналов будет различной – сплошная и случайная выборка соответственно. Методом сплошной выборки текстов в существующих на тот момент в регионе анонимных каналах («Мордовский шпиль», «Mordor Offshore», «Злой мордвин») было проанализировано более 800 записей с 01.11.2019 по 31.08.2020, проведен их качественный анализ. В Telegram-каналах традиционных СМИ («Известия Мордовии», «Столица С») и паблика «Доска позора|Саранск» записи были определены методом случайной выборки ($n = 500$ записей за период с 01.11.2019 по 31.08.2020, по 16–17 материалов в месяц). Сравнивались такие характеристики записей каналов, как тематика, лексические особенности, оценочность по отношению к известным персонам и своим читателям в целом.

В работе используется такой показатель, как ERR, или уровень вовлеченности, измеряемый в процентах. Он подсчитывается по следующей формуле: охват 1-го поста / количество подписчиков $\times 100$ %. Данное значение показывает, какой процент от количества подписчиков канала прочитал (просмотрел) конкретный пост, а при значении выше 100 % – насколько пост заинтересовал аудиторию, которая не подписана на канал, но, тем не менее, просмотрела данный материал. Как правило, чем больше сделано репостов и упоминаний, тем больше

может быть показателем вовлеченности. Низкий показатель вовлеченности говорит о том, что люди, подписанные на канал, не просматривают и не читают посты.

Полученные результаты и обсуждение

Telegram-каналы выполняют такие функции, как информационная, манипулятивная, а также функции политической социализации, лоббирования интересов [Мокрая, 2018. С. 63–64]. По аналогии с другими медиа в Интернете их можно разделить на аналоги средств массовой информации, как традиционных, так и сетевых, и на собственно сетевые. Последние включают: 1) паблики, в том числе анонимные; 2) каналы отдельных людей – медиаличностей, экспертов в какой-либо области и т. д.

Обратимся к новостным Telegram-каналам, под которыми можно понимать *способ периодического распространения актуальной социально значимой информации через сообщения в мессенджере, при этом отправитель зачастую остается анонимным, а получатели не имеют возможности комментирования сообщений*. Вместе с тем можно наблюдать процесс сращения СМИ, Интернета и мобильного устройства.

К специфике новостных Telegram-каналов можно отнести: анонимность источников информации; удобство платформы для распространения и потребления новостной информации; вторичный по отношению к другим СМИ характер информации; субъективную трактовку фактов; отсутствие этики, использование обценной лексики.

Типологию Telegram-каналов в регионах в целом можно представить следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

Типоформирующие признаки Telegram-каналов (ТК) в регионах

Table 1

Typical features of Telegram channels (TC) in the regions

Признаки	Типы	Примеры
Связь со СМИ	Оригинальные ТК	«Говорит Кавказ»
	ТК сетевых ресурсов	«Нижегородский эксперт»
	ТК традиционных СМИ	«Известия Мордовии»
Анонимность	Анонимные (или условно анонимные) ТК	«Очки Азарова»
	Неанонимные ТК	«Пятница 13»
Тематика	Монотемные ТК	«Юнион»
	Политематические ТК	«10 канал Мордовия 24»
Жанры	Аналитические ТК	«Нижегородский эксперт»
	Аналитико-новостные ТК	«Ньюбур»
	Новостные ТК	«Якутия. Оперштаб»
Охват аудитории	Межрегиональные ТК	«16 негритят», «Волга. МБХ медиа»
	ТК одного региона	«Тусовочка» (Новосибирская область)

Среди тематики как монотемных Telegram-каналов, так и политематических однозначно преобладает политическая повестка. При этом монотемных каналов в отличие от тех ресурсов, которые не ограничены территорией одного региона, совсем немного. Как правило, многие Telegram-посты выходят со ссылкой на новостные сайты, т. е. в плане информативной фактуры вторичны по отношению к новостным сайтам Рунета.

Кроме политики, есть и другие жанровые каналы, например, полностью состоящие из story. Эти ресурсы похожи контентом на группы «ВКонтакте». Но пока еще не четко сформулированные закономерности развития Telegram-каналов приводят к отсутствию унификации и, следовательно, к жанровому разнообразию и жанровой свободе, которая подкреплена также полным отсутствием ответственности. В регионах такой контент почти не встречается.

Далеко не во всех регионах название канала содержит привязку к местности, в связи с чем некоторые из них не так просто найти. Например, поисковый запрос «Бурятия» выдает только узкотематические каналы «История Бурятии» и «ЭТК_БУРЯТИЯ» (ЭТК – электронная трудовая книжка. – К. Д.), в то время как основными новостными Telegram-каналами данного региона являются «Ньюбур» и «Степной дозор».

В Республике Мордовия несколько анонимных Telegram-каналов – «Мордовский шпиль» (1,5 тыс. подписчиков), «Mordor Offshore» (1,6 тыс. подписчиков), «Злой мордвин» (390 подписчиков). Есть и каналы региональных газет – «Столица С» (1,1 тыс. подписчиков), «Известия Мордовии» (250 подписчиков) и канал паблика «Доска позора|Саранск» (1,5 тыс. подписчиков), имеющего основную свою площадку в социальной сети «ВКонтакте». Канал «Мониторинг 13 Республика Мордовия» работает по принципу новостного агрегатора, но аудитории известен мало и имеет всего 5 подписчиков. Канал «Юнион» (107 подписчиков) открыт одноименным туристическим агентством Мордовии и выкладывает информацию о путевках, не затрагивая других вопросов. С весны 2020 г. действует Telegram-канал «Коронавирус. Оперштаб Мордовии» (2,1 тыс. подписчиков), регулярно выкладывающий информацию по заболеваемости.

Несмотря на значительное количество активно функционирующих Telegram-каналов в Мордовии, новые продолжают создаваться. Так, 20 августа 2020 г. был создан «10 канал | Мордовия 24» медиахолдинга Ю. А. Понетайкина (ООО «РТКОМ», ООО «Саранск ТВ», ООО «Медиа Дом» и др.) и за неделю набрал 250 подписчиков. А 22 августа появляется канал «Пятница 13», который также не позиционирует себя как анонимный – в одной из записей автор называет себя – Владимир Назаров, Председатель Союза журналистов Мордовии. Кроме того, реклама этого канала размещается «Мордовским шпилем». За аналогичный период «Пятница 13» собрал 40 подписчиков.

Исходя из этих данных, зафиксированных на 01.09.2021, и составленных выше типифицирующих признаков ТК в регионах (см. табл. 1) можно составить типологический анализ по каналам Республики Мордовия (табл. 2).

Факт создания новых Telegram-каналов говорит о том, что данная ниша в медиапространстве еще не заполнена. Медиаменеджеры и политики видят в мессенджере Telegram возможности для развития и продвижения своих идей. А аудитория, судя по вовлеченности (до 126 % у «10 канал | Мордовия 24» и 227 %), интересуется новыми площадками.

Однако ввиду небольшого количества подписчиков некоторых каналов («Мониторинг 13 Республика Мордовия», «Пятница 13», «10 канал | Мордовия 24») и узости освещаемой тематики («Юнион», «Коронавирус. Оперштаб Мордовии») в выборку исследования попали лишь 6 самых популярных политематических новостных каналов региона.

По данным Telegram Analytics, во всех каналах наблюдается рост аудитории по сравнению с 2019 г. Так, количество подписчиков канала «Mordor Offshore» с ноября 2019 по июль 2020 г. выросло на 115 %, канала «Злой мордвин» – на 201 %, канала «Столица С» – на 164 %. При этом, по данным на июль 2020 г., лидирует по количеству подписчиков «Mordor Offshore».

Однако массовый прирост аудитории в Telegram прогнозировать нельзя, так как данная платформа, в отличие от «ВКонтакте» и Instagram, при распространении социально-политической тематики всегда будет уникальна претензией на обнаружение инсайда. Инсайд – главное «уникальное торговое предложение» (термин Р. Ривза [Reeves, 1961]) Telegram. А медиаменеджеры видят в мессенджере возможность неограниченной законом и узнавае-

мостью информационной атаки и сливов, которые ни одна площадка предложить пока не может.

Таблица 2

Типоформирующие признаки Telegram-каналов (ТК)
в Республике Мордовия

Table 2

Typographic features of Telegram (TC) channels
in the Republic of Mordovia

Признаки	Типы	Примеры
Связь со СМИ	Оригинальные ТК	«Мордовский шпиль», «Mordor Offshore», «Злой мордвин», «Мониторинг 13 Республика Мордовия», «Пятница 13», «Коронавирус. Оперштаб Мордовии»
	ТК сетевых ресурсов	«Доска позора Саранск», «Юнион»
	ТК традиционных СМИ	«Известия Мордовии», «Столица С», «10 канал Мордовия 24»
Анонимность	Анонимные (или условно анонимные) ТК	«Мордовский шпиль», «Mordor Offshore», «Злой мордвин», «Мониторинг 13 Республика Мордовия»
	Неанонимные ТК	«Пятница 13», «Доска позора Саранск», «Юнион», «Известия Мордовии», «Столица С», «10 канал Мордовия 24», «Коронавирус. Оперштаб Мордовии»
Тематика	Монотемные ТК	«Юнион», «Коронавирус. Оперштаб Мордовии»
	Политематические ТК	«Мордовский шпиль», «Mordor Offshore», «Злой мордвин», «Мониторинг 13 Республика Мордовия», «Пятница 13», «10 канал Мордовия 24», «Известия Мордовии», «Столица С», «Доска позора Саранск»
Жанры	Аналитические ТК	Mordor Offshore, «Злой мордвин», «Пятница 13», «Мордовский шпиль», «Мониторинг 13 Республика Мордовия», «Доска позора Саранск», «Известия Мордовии», «Столица С», «10 канал Мордовия 24»
	Аналитико-новостные ТК	«Коронавирус. Оперштаб Мордовии», «Юнион»
	Новостные ТК	«16 негрятят», «Волга. МБХ медиа» (затрагивают новости разных регионов, в том числе встречается и Мордовия)
Охват аудитории	Межрегиональные ТК	«16 негрятят», «Волга. МБХ медиа» (затрагивают новости разных регионов, в том числе встречается и Мордовия)
	ТК одного региона	все указанные выше ТК о Мордовии

Но это касается только анонимных каналов, для ресурсов с открытым авторством характерен выдержанный контент, при этом каналы официальных СМИ часто просто копируют информацию сайта с незначительной адаптацией, а авторские каналы, кроме репостов, представляют комментирование событий, освещенных СМИ ранее.

Подавляющее число записей анализируемых Telegram-каналов Мордовии посвящено двум темам – политике (76 %) и коронавирусу (21 %), причем в ряде случаев (13 %) эти темы затрагиваются одновременно. В соответствии с повесткой дня и общим «градусом» освеще-

ния проблемных вопросов каналы можно поделить: 1) на поддерживающие главу республики и его окружение («Мордовский шпиль», «Злой мордвин», «Столица С», «Известия Мордовии»); 2) поддерживающие экс-главу республики и его окружение («Mordor Offshore», «Доска позора|Саранск»). Данный расклад в целом соответствует расстановке сил в Мордовии и всей ситуации на медиарынке региона.

В то же время именно анонимность и отсутствие ответственности за несоблюдение закона позволяет в полной мере проявиться противостоянию между возникшими в последние годы двумя сильными центрами в регионе в ситуации появившейся в связи с этим политической неустойчивости.

Анонимные региональные каналы по аналогии с подобными крупными ресурсами, нацеленными на аудиторию всей страны, делают ставку на слухи, которые позиционируются в качестве инсайда. Публикация непроверенной информации, которая впоследствии не проходит верификацию, возможно, заведомо ложной, встречается даже в крупных Telegram-каналах, например, «Незыгаре». В исследуемом регионе к слухам и фейкам можно отнести до 45 % сообщений от общего количества анализируемых текстов. Источник при этом может указываться следующим образом: «нам шепнули на почту» (24.07.2020, «Mordor Offshore»), «по имеющимся у нас данным» (14.08.2020, «Мордовский шпиль»). Однако если делить каналы на анонимные и неанонимные, то расстановка другая – 79 % слухов в материалах анонимных каналов (из них 8 % – «Злой мордвин», 28 % – «Мордовский шпиль», 43 % – «Mordor Offshore») и 22 % – в неанонимных. Подобные сообщения полностью отсутствуют в газете «Известия Мордовии», но представлены в газете «Столица С» (9 из 22 %) и на канале паблика «Доска позора|Саранск» (13 из 22 %), причем в большинстве случаев о факте распространения публичной ложной информации можно прочитать в других исследуемых каналах.

Если крупные Telegram-каналы стараются максимально кратко и понятно формулировать сообщения, то региональные в силу недостаточного профессионализма авторов зачастую сильно превышают рекомендуемые объемы записей. Кроме того, нередко в текстах не называются конкретные имена и используются намеки: «В неких головах» (29.07.2020, «Mordor Offshore»), «кое-кто в правительстве» (24.07.2020, «Mordor Offshore»), «некоторые блогеры» (20.05.2020, Mordor Offshore), «некоторые чиновники Белого дома Мордовии» (26.06.2020, «Mordor Offshore»), «так называемое правительство Мордовии» (20.04.2020, «Mordor Offshore»), «отдельно взятые товарищи» (11.12.2019, «Злой мордвин») и т. д. Каналы традиционных СМИ также, случается, не называют конкретных источников – «упоминали в сообщениях представители оппозиции» (02.07.2020, «Известия Мордовии»), «задержан один из бывших министров», в то время как другие источники уже сообщили полные данные о задержанном (13.02.2020, «Известия Мордовии»), «некий московский адвокат» (03.08.2020, «Столица С»).

Видится, что происходит это по двум причинам: 1) небольшие размеры региона, позволяющие аудитории додумать и понять, о ком именно идет речь; 2) ограниченность самой аудитории, т. е. сообщения рассчитаны не столько на массы, сколько на элитарные слои людей посвященных, а также лидеров мнений, формирующих политическую повестку дня. Последнее может замедлить рост аудитории, так как человек, не знакомый с темой, не понимая, о чем идет речь, с большой долей вероятности отпишется от канала.

Кроме того, не прямые ссылки на медиатексты других Telegram-каналов еще больше ограничивают круг аудитории – предполагается, что читатель должен быть подписан на цитируемый канал и быть в курсе написанного там («Соседи с офшорного канала выдали очередной прогноз...», 03.08.2020, «Мордовский шпиль»). При этом практикуются как корректные формулировки, характеризующие оппонентов («наши коллеги-телеграммеры в очередной раз стали жертвой чужих околополитических игр», 03.08.2020, «Мордовский шпиль»), так и оскорбительные («не ведитесь на тупых интриганов местного разлива», 03.08.2020, «Мордовский шпиль»), «Прочитали заметку в одной дурно пахнущей газетенке», 23.07.2020,

«Mordor Offshore»). Некоторые сообщения выходят с обращениями и упоминаниями имен, распознать адресата в которых могут лишь люди, разбирающиеся в политике и расстановке медиасил в Мордовии («Олежа, может расскажешь...?», 18.06.2020, «Подгорит ли у злого Маресьева от идиотов?»), 22.06.2020, «Доска позора|Саранск»).

Допускается панибратство в отношении высокопоставленных лиц («Хотя давайте посмотрим декларацию о доходах Наташки» – речь об Уполномоченном по правам ребенка в Республике Мордовия Н. Е. Юткиной, 23.07.2020, «Mordor Offshore»; «Володя пообещал дорогу в Б. Маресево?» – о главе республики Владимире Волкове, 23.06.2020, «Доска позора|Саранск»), которое, во-первых, переводит медиасообщение в разряд доверительной беседы с читателем, сообщения ему как «своему» секретов, а во-вторых, снижает статус высокопоставленных людей, позволяя говорить о них как о хороших знакомых.

Об узнаваемости стиля можно с уверенностью говорить в двух Telegram-каналах – «Злой мордвин» и «Mordor Offshore». В последнем, к сожалению, это происходит во многом за счет пунктуационных и орфографических ошибок, над которыми не работает корректор.

Наблюдается взаимосвязь с другими медиаканалами: Telegram-каналы комментируют и делают репосты традиционных СМИ, а традиционные СМИ ссылаются на Telegram-каналы. Чаще всего таким образом происходит взаимодействие медиа, поддерживающих одни и те же политические силы, где созданием и распространением контента занимаются одни и те же команды.

Telegram устроен таким образом, что позволяет администраторам других каналов делать репосты сообщений и комментировать их. Иначе говоря, написать ответ на тот или иной пост другого сообщества можно, чем и пользуются в основном для увеличения численности аудитории дружественных каналов.

Однако большая часть представителей обычной аудитории высказаться публично на площадке мессенджера не может – функция комментариев в Telegram недоступна. Вместе с анонимностью (т. е. фактической безнаказанностью любых действий) это дает некоторый простор для формирования контента.

Более свободно себя чувствуют здесь при подаче информации и каналы традиционных СМИ. Газета «Столица С», имеющая имидж «информационного киллера» региона, неоднократно публиковала негатив и об аудитории своего ресурса («похожий на мужчину пользователь соцсетей»), и о соседних Telegram-каналах («Все началось со снимка Альбины Гольшевой, размещенного утром 9 мая в “Лживом паблике”» – о «Доске позора», 09.05.2020, «Столица С»). Даже газета «Известия Мордовии», характеризующаяся консерватизмом при подаче информации, на площадке Telegram публикует тексты совершенно иной стилистики («прежде чем вопить о местах в рейтингах, нужно выучить матчасть», 18.06.2020, «Известия Мордовии»). Однако большая часть сообщений даже о проблемных вопросах написана корректно («Почему у горожан не хватает ответственности...?», 13.06.2020, «сиганула вниз», «беглянку», «беспечной барышне» – о девушке, сбежавшей из инфекционной больницы, 14.04.2020, «в частных лавочках потирают руки», 01.04.2020, «поехали за бугор», 27.03.2020, «поддавшись массовому психозу и слухам», «за харчами люди приезжают даже ночью», «администраторы откровенно насмеваются», 17.03.2020, «шедевр чиновничьего творчества», «трудились лучшие умы Министерства», «На этом месте я прослезилась», «На слове “влекущее” я сломалась», 16.03.2020, «Известия Мордовии»).

Примечателен в этом плане канал «Злой мордвин». Анализируя записи, можно заметить, что первоначально сообщения не сильно отличаются от традиционной подачи информации Telegram-каналов – в новостных сообщениях присутствуют политические слухи и сенсации, нет бранной и обсценной лексики, формулировки условно корректны (насколько эту характеристику можно применить к свободному Telegram). Тем не менее в записях обнаруживаются эмоционально-оценочная лексика, насмешка, сарказм: «Говорит он лакейски оппозиционным голосом: “Вам пакет нужен?” Ох, боги мордовской оппозиции! <...> Почему так получилось, что теперь ты с надрывом ищешь просрочку, воюешь из-за ценников с бабуш-

ками и ловишь алкашей с чекушками? А ведь мог бы претендовать на место сенатора в конгрессе США...» (04.10.2019, «Злой мордвин»).

Примерно с марта 2020 г. «Злой мордвин» изменил стилистику – в постах сначала стали все чаще появляться бранные слова, а затем и обсценная лексика. Примеры последней в научной статье привести не представляется возможным, но, по подсчетам, одна небольшая запись может содержать до девяти подобных слов.

Каналы традиционных СМИ от бранной лексики воздерживаются, хотя отдельные тексты, опубликованные в Telegram, никогда не смогли бы появиться в печатной версии или даже на сайте («неприятно, что они повели себя, как ... гхм...», 04.02.2020, «Известия Мордовии»).

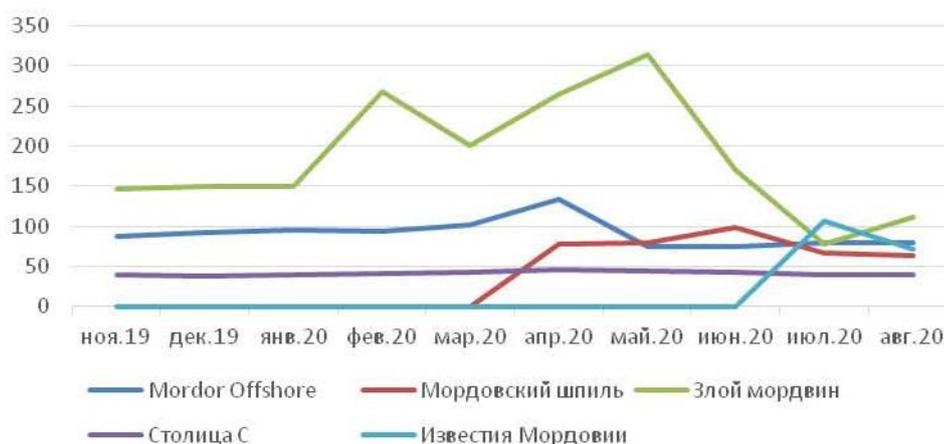
В паблике «Доска позора|Саранск» ограничений на употребление лексики нет, однако именно в Telegram можно чаще прочитать комментарии редакции самого паблика («Холуй Волкова», 24.06.2020, «зашквар», 23.07.2020, «Нельзя такое публиковать без согласования с хозяином», 24.05.2020, «Доска позора|Саранск»), в то время как на других площадках чаще выкладывают посты пользователей – жителей города о проблемных ситуациях. Нецензурная лексика здесь также используется, но в гораздо меньших количествах, нежели на канале «Злой мордвин», – в одной записи может встречаться 1–2 слова. В целом канал позиционирует себя как оппозиционный, поэтому часто вступает в открытую полемику с представителями власти и контролируемых ими газет.

Примечательна еще одна тенденция: всё более частым объектом нападок анонимного канала становится сама аудитория – люди города, пользователи социальных сетей и сайтов, высказывающие свое мнение. Например: «Тут одна ковылкинская дура-истеричка вчера подняла в пабликах крик, что у них якобы есть зараженные. Это, конечно, вранье...» (31.03.2020); «В нашей благословенной республике появился новый критик власти. Ну как новый. Старенький, песок сыплется. Из бывших больших начальников. <...> Так ЭБНутый ПАМ-ПАМ выдал мощный перл про маски. <...> В-общем, повторяем, сиди дома, старый пень. Умрешь – за гробом пойти некому будет» (02.04.2020); «Тупая курица по имени Альбина поспешила это сфоткать и выложить в паблик. Два десятка придурков, живущих за компом и вообще не выглядывающих на улицу, дружно бросились чморить власть... <...> И ведь твари не извинятся» (09.05.2020); «Рузаевские бессмертные положили ржавый железнодорожный рельс на все предупреждения и смотрят на статистику коронавируса, глуповато ухмыляясь и кося под идиотов» (04.06.2020). Можно предположить, что это является заказом на отвод внимания от действий исполнительной власти по предотвращению эпидемии и перефокусировку на действия самих обывателей.

Отсутствие комментариев к постам делает коммуникацию однонаправленной, полностью субъект-объектной, но при этом позволяет максимально привлечь внимание к каналу и повысить просмотры.

Подписчиков можно назвать постоянной аудиторией каналов, тогда как просмотр их содержания возможен и без подписки. Поэтому интересны будут данные по количеству просмотров публикаций, или вовлеченности аудитории (ERR). Анализ этих показателей (по данным Telegram Analytics, см. рисунок) обнаруживает, что наибольший процент просмотров записей, стабильно превышающий количество подписчиков канала, имеет именно канал «Злой мордвин». В мае 2020 г., когда основной темой становился коронавирус и его распространение в республике, вовлеченность достигала 315 %.

А. Л. Коданина отмечает «однонаправленный характер информационного потока» [2018. С. 107] в своем регионе как серьезную проблему. Для Мордовии это также актуально, без обратной связи процесс коммуникации не может осуществляться в полной мере, но при этом ее отсутствие для канала «Злой мордвин» скорее является плюсом, так как авторы часто допускают агрессивные выпады в сторону своей аудитории – жителей региона, участников различных форумов, пабликов. Включенная система комментирования записей могла бы вызвать жесткую критику или полемику.



Динамика уровня вовлеченности (ERR, %) Telegram-каналов
Dynamics of the engagement rate (ERR, %) of Telegram channels

Интеракция является одним из главных условий развития СМИ, но Telegram позиционируется как инструмент коммуникации с полной анонимностью. Отсутствие комментариев обеспечивает анонимность и самой аудитории, которая читает контент, не обнаруживая себя. Вместе с тем отсутствие комментариев может способствовать сохранению имиджа респектабельности целевой аудитории. В отличие от целевой аудитории массовых социальных сетей, публика Telegram не оставляет эмоциональных комментариев и уж тем более не вступает в дискуссию. Отчасти в этом и состоит некий парадокс Telegram: его контент никак не ограничен нормами вежливости или этикой, но одновременно он позволяет оставлять убежденность в элитарности и респектабельности его целевой аудитории.

Рассмотрим явление, к которому может иметь отношение Telegram-канал «Злой мордвин» – трэш-райтинг. «Это технология написания текстов с повышенной эмоциональной нагрузкой, использованием разговорной и нецензурной лексики с целью привлечения внимания, а также повышения эффективности коммерческого текста» [Мусатова, 2018. С. 136]. По данной теме почти нет научных работ, кроме указанной статьи М. Л. Мусатовой, хотя само явления трэша в последние годы изучается, в том числе и в сфере медиа, особенно применительно к телевидению [Манскова, 2009; Сибидапов, 2019]. «Трэш – это то, что бросается в глаза, привлекает внимание, шокирует. <...> Главное в таких материалах – оценка, которая всегда оформляется как мнение частного лица, носит демонстративно-личностный характер» [Николаева, 2011. С. 75–76]. Эффективность трэш-райтинга заключается в «иллюзии откровенности автора перед читателем», четком разделении полюсов «хорошее» / «плохое», «апелляции к эмоциям читателей» [Мусатова, 2018. С. 140]. В то же время его использование является тяжелой информационной артиллерией, позволяющей максимально быстро привлечь внимание, вызвать эмоциональный отклик аудитории и оказать воздействие на общественное мнение.

А. В. Николаева, рассуждая о различии между трэш-журналистикой и «желтой» прессой, говорит, что «хотя в трэш-статьях присутствует тенденция к крайним безапелляционным оценкам, в них практически нет агрессивности (метафорической характеристики политических действий как физической агрессии, использования инвектив и других грубых форм оценки), столь обычной для политических текстов в “желтой” прессе» [Николаева, 2011. С. 77]. Инвектива – «культурный феномен социальной дискредитации субъекта посредством адресованного ему текста» [Кулаков, 2011. С. 32] – наблюдается в текстах Telegram-канала

«Злой мордвин», в частности, в приведенных выше примерах. Следовательно, тексты могут находиться на пересечении «желтой» и трэш-журналистики.

Несмотря на то что канал «Злой мордвин» пока выделяется стилистикой среди остальных в исследуемом регионе, в общем информационном пространстве России он не является уникальным. Схожими чертами, например, обладает Telegram-канал «Мордодед» (Самарская область). Следовательно, тенденции к переходу стиля Telegram-каналов к трэш-журналистике будут закрепляться и в дальнейшем при сохранении возможности анонимного распространения информации.

Заключение

Таким образом, в соответствии с составленной типологией Telegram-каналов в Мордовии, равно как и в других регионах, каналы делятся на аналоги традиционных и сетевых СМИ и на собственно сетевые, включающие паблики и каналы отдельных личностей. В Республике Мордовия выявлены все указанные типы ресурсов. Согласно представленной типологии, явный перевес наблюдается за оригинальными, политематическими, аналитико-новостными каналами, посвященными одному региону. Расстановка сил по анонимным и неанонимным каналам примерно одинаковая. Все представленные ресурсы имеют аналоги среди крупных федеральных каналов («Злой мордвин» – «СталинГУЛАГ», «Mordor Offshore» – «Бойлерная»), делается попытка походить на «Незыгарь»), следовательно, вторичны.

При этом данный сегмент медиарынка продолжает заполняться – создаются новые каналы. Можно предположить, что аудитория, увеличивая процент потребления информации из мессенджера Telegram, покинет какой-то другой канал медиакommunikации. А также – чем более развиваются сетевые и мобильные средства массовой коммуникации, тем менее популярными становятся традиционные СМИ, особенно пресса. Вместе с тем нельзя прогнозировать массовый прирост аудитории в Telegram, который уникален претензией на обнаружение инсайда.

Тесная взаимосвязь тематики Telegram-каналов с политической и общественной повестками разделяет их на поддерживающие власть и оппозиционные. В Мордовии это дробление особенно заметно в данный период, так как в связи с противостоянием двух сил в регионе и политической нестабильностью наблюдается разделение всех медиаресурсов на два противоборствующих лагеря. А анонимность каналов, перерастающая в фактическую безнаказанность, позволяет реализовать те задачи по формированию общественного мнения, которые недоступны на других ресурсах.

В записях нередко встречаются слухи и намеки (до 45 %), позволяющие понять смысл сообщения только людям осведомленным, из этого можно сделать вывод, что региональный Telegram ориентирован прежде всего на политическую элиту, а также лидеров мнений, формирующих политическую повестку дня. Большая часть таких сообщений представлена в анонимных пабликах (79 %).

По сравнению с крупными проектами федерального значения региональные нередко допускают следующие ошибки: 1) аналоги СМИ выкладывают весь объем имеющихся новостей, перегружая канал; 2) объем записей слишком большой для формата мессенджера.

Тематический анализ показал, что подавляющее число записей анализируемых Telegram-каналов Мордовии посвящено двум темам – политике (76 %) и коронавирусу (21 %), причем в ряде случаев (13 %) эти темы затрагиваются одновременно.

Неанонимные каналы ведут более сдержанную, по сравнению с анонимными, информационную политику, подают информацию более корректно, воздерживаются от использования бранной и обценной лексики. Отсутствие анонимности ведет к повышению ответственности за достоверность информации и ее соответствие закону (иногда и журналистской этике). Исключением является канал паблика «Доска позора|Саранск», который, противопоставляя себя всем провластным ресурсам, жестко высказывается о возникших в регионе про-

блемах и часто использует прямые обращения к представителям власти и людям, контролирующим медиа регионе.

Динамика изменения количества подписчиков и вовлеченности аудитории показывает, что наибольший интерес читателей вызывает канал «Злой мордвин», который является анонимным и отличается довольно агрессивной подачей информации. Используются насмешка, сарказм, инвектива, обсценная лексика в больших объемах. Отсутствие комментариев к постам делает коммуникацию однонаправленной, полностью субъект-объектной, но при этом позволяет максимально привлечь внимание к каналу и повысить просмотры. Анализ записей обнаруживает значительную принадлежность к трэш-рейтингу, а также к «желтой» журналистике. Наличие в других регионах схожих по стилистике Telegram-каналов позволяет сделать вывод о дальнейшем продвижении подобного типа медиасообщений.

Список литературы

- Абдрахманов Д. В.** Блокировка Telegram в России: конституционно-правовой аспект // Конституционное и муниципальное право. 2018. № 7. С. 35–38.
- Андрянова С. С., Веретено А. А.** Использование мессенджера Telegram для продвижения бренда // Economics. 2018. № 3 (35). С. 54–57.
- Балацкий А. М.** Омские политические каналы в мессенджере Telegram: опыт описания региональной сети // Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт: Материалы IX Всерос. науч.-практ. конф. Омск, 2018. С. 148–153.
- Гунзынов Ж. П.** Информационные каналы в мобильных мессенджерах: философский анализ // Вестник Бурят. гос. ун-та. 2020. № 2. С. 61–67.
- Дорохин В. Н.** Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Филология. Журналистика. 2019. № 1. С. 103–105.
- Иванов А. Д.** Чат-бот в Telegram и «ВКонтакте» как новый канал распространения новостей // Вестник Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2016. Т. 1, № 3. С. 126–132.
- Иванов Д. С.** Агрегация политических слухов в мессенджере Телеграм: опыт Волгоградской области 2018 года // Международный научно-исследовательский журнал. 2019. № 12–2 (90). С. 156–158.
- Коданина А. Л.** Telegram как политико-коммуникационный ресурс: региональный аспект // Инновации в науке и практике: Сб. ст. по материалам X Междунар. науч.-практ. конф. Н. Новгород, 2018. С. 104–108.
- Круглик Р. И.** Создание чат-бота в Telegram // Постулат. 2019. № 9 (47). С. 7.
- Кулаков А. Е.** Междометные инвективы и общие проблемы инвектологии // Изв. Саратов. ун-та. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2011. Т. 11, № 2. С. 32–34.
- Манскова Е. А.** Роль трэш-эстетики в формировании современной концепции телевизионной документалистики // Медиаскоп. 2009. № 1. С. 5.
- Михно С. В., Абеннова С. К., Бержицкая Л. А.** Использование мессенджера для реализации технологии электронного обучения в вузе // Актуальные научные исследования в современном мире. 2019. № 6–2 (50). С. 52–56.
- Мокрая Е. А.** Telegram-канал как платформа для политической коммуникации // Русская политология. 2018. № 4 (9). С. 62–66.
- Мусатова М. Л.** Трэш-рейтинг как эффективная методика подачи информации // Медиасреда. 2018. № 14. С. 135–141.
- Николаева А. В.** Авторская интонация в журналистике // Русская речь. 2011. № 1. С. 74–78.
- Сибиданов Б. Б.** Две формы отрицания в телевизионном трэш-дискурсе // Учен. зап. Новгород. гос. ун-та. 2019. № 1 (19). С. 1–7.
- Шакиров Р. И., Татаурова А. С.** Автоматизация учебного расписания через Telegram-bot // Символ науки. 2020. № 1. С. 37–41.

Reeves R. Reality in Advertising. Knopf, 1961, 153 p.

References

- Abdrakhmanov D. V.** Blokirovka Telegram v Rossii: konstitutsionno-pravovoj aspect [Blocking Telegram in Russia: Constitutional and Legal Aspect]. *Konstitutsionnoe i munitsipal'noe pravo* [Constitutional and Municipal Law], 2018, no. 7, p. 35–38. (in Russ.)
- Andriyanova S. S., Vereteno A. A.** Ispol'zovanie messendzhera Telegram dlya prodvizheniya brenda [Using the Telegram Messenger for Brand Promotion]. *Economics*, 2018, no. 3 (35), p. 54–57. (in Russ.)
- Balatsky A. M.** Omskie politicheskie kanaly v messendzhere Telegram: opyt opisaniya regional'noj seti [Omsk Political Channels in the Telegram Messenger: The Experience of Describing a Regional Network]. In: *Razvitie politicheskikh institutov i processov: zarubezhnyj i otechestvennyj opyt* [Development of Political Institutions and Processes: Foreign and Domestic Experience]. Proceedings of the 9th All-Russian Scientific and Practical Conference. Omsk, 2018, p. 148–153. (in Russ.)
- Dorokhin V. N.** Fenomen politicheskikh Telegram-kanalov kak innovatsionnykh tsifrovyykh SMI v Rossii [The Phenomenon of Political Telegram Channels as Innovative Digital Media in Russia]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], 2019, no. 1, p. 103–105. (in Russ.)
- Gunzynov Zh. P.** Informatsionnye kanaly v mobil'nykh messendzherakh: filosofskij analiz [Information Channels in Mobile Messengers: Philosophical Analysis]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Buryat State University], 2020, no. 2, p. 61–67. (in Russ.)
- Ivanov A. D.** Chat-bot v Telegram i VKontakte kak novyj kanal rasprostraneniya novostej [Chatbot in Telegram and VKontakte as a New Channel for the Dissemination of News]. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva* [Bulletin of the Volga University after V. N. Tatishchev], 2016, vol. 1, no. 3, p. 126–132. (in Russ.)
- Ivanov D. S.** Agregatsiya politicheskikh sluhov v messendzhere Telegram: opyt Volgogradsko oblasti 2018 goda [Aggregation of Political Rumors in the Telegram Messenger: The Experience of the Volgograd Region in 2018]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal* [International Scientific Research Journal], 2019, no. 12–2 (90), p. 156–158. (in Russ.)
- Kodanina A. L.** Telegram kak politiko-kommunikatsionnyj resurs: regional'nyj aspect [Telegram as a Political and Communication Resource: Regional Aspect]. In: *Innovatsii v nauke i praktike* [Innovations in science and practice]. Collection of articles based on the proceedings of the 10th International scientific and practical conference. Nizhny Novgorod, 2018, p. 104–108. (in Russ.)
- Kruglik R. I.** Sozdanie chat-bota v Telegram [Creation of a Chat Bot in Telegram]. *Postulat* [Postulate], 2019, no. 9 (47), p. 7. (in Russ.)
- Kulakov A. E.** Mezhdometnye invektivy i obshchie problemy invektologii [Invectives as Interjection and General Problems of Invectology]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Filologiya. Zhurnalistika* [Izvestiya of Saratov University. New series. Series Philology. Journalism], 2011, vol. 11, no. 2, p. 32–34. (in Russ.)
- Manskova E. A.** Rol' tresh-estetiki v formirovanii sovremennoj kontseptsii televizionnoj dokumentalistiki [The Role of Trash Aesthetics in the Establishing of the Modern Concept of Television Documentary]. *Mediaskop*, 2009, no. 1, p. 5. (in Russ.)
- Mikhno S. V., Abenova S. K., Berzhitskaya L. A.** Ispol'zovanie messendzhera dlya realizatsii tekhnologii elektronogo obucheniya v vuze [Using the Messenger for the Implementation of E-learning Technology in the University]. *Aktual'nye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire* [Actual Research in the Modern World], 2019, no. 6-2 (50), p. 52–56. (in Russ.)

- Mokraya E. A.** Telegram-kanal kak platform dlya politicheskoy kommunikatsii [Telegram Channel as a Platform for Political Communication]. *Russkaya politologiya* [Russian Political Science], 2018, no. 4 (9), p. 62–66. (in Russ.)
- Musatova M. L.** Tresh-rajting kak effektivnaya metodika podachi informacii [Thrash Writing as an Effective Method for Presenting Information]. *Mediasreda*, 2018, no. 14, p. 135–141. (in Russ.)
- Nikolaeva A. V.** Avtorskaya intonatsiya v zhurnalistike [Author's Intonation in Journalism]. *Russkaya rech'* [Russian speech], 2011, no. 1, p. 74–78. (in Russ.)
- Reeves R.** Reality in Advertising. Knopf, 1961, 153 p.
- Shakirov R. I., Tataurova A. S.** Avtomatizatsiya uchebnogo raspisaniya cherez Telegram-bot [Schedule Automatization through Telegram-bot]. *Simvol nauki* [Symbol of Science], 2020, no. 1, p. 37–41. (in Russ.)
- Sibidanov B. B.** Dve formy otritsaniya v televizionnom tresh-diskurse [Two Varieties of denial in Trash Discourse on TV]. *Uchenye zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta* [Memoirs of NovSU], 2019, no. 1 (19), p. 1–7. (in Russ.)

Материал поступил в редколлегию
Received
28.09.2020

Сведения об авторе

Дементьева Ксения Владимировна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры журналистики филологического факультета Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва, член Союза журналистов России (Саранск, Россия)
dementievakv@gmail.com

Information about the Author

Kseniya V. Dementieva, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor at the Department of Journalism, Faculty of Philology, Ogarev Mordovia State University, member of the Union of Journalists of Russia (Saransk, Russian Federation)
dementievakv@gmail.com