

## ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ ПОЛИТИЗИРОВАННЫХ СООБЩЕСТВ В РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ\*

**О. В. Попова**

Институт научной информации по общественным наукам Российской академии наук,  
Российская Федерация, 117418, Москва, Нахимовский пр., 51/21  
Санкт-Петербургский государственный университет,  
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Статья посвящена анализу особенностей политической коммуникации в русскоязычных политических сообществах мессенджера Telegram. Проанализированы популярные русскоязычные политические телеграм-каналы со сформировавшейся устойчивой аудиторией. При проведении исследования был использован метод case study. Автор убедительно доказывает, что в сетевой онлайн-коммуникации сохраняется традиционная «пятиступенчатая» структура элементов политической коммуникации, разработанная еще Г. Лассуэлом в 1940-х годах. Автор статьи стоит на позиции, что политическая онлайн-коммуникация, получив некоторые новые и усилив традиционные характеристики политической коммуникации офлайн, не может считаться чем-то радикально отличным и принципиально новым. Предложена авторская типология политизированных телеграм-каналов с точки зрения доминирующей экспертной или манипулятивной функции, модели позиционирования авторства канала, а также с учетом таких критериев, как стиль сообщения, наличие/отсутствие обратной связи, формат коммуникации аудитории с автором постов. Показано, что модель коммуникации по схеме one to many имеет ограниченное применение в этом мессенджере. Выделены стратегии построения информационной части сообщений телеграм-каналов. Введены дополнительные показатели для оценки цифрового креолизованного политического контента. Показаны последствия смены парадигмы принятой в классической модели политического информирования аудитории и усиление таких характеристик, как манипулятивность текста, эмотивность, экспрессивность, иллогичность/несвязность, идеологичность, синкретичность, эмоциональный пафос, эксцентричность, риторическая незамысловатость, оперативность, геймификация сведений, интерактивность, моментальность критики, непосредственность комментариев. Приведены примеры использования в популярных политизированных интернет-каналах таких приемов, как цифровая демагогия, снижение стиля речи, театрализация (шоу-политика), сценарные перформансы, манипулятивный креатив, использование образов фальшивых персонажей, кликбейтинга.

**Ключевые слова:** политизированные онлайн-сообщества, политическая коммуникация, онлайн-коммуникация, политические манипуляции, мессенджер, телеграм-каналы.

---

\* Статья подготовлена в рамках проекта № 1221011100040-8 «Особенности современного политического дискурса и механизмы взаимодействия в виртуальных сообществах ВКонтакте и Telegram», реализуемого в Институте научной информации по общественным наукам РАН по итогам отбора научных проектов, поддержанных Министерством науки и высшего образования РФ и Экспертным институтом социальных исследований.

## **ВВЕДЕНИЕ. ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ РАМКА**

Эпоха цифровизации сделала общедоступным огромный пласт информации, изменила нормы общения, представления об этике и эстетике, в целом трансформировала социально-культурный облик сообществ. Она также повлияла на публичную политическую коммуникацию в интернет-пространстве. М. Кастельс на рубеже XX–XXI вв. писал о конце массовой аудитории [Castells, 2010], имея в виду СМИ, однако в настоящее время популярные блогеры легко набирают аудиторию, которой могли бы позавидовать многие профессиональные периодические издания. Концепция «пятой власти» — непрофессиональной коммуникации граждан в сетях по весьма сложным политическим вопросам — получает все больше подтверждений права на свое существование. Далеко не все ученые с оптимизмом оценивают перспективы цифровизации для социума в контексте не только размывания моделей идентичности человека, но и (не)возможности разумных действий для защиты интересов социума. Все острее звучит тема «цифровых толп» (Г. Кёхлер) и «цифровых медиа» (Л. Манович), все более актуальным становится тезис о «вытеснении масс в виртуальное пространство» (П. Е. Родькин), в научном дискурсе возрастает внимание к, кажется, уже отработавшим теориям «коммуникативного капитализма» (Дж. Дин) и организационных сетей — «оргнетов» (Г. Ловинк) [Володенков, Федорченко, 2021, с. 178].

Цель данной статьи — анализ особенностей политической коммуникации в телеграм-каналах. Помимо практического значения эмпирического «снимка» состояния политической коммуникации в этом популярнейшем мессенджере, в написании этой статьи есть и задача, относящаяся к сфере когнитивистики: выявление наиболее типичных тенденций политической коммуникации в онлайн-пространстве, которые оказывают существенное влияние на формирование массового сознания пользователей социальных сетей. В основе исследования лежит принцип case study, исследование проводилось в августе — декабре 2022 г., анализировались материалы русскоязычных телеграм-каналов, принцип отбора опирался на три критерия: тематика, преимущественный язык записей, высокие показатели подписки на канал.

Политическую коммуникацию нельзя сводить только к процессу целенаправленной передачи информации на политическую тему; это гораздо более сложный процесс обмена политической информацией между политическими акторами или между политическими акторами и представителями социума, определяющий в том числе и роли участников общения, включающий наряду с вербальным компонентом очень важный, а подчас и основной — невербальный — компонент. Косвенной, а иногда и прямой целью политической коммуникации является формирование и трансформация системы политических взглядов, политических ценностей, установок и предпочтений участников информационного взаимодействия, занимающих доминируемую позицию. Отметим, что хотя интернет-коммуникация характеризуется в целом снижением транзакционных издержек, однако некоторые авторы (Н. Вайдман, Э. Род) принципиально не согласны с таким мнением и полагают, что подлинно равно-

правных отношений в системе социальных сетей не существует, особенно когда речь идет о «фолловерах» администратора или автора определенного интернет-канала.

Предложенная еще в 1948 г. Г. Лассуэллом «модель 5W», включающая коммуникатора (автора сообщения), сообщение (информацию), каналы коммуникации (средства передачи сообщения), реципиента (адресата сообщения) и результат воздействия (эффективность коммуникации), спустя три четверти века продолжает максимально точно описывать этот процесс в онлайн-пространстве [Юй, 2021, с. 149–150].

В качестве политического онлайн-коммуникатора может выступать как индивид, так и персонифицированный представитель какого-либо института или структура в целом.

Формы коммуникации в онлайн-пространстве, по сравнению с коммуникацией офлайн, меняются [Амонсар, 2020, р. 145–159], однако алгоритм циркуляции онлайн политических новостей, позиций, идей на сайтах, в каналах, форумах, в группах все так же нацелен на то, чтобы привлечь и удержать аудиторию интернет-ресурса, сформировать устойчивую группу в сетевом сообществе с определенным типом мотивации, преимущественно целерациональной или аффективной моделью реакции на информацию, специфической тематикой и т. д.

Здесь возникает важный вопрос: насколько аудитория определенного политического канала может считаться сформированным политическим сообществом? Вопрос этот не праздный, поскольку в офлайн-пространстве политизированные сообщества обладают рядом черт: достаточно высокой устойчивостью состава группы, определенным сходством политических взглядов ее членов, личным знакомством (чаще всего, если речь не идет, конечно, о радикально настроенных и склонных к экстремизму законспирированных группах), регулярностью взаимодействия и наличием совместных действий.

Политическое сообщество в онлайн-пространстве обладает этими же характеристиками с теми существенными отличиями, что участники политического интернет-сообщества могут не знать друг друга лично, а деятельность может ограничиваться лайками, репостами или организацией «митингов» в онлайн-пространстве. Вместе с тем совершенно очевидно, что политическая онлайн-коммуникация в интернет-сообществах может формировать политизированные сообщества и офлайн [Ковалева, 2022, с. 34–51].

Виртуальная природа интернет-коммуникации формирует воображаемое присутствие [Урри, 2012, с. 306–307], но при этом пространство коммуникации создает иллюзию одномоментности происходящего, а само сообщение как средство (единица) коммуникации (М. Маклюэн) может устаревать почти мгновенно.

Наряду с сообщениями (текстами) политическая интернет-коммуникация оперирует образами и символами. Большинство участников политической интернет-коммуникации ограничиваются (диз)лайками, не выражая свою позицию вербально. Значительная часть членов политических интернет-сообществ оперируют именно символами или образами, выражающими их сиюминутную реакцию на событие, сообщение, а частотные комментарии к постам с поли-

тическим содержанием отражают преимущественно короткие аффективные малосодержательные в информационном плане высказывания, нередко с элементами сниженной лексики. Активно используются вирусные формы коммуникации, кампании хештегов.

Внимание исследователей к мессенджеру Telegram возникло фактически сразу после того, как стали очевидны его преимущества при достаточно свободном создании новых каналов, оперативном информировании и обеспечении безопасности участников закрытых критически настроенных политических онлайн-сообществ [Горбатов, Гурушкин, 2021, с. 26–35; Казанин, 2017, с. 142–149; Мокрая, 2018, с. 62–66]. Безусловно, следует согласиться с тезисом об уникальности в настоящий момент ситуации в политическом сегменте Telegram: «низкий “порог входа”, короткое “плечо” передачи информации к адресату, в том числе статусному и “закрытому”, массовый охват при одновременной элитарности коммуникации» [Ляховенко, 2022, с. 124], открытость, оперативность размещения информации, вероятность охвата гигантских масс людей, возможность размещения «инсайдерских» сведений, сохранение при необходимости анонимности как источника информации, так и авторов комментариев.

## **РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ДИСКУССИЯ**

Политический телеграм-канал, с определенной периодичностью оценивающий происходящие актуальные политические явления, осуществляет модель коммуникации по схеме one to many [Nobari et al., 2021, p. 5–6] только в одном случае: если в нем заблокирована возможность ставить лайки/дизлайки и/или писать комментарии. Лента комментариев превращается в платформу взаимодействия аудитории канала. Степень авторизации телеграм-каналов существенно различается: от полной анонимности (например, «Первый Патриотический», «НЕЗЫГАРЬ») до предельно персонализированных (например, «Яков Миркин», «Мария Захарова»).

Размещение в телеграм-каналах с большой аудиторией как в «теле» сообщения автора канала, так и в комментариях определенных резонансных сведений может существенным образом повлиять не только на формирование общественного мнения, но и использоваться в качестве политического рычага для принятия или блокирования определенного политического решения.

Включенное наблюдение за политической коммуникацией ряда интернет-сообществ в Telegram показало, что даже люди с достаточно высоким культурным уровнем, если они сразу не уходят из подобных каналов, через некоторое время начинают общаться в них на языке большинства участников группы.

Существенным фактором активности индивида в обсуждении политических вопросов в социальных сетях наряду с остротой и значимостью темы, степенью выраженности политических взглядов коммуникаторов являются показатели межличностного доверия.

Политическая интернет-коммуникация свободна от ряда ограничивающих неписаных норм традиционной офлайн-коммуникации, когда возможны жесткие ограничения на формирование повестки дня, информационные поводы,

типы высказываний, доступ к аудитории. Однако вопреки более ранним предположениям исследователей относительно безусловного доминирования не-иерархических и равноправных отношений участников интернет-группы в процессе коммуникации можно наблюдать формирование системы отношений «лидерство — подчинение».

Достаточно типичными в телеграм-каналах являются комментарии оценочного характера, касающиеся не обсуждаемой темы, а одобрения/неодобрения авторов высказываний как таковых.

Децентрализация и размытость границ киберпространства одновременно делают такими и характеристики взаимодействующего по политическим вопросам онлайн-сообщества, если оно не является закрытым. Персональные политические взгляды участников коммуникации из дела личного легко превращаются в публично декларируемые позиции.

Участники сообществ ощущают воодушевляющее их символическое единство, опираясь на реальное или эфемерное сходство смысложизненных и идеологических ценностей, политических установок и предпочтений. Как следствие, достаточно распространенными являются коммуникативные стратегии дистанцирования при самопрезентации от других членов сообщества, присоединения, а также моббинга и буллинга.

Важной особенностью политической интернет-коммуникации в сетях является легкость формирования негативной консолидации. «Сеть способствует ускоренной коммуникации между участниками акций протеста» [Авзалова, 2020, с. 2868–2869]. Наряду с вариантом «против кого будем дружить» здесь оказывается весьма популярной схема протестной политической мобилизации, которая в настоящее время, несмотря на опыт «твиттерных революций», достаточно часто ограничивается высказываниями по поводу готовности к действиям офлайн без непосредственного перехода к ним.

Хотя ключевыми темами в 2022 г. в русскоязычных телеграмм-каналах являются специальная военная операция (СВО) и события в разных странах, сопряженные с этим, наблюдается и активная политизация обсуждений изначально неполитических тем.

Технологии телеграм-каналов позволяют политическим акторам использовать не только для «экспертной коммуникации и рефлексии по поводу актуальной политической ситуации и процессов» [Ляховенко, 2022, с. 115], но и для «опосредованной коммуникации» и в качестве анонимизированного инструмента информационной борьбы. В отличие от О. И. Ляховенко, считающего необходимым жестко разграничивать политическую и экспертную коммуникацию в телеграм-каналах [Ляховенко, 2022], мы полагаем, что выделение подобных «идеальных типов» содержит очень большой элемент условности, поскольку оба функциональных элемента присутствуют в любом политизированном канале (сообществе), за исключением, пожалуй, делающих тотально ставку на «фейковое» содержание. Принципиальное различие связано исключительно с пропорциями соответствующих информационных и манипулятивных материалов.

Классификация моделей сетевой коммуникации в онлайн-сообществах по формальным основаниям, которая вполне подходит и для оценки телеграм-

каналов с точки зрения доминирующей экспертной или манипулятивной функции, построена нами на основании следующих критериев: а) стиль сообщения; б) наличие/отсутствие возможности выражения обратной связи; в) формат обратной связи аудитории с автором текстов.

Можно четко идентифицировать четыре типа коммуникации:

1) формально нейтральное по стилю информирование без возможности получения обратной связи или с существенным ее ограничением (отсутствие возможности комментировать и/или ставить лайки; типичный пример — канал «ТАСС»);

2) информирование с доминированием оценочных суждений без возможности получения обратной связи или с существенным ее ограничением (отсутствие возможности комментировать и/или ставить лайки; пример — телеграм-канал «НЕЗЫГАРЬ»);

3) формально нейтральное по стилю информирование с возможностью получения обратной связи (ставить лайки и/или комментировать; пример — телеграм-каналы «Минобороны России», «Война с фейками»);

4) информирование с доминированием оценочных суждений с возможностью получения обратной связи (ставить лайки и/или комментировать) (пример — телеграм-канал Марии Захаровой (МИД); нельзя ставить лайки; комментировать можно, но с целью защиты канала от ботов установлено ограничение: сохраняется не более одного комментария в час от участника сообщества).

Таблица даже с небольшой выборкой относящихся к разным типам популярных политических телеграм-каналов свидетельствует, что возможность обратной связи интересует блогеров в разной степени, поскольку их коммуникативные стратегии различаются существенно.

По приоритетной функции коммуникации телеграм-каналы можно разделить на производящие или ретранслирующие информационный политический контент телеграм-каналы — агрегаторы новостей («ТАСС»), аналитические каналы («Мир Сегодня с «Юрием Подольяка»»), а также позиционирующиеся как личные страницы каналы, направленные на продвижение определенной политической позиции (например, «Дмитрий Медведев», Kadyrov\_95, «Вишневское время», «Анатолий Несмиян»). Деление это достаточно условно в стиле «идеальных типов» Макса Вебера. Весьма часто можно наблюдать их смешение; например, канал «Павел Чиков»\* сочетает признаки каналов первого и третьего видов, а «Старше Эдды», являясь каналом третьего вида, претендует на функции каналов первого и второго видов.

Важной особенностью политической коммуникации в телеграм-каналах является создание и передача агрегированных сведений. Одним из наиболее ярких проявлений можно считать многократно обновляемый за день канал «Война с фейками» (766 329 подписчиков на начало декабря 2022 г.), в котором все сведения строятся по схемам: а) «фейк — правда» и в обязательном порядке иллюстрируются отсылками к первоисточнику ложной информации; б) содержат отсылку к официальной информации со стороны какой-то государственной структуры и комментариев в виде цитаты с ее сайта.

---

\* Признан иноагентом на территории РФ.

Таблица. Примеры наличия обратной связи «аудитория — блогер» в политических телеграм-каналах с разной идеологической направленностью

Канал	Текстовая информация	Наличие видеобразов	Возможность ставить лайки	Возможность комментировать посты автора
Арбалет — собрание сочинений	+	+	+	–
Арбалет Z говорит Chat	+	–	–	–
Вишневское время	+	+	+	–
Война с фейками	+	+	+	+
Дмитрий Медведев	+	+	–	–
Дорогая Хурма	+	+	+	+
Kadyrov_95	+	+	+	+
Кот Костян — официальный канал	+	+	+	+
Мария Захарова	+	+	+	+
Минобороны России	+	+	+	–
Мир Михаила Онуфриенко	+	+	+	–
Мир сегодня с Юрием Подоляка	+	+	+	–
НЕЗЫГАРЬ	+	+	–	–
Первый Патриотический	+	+	+	+
Старше Эдды	+	+	–	–
ТАСС	+	+	+	–
Яков Миркин	+	–	+	+
Павел Чиков*	+	+	+	–

Буквально два года назад было предложено эвристически очень емкое понятие «цифровой креолизированный политический контент» [Рябченко, Малышева, 2020, с. 101–113] для характеристики специфики коммуникации политизированных онлайн-сообществ с выделением пяти основных его признаков. На наш взгляд, этот набор признаков можно несколько расширить. Итак, основными признаками политизированных сообщений в социальных сетях и мессенджерах (и телеграм-каналы исключением не являются) выступают следующие характеристики.

1. Доминирование языка визуализации, что позволяет пренебречь барьерами литературного языка и линейностью коммуникации и полностью соответствует потребностям современного социально-политического коммуника-

\* Признан иноагентом на территории РФ.

тивного пространства с участием в нем одновременно людей с очень разным культурным уровнем. Типично размещение карикатур, фото и видео (формально для сопровождения текста), при этом они перестают выполнять роль иллюстрации.

2. Фрагментарность, проявляющаяся в предпочтении коротких текстов и видео, отрывочности, разрозненности, несистематичности информации, требующей «додумывания» (нет никаких гарантий, что участники сообщества правильно «считают» информацию).

3. Прогрессирующая дигрессивность, которую можно трактовать как «нарушение релевантности высказывания», временное отклонение от основной темы письменного или устного высказывания, несоответствие заявленной темы, заголовка его содержанию. Это типичнейший прием привлечения внимания к тексту, который был перенесен в онлайн-пространство из «желтой» прессы 1990-х годов.

4. Полилинейность. Эта характеристика имеет две трактовки: а) многослойность эксплицитных и имплицитных смыслов, высокий прагматический потенциал сообщения; б) поливекторность развития потенциала социального действия — конструктивная/деструктивная — как реакция на прочтенное сообщение.

5. Мультиmodalность. Текст теряет былую значимость, наиболее важным становится визуальный и аудиальный компонент: яркие фото, видео, картинки, анимация в основном лишь сопровождаются текстом — комментарием, подписью, цитатой, субтитрами.

6. Поликанальность, проявляющаяся в комбинировании каналов (или модулей) коммуникации в процессе продвижения цифрового политического контента. Это наглядно видно во взаимных репостах популярных авторов телеграм-каналов с позитивными или негативными комментариями; например, Михаил Онуфриенко и Юрий Подоляка при ссылке на посты друг друга делают это нейтрально или с позитивной оценкой, а контрагенты Юрий Подоляка (из города Сум) и Анатолий Шарий (украинец, вещающий несколько лет из Испании) фактически ведут вербальную войну друг с другом.

7. Динамичный, доступный язык постов людям даже с низким культурным уровнем, более того, привлекающий их, поскольку он как бы разрешает в комментариях использовать в том числе и нецензурную брань. Администраторы каналов обычно убирают только высказывания в стиле идеологических противников.

8. Маркировка контента посредством одновременно множества политизированных хештегов для роста аудитории.

В целом, говоря об особенностях политической коммуникации в социальных сетях и мессенджерах, можно выделить следующие: манипулятивность текста, эмотивность (выражение чувств, эмоций, провоцирование их), служащая целенаправленному воздействию экспрессивность, иллогичность/несвязность, идеологичность, синкретичность (типичен синтез письменного языка и интонаций устной речи), эмоциональный пафос, эксцентричность и риторическая незамысловатость.



Обычно в текстах наблюдается наличие большого количества фактических и грамматических ошибок, использование речевых вариантов, нарушающих риторические каноны и стилистические нормы.

Когда-то на аудиторию влияли доводы, логичные ходы, информативность, рациональность, трезвый скепсис, логика аргументации. Целью политической коммуникации было убедить, дать почву для определенной точки зрения и побудить к действию. Однако нынешнюю публику надо развлекать, шокировать, удивлять. В процессе коммуникации воздействие осуществляется предельно кратко, однако риторика должна оказаться максимально эффективной [Ковалев, 2022, с. 76].

Политические лингвисты, говоря о специфике цифровой коммуникации, склонны использовать термин «цифровая демагогия», понимая под ним «онлайн-высказывания публичных политических или общественных деятелей или структур, которые пытаются расширить свою аудиторию и повлиять на предпочтения избирателей при помощи громких популистских заявлений на своих личных или официальных страницах в социальных сетях» [Агбра, 2019, с. 40]. Они считают цифровую демагогию современным инструментом влияния, используемым для осуществления политики на разных уровнях и при этом существенно видоизменяющим современный политический «ландшафт», поскольку язык, а также стиль общения, предложенные пользователям, оказались перегружены развлекательными, комичными, демагогичными элементами, что, с одной стороны, привлекает внимание адресата, а с другой — подрывает его доверие [Агбра, 2019, с. 38–48].

Цифровая демагогия — мера, предпринимаемая политиками в ответ на запрос современной интернет-аудитории, желающей получать информацию из первых уст и при этом «не напрягаться», развлекаться.

На наш взгляд, этот термин можно принять в том смысле, что известные уже на протяжении не одного тысячелетия риторические приемы общения политиков с аудиторией переносятся в офлайн-пространство. Демагоги — публичные политические или общественные деятели, возвращающие свою популярность и добивающиеся собственных целей лживыми и безответственными обещаниями, извращением фактов, обманом, лестью, манипулируя сознанием людей и спекулируя на их чувствах и стремлениях, вводят их в заблуждение. Излюбленный прием демагога — открытая речевая атака.

Цели демагога — привлечь к своей персоне внимание, обеспечить выигрышную самопрезентацию, создать иллюзию достижения победы, дискредитировав конкурента(ов), воздействовать на массовое сознание, намеренно извратив факты, скрыть под внешне логичными рассуждениями истинные, нередко корыстные цели, обеспечить продвижение своих персональных интересов, вызвать у аудитории эмоциональную рефлексию либо ввести ее в ступор, замешательство и т. д.

Типичный пример подобного цифрового политического демагога — Алексей Арестович, внештатный советник по вопросам стратегических коммуникаций в сфере нацбезопасности и обороны Украины (был назначен на эту должность 1 декабря 2020 г.). Ведет телеграмм-канал «Arestovich/Official» (438 666 под-

писчиков на начало декабря 2022 г.), все его личные выступления и тексты на русском языке, на украинском языке размещаются только немногочисленные репосты чужих постов. Показательны все его сообщения в телеграм-канале: невыразительный говорок с очень ясным и ярким эмоциональным посылом обычно сопровождается текстом (не совпадает со стенограммой аудиозаписи), максимально акцентирующим его политические взгляды.

Приведем только один, но показательный пример. Запись интервью с Марком Фейгиным\* от 2 ноября 2022 г. сопровождалась визуально раздробленным на короткие фразы текстом, содержащим самые важные идеи из его интервью:

*Еще недавно казалось, что Россия монолитна.*

*Но сейчас мы видим, что она расплывается как мокрая бумага.*

*РФ стремительно теряет централизованное управление.*

*Появились и размножаются новые армии: армия з/к, армия чмобиков, остатки старой армии вторжения, армия бурятов, армия кадыровцев, армия призывников, «армия ДНР», «армия ЛНР».*

*Заявляют претензию на коллективном уровне новые субъекты: Пригожин, Кадыров, Сурувикин.*

*Это признак того, что конец Путина близок. Идет активная борьба за возможность быть у власти в будущем.*

*Претенденты обзаводятся личными армиями, информационной поддержкой в виде своих ТГ-каналов, лояльными военкорами и т. д.*

*Фрагментация России началась.*

*С кем будем воевать весной? И сколько армий будут внутри самой России воевать между собой — эти вопросы открыты.*

Скрытые смыслы этого послания очевидны: война с Россией надолго, Украина не сдастся, в России внутри политической элиты и в организации действий военных — раздрай и шатание, нет единого центра управления, можно ожидать развала России вследствие этих процессов. Нет сомнений, что именно таким образом был прочитан русскоязычной аудиторией пост «современного Геббельса».

Освоение блогосферы потребовало от политиков и общественных деятелей принятия нового способа общения и поиска коммуникативной стратегии для привлечения на свою сторону как можно большего количества пользователей. Практически до неузнаваемости изменены речевые нормы, упразднены каноны, расшатаны этические, стилистические и языковые нормы. В цифровом пространстве нарушения языковой традиции, отклонения от тех нормативных предписаний, которые содержатся в грамматиках и словарях, стали обычным явлением.

В угоду молодому поколению аудитории в виртуальном пространстве стали происходить стремительные риторические мутации. Это привело к тому, что даже представители МИД в своих онлайн-высказываниях и комментариях на

---

\* 8 апреля 2022 года внесен Минюстом России в реестр СМИ — «иностранных агентов».

страницах соцсетей заговорили «не по протоколу». Типичный пример — канал Марии Захаровой (518 835 подписчиков на начало декабря 2022 г.), на котором от сдержанного стиля информирования как именно представителя МИДа постоянно идет смещение в сторону эмоциональной «накачки» аудитории. Типичный пример — пост от 5 ноября 2022 г.:

*Кулеба: «На самом деле, я думаю, что, возможно, на Украине улучшится рождаемость из-за этих отключений электроэнергии, потому что люди должны оставаться дома без света. Так что это лучшее время, чтобы заниматься любовью и наслаждаться жизнью. И я говорю это серьезно».*

Ага, теперь понятно. В том, что за 30 лет, начиная с Кравчука и до Зеленского, население Украины сократилось на 10 миллионов, виновато наличие электричества. А также исправные выключатели вместе с Россией.

Теперь-то, по холоду, без света и тепла, дело сдвинется с мертвой точки.

По логике Кулебища, если Банковская останется без света, премия за первого беременного мужчину Зеленскому обеспечена.

Константами современной политической коммуникации в онлайн-пространстве остаются театрализация (шоу-политика), сценарные перформансы и манипулятивный креатив.

Особой технологией формирования политической коммуникации, носящей ярко выраженный идеологизированный и манипулятивный характер, становится создание «фальшивых» интернет-персонажей, от имени которых ведутся блоги и размещаются комментарии. В самом простом варианте речь идет о своеобразных никнеймах. Показательные примеры: — «Кот Костян» (телеграм-канал — «Кот Костян — официальный канал», 186 620 подписчиков) и «НЕЗЫГАРЬ» (392 658 подписчиков на начало ноября 2022 г.; идеологические установки автора являются противоположными позиции Михаила Зыгаря\*, бывшего главного редактора телеканала «Дождь»\*, автора книги «Вся кремлевская рать»).

Политическая коммуникация даже на очень серьезные, подчас трагические темы тяготеет к развлекательному формату. Язык и стиль общения, предлагаемый интернет-сообществам, интересующимся политикой, перегружен элементами шоу. Исследователи прямо говорят о «тенденции к “инфотейнменту” (развлечение + информирование)» [Ковалев, 2022, с. 75].

Они стали комичными, бутафорскими, демагогичными. Как следствие, достаточно часто политические сообщения перестают вызывать доверие.

Еще один признак политической коммуникации в мессенджерах — феномен кликбейтинга — создания ложного нарратива (представления о содержании текста) при ориентации на заголовок сообщения или его первую строку. Основные функции кликбейта — связующая, аттрактивная, направляющая, а его свойства — сенсационность, яркость, эффектность (и эффективность). Важная функция кликбейта — выделить публикуемый материал в общем информационном потоке. С учетом того, что многие пользователи телеграм-каналов подчас просто просматривают сообщения, не вникая в их суть, такой прием также существенно влияет на их представление о реальности.

---

\* Признан иноагентом на территории РФ.

Ограничимся также одним показательным примером из телеграм-канала «Мир сегодня с «Юрий Подоляка»» (2 795 804 подписчика на начало декабря 2022 г.; орфография и пунктуация сохранены):

*Слив Залужного организовал ОП Зеленского  
Думаю, многие из Вас уже в курсе амурных дел главкома ВСУ Залужного. Но в этой истории интересней другая информация:*

*Наш источник сообщает, что пароли от аккаунта Залужного в «инсте», россиянам слили функционеры Офиса Президента и люди с определенных отделов СБУ, которое сейчас полностью подконтрольно Главе ОП Ермаку.*

*Вся эта спецоперация «Джокера ДНР», это продолжение слива Залужного офисными и лично Ермаком. Просто слили инфу туда, чтобы отвести подозрение от Главы ОП Ермака.*

Исходя из названия поста, можно было бы подумать, что речь идет о том, что президент В. Зеленский целенаправленно дискредитирует главнокомандующего ВО Украины с 27 июля 2021 г. Однако сам текст дает информацию о том, что дискредитация этого украинского военного осуществлена российскими компьютерщиками, которым даже не пришлось взламывать его закрытый аккаунт в одной из социальных сетей, поскольку пароль был любезно предоставлен кем-то (не одним человеком) из СБУ и администрации президента Украины. Фактически текст говорит совершенно не о том, что заявлено в заголовке.

Во времена, когда поток информации настолько силен, что становится физически невозможным уследить за ходом тех или иных событий, посредством такого инструмента, как ложный нарратив, моделируется действительность, преобразуется происходящее в реальном мире в режиме онлайн. Кликбейт успешно служит средством внедрения идеологии ложного нарратива в реальность и в сознание интернет-аудитории.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Итак, нет существенных оснований считать, что цифровые технологии в политической онлайн-коммуникации совершили радикальную «революцию»; они, скорее, наслоились на ставшие рутинными публичные практики вербального и невербального взаимодействия людей. Политические коммуникации в онлайн-пространстве все так же продолжают выполнять три основные функции — информационную, интерактивную и мобилизационную.

При этом современная политическая коммуникация в телеграм-каналах обладает такими качествами, как оперативность, геймификация сведений, интерактивность, моментальность критики, непосредственность комментариев; наблюдается вкрапление в информирование даже о трагических событиях элементов развлекательности. Внешние проявления эффективности и открытости коммуникации вполне сочетаются с ее напряженностью и подчас двусмысленностью распространяемых сведений, с сохранением важнейшей функции легитимации идей и идеологий в социуме.

У ведущих телеграм-каналы политиков, журналистов, блогеров — лидеров общественного мнения больше нет времени для выработки новой информаци-

онной стратегии на основе длительных рассуждений и обсуждений. При этом они должны сохранять свое индивидуальное «лицо» для поддержания и прумножения числа подписчиков. Аудитория позитивно реагирует на опережающие критическое восприятие провокационность и «броскую» конструктивную эмоциональность сообщений в угоду преобладанию формы над содержанием.

## Литература

Авзалова Э. И. Механизм политической мобилизации в сети Интернет // Вопросы национальных и федеративных отношений. 2020. Т. 10, вып. 12 (69). С. 2868–2869.

Агбра Л. А. Цифровая демагогия, или Политический дискурс нового времени // Политическая лингвистика. 2019. № 2 (74). С. 38–48.

Володенков С. В., Федорченко С. Н. Цифровизация современного пространства общественно-политических коммуникаций: Научные концепции, модели и сценарии // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2021. № 60. С. 175–193. <https://doi.org/10.17223/1998863X/60/16>

Горбатов Д. С., Гурушкин П. Ю. Приемы пропаганды в новостных интернет-мемах мессенджера Телеграм // Власть. 2021. Т. 29, № 3. С. 26–35. <https://doi.org/10.31171/vlast.v29i3.8128>

Казанин В. Е. Телеграм-каналы как перспективная технология публичности власти // Вопросы политологии. 2017. № 3. С. 142–149.

Ковалев А. А. СМИ и политическая коммуникация: новые возможности и ограничения // Вестник Поволжского института управления. 2022. Т. 22, № 3. С. 69–83. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2022-3-69-83>

Ковалева Ю. В. Субъектность сетевых и реальных политических движений в условиях информационного общества // Психологический журнал. 2022. Т. 43, № 3. С. 34–45. <https://doi.org/10.31857/S020595920020494-9>

Ляховенко О. И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России // Galaxy Media: Journal of Media Studies. 2022. Т. 4, № 1. С. 114–144.

Мокрая Е. А. Telegram-канал как платформа для политической коммуникации // Русская Политология. 2018. № 4. С. 62–66.

Рябченко Н. А., Малышева О. П. Характеристики современной политической коммуникации в онлайн-пространстве // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. № 2. С. 101–113. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2020-2-101-113>

Урри Дж. Мобильности. М.: Практис, 2012. 576 с.

Юй С. Использование социальных сетей в политической коммуникации // Политическая лингвистика. 2021. № 1 (85). С. 149–158. [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_14](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_14)

Amoncar N. Entrepreneurial Marketing and Digital Political Communication — a Citizen-led Perspective on the Role of Social Media in Political Discourse // Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship. 2020. Iss. 22 (2). P. 145–159.

Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford: John Wiley & Sons LTD, 2010. 596 p.

Nobari D. A., Sarraf M. H. K. M., Neshati M., Daneshvar E. F. Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. Expert Systems with Applications, 2021. Vol. 168. Article 114303. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114303>

**Попова Ольга Валентиновна** — д-р полит. наук, канд. социол. наук, проф.;  
o.porova@spbu.ru, pov\_64@mail.ru

**Статья поступила в редакцию:** 10 ноября 2022 г.;

**рекомендована к печати:** 7 марта 2023 г.

**Для цитирования:** Попова О. В. Особенности коммуникации политизированных сообществ в русскоязычных телеграм-каналах // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. 2023. Т. 19, № 2. С. 215–229. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.205>

## COMMUNICATION PECULIARITIES OF POLITIZED COMMUNITIES IN RUSSIAN-LANGUAGE TELEGRAM CHANNELS\*

**Olga V. Popova**

Institute of Scientific Information on Social Sciences of the Russian Academy of Sciences,  
51/21, Nakhimovsky pr., Moscow, 117418, Russian Federation  
o.popova@spbu.ru, pov\_64@mail.ru

St. Petersburg State University,  
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

The article presents the results of the analysis of the features of political communication in the Telegram Russian-speaking political communities. Popular Russian-language political Telegram channels with a stable audience have been analyzed. When conducting the study, the case study method was used. The author proves that the traditional five-component model of political communication, developed by G. Lasswell in the 1940s, is preserved in online network communication. The author takes the position that political online communication, having received some new and strengthened the traditional characteristics of offline political communication, cannot be considered something radically different and fundamentally new. An author's typology of politicized telegram channels is proposed in terms of the dominant expert or manipulative function, the positioning model of the channel's authorship, and also taking into account such criteria as the style of the message, the presence / absence of feedback, the format of communication between the audience and the author of the posts. It is shown that the "one to many" communication model is of limited use in the Telegram messenger. Strategies for constructing the information part of telegram-channel messages are revealed. Additional metrics have been introduced to measure "digital creolized political content". The consequences of changing the paradigm adopted in the classical model of political informing the audience and strengthening such characteristics as text manipulateness, emotiveness, expressiveness, illogicality/incoherence, ideological, syncretism, emotional pathos, eccentricity, rhetorical simplicity, efficiency, gamification of information, interactivity, instantaneous criticism, immediacy of comments. Examples of the use in popular politicized Internet channels of such techniques as "digital demagoguery", reduced speech style, theatricalization, scenario performances, manipulative creativity, the use of images of fake characters, clickbaiting are given.

**Keywords:** politicized online communities, political communication, online communication, political manipulations, messenger, telegram channels.

### References

Argra L.A. Digital demagogy, or political discourse of the new time. *Political Linguistics*, 2019, no. 2 (74), pp. 38–48. (In Russian)

Amoncar N. Entrepreneurial Marketing and Digital Political Communication — a Citizen-led Perspective on the Role of Social Media in Political Discourse. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 2020, no. 22 (2), pp. 145–159.

Vzvalova E.I. The mechanism of political mobilization in the Internet. *Voprosy natsional'nykh i federativnykh otnoshenii*, 2020, vol. 10, iss. 12 (69), pp. 2868–2869. (In Russian)

---

\* The article was prepared within the framework of the scientific project no. 1221011100040-8 "Peculiarities of modern political discourse and mechanisms of interaction in virtual communities of VKontakte and Telegram". The project is being implemented at the Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences following the selection of scientific projects supported by the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation and the Expert Institute for Social Research.

- Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: John Wiley & Sons LTD, 2010. 596 p.
- Gorbатов D. S., Gurushkin P. Yu. Propaganda techniques in Internet news memes of the Telegram messenger. *Vlast'*, 2021, no. 29 (3), pp. 26–35. <https://doi.org/10.31171/vlast.v29i3.8128/> (In Russian)
- Kazanin V. E. Telegram Channels as a Promising Technology of Public Power. *Voprosy politologii*, 2017, no. 3, pp. 142–149. (In Russian)
- Kovalev A. A. Mass media and political communication: new opportunities and limitations. *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniia*, 2022, vol. 22, no. 3, pp. 69–83. <https://doi.org/10.22394/1682-2358-2022-3-69-83> (In Russian)
- Kovaleva Yu. V. The subjectivity of network and real political movements in the conditions of the information society. *Psikhologicheskii zhurnal*, 2022, vol. 43, no. 3, p. 34–45. <https://doi.org/10.31857/S020595920020494-9> (In Russian)
- Lyakhovenko O. I. Telegram Channels in the System of Expert and Political Communication in Modern Russia. *Galaxy Media: Journal of Media Studies*, 2022, vol. 4, no. 1, pp. 114–144. (In Russian)
- Mokraya E. A. Telegram channel as a platform for political communication. *Russian political science*, 2018, no. 4, pp. 62–66. (In Russian)
- Nobari D. A., Sarraf M. H. K. M., Neshati M., Daneshvar E. F. Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. *Expert Systems with Applications*, 2021, vol. 168, article 114303. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114303>
- Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. Characteristics of modern political communication in the online space. *Voprosy kognitivnoi lingvistiki*, 2020, no. 2, pp. 101–113. <https://doi.org/10.20916/1812-3228-2020-2-101-113> (In Russian)
- Urry J. *Mobility*. Moscow: Praxis Publ., 2012. 576 p. (In Russian)
- Yu S. The use of social media in political communication. *Political Linguistics*, 2021, no. 1 (85), pp. 149–158. [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_14](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_14) (In Russian)
- Volodenkov S. V., Fedorchenko S. N. Digitalization of the Modern Space of Social and Political Communications: Scientific concepts, models and scenarios // *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiiia. Sotsiologiiia. Politologiiia*, 2021, no. 60, pp. 175–193. <https://doi.org/10.17223/1998863X/60/16> (In Russian)

**Received:** November 10, 2022

**Accepted:** March 7, 2023

**For citation:** Popova O. V. Communication peculiarities of politized communities in Russian-language telegram channels. *Political Expertise: POLITEX*, 2023, vol. 19, no. 2, pp. 215–229. <https://doi.org/10.21638/spbu23.2023.205> (In Russian)