УДК 070
DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10205

А. А. Градюшко
Белорусский государственный университет,
Минск (Республика Беларусь)

РАЗВИТИЕ TELEGRAM-КАНАЛОВ В СИСТЕМЕ ЦИФРОВЫХ МЕДИА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

В статье рассматривается место и роль мессенджера Telegram в медиапространстве Республики Беларусь. Актуальность исследования обусловлена резко возросшим влиянием Telegram на формирование новостной повестки. Автор приходит к выводу, что в цифровой среде ведущую роль играют альтернативные Telegram-каналы. Делается заключение о том, что Telegram зарекомендовал себя в качестве важнейшей платформы для размещения новостного контента.

Ключевые слова: медиапространство, Республика Беларусь, Telegram, цифровые технологии, аудитория СМИ.

Мессенджер Telegram стал самым серьезным явлением в медиапространстве Республики Беларусь в 2020 году. По некоторым данным, в середине августа в стране насчитывалось около 2,4 млн. активных пользователей Telegram (примерно 30–35 % интернет-аудитории) [9]. Популярность мессенджера Telegram как медиа во многом обусловлена наличием информационных каналов. Через них «анонимный (как правило) пользователь или группа людей передает сообщения или целые статьи подписчикам – также полностью анонимной группе людей, которые подписались на рассылку канала (при этом остается известным их количество)» [1. С. 31].

Исследователи называют Telegram-каналы инновационными цифровыми СМИ. Д. Э. Коноплев утверждает, что Telegram забирает базовый функционал у новостных сетевых изданий и сообществ «ВКонтакте», и приходит к выводу, что «миграция аудитории с традиционных сетевых площадок в мобильные соцсети нового типа активно продолжается» [3. С. 199]. Е. М. Пак считает, что «для социальных медиа Telegram является самой удобной площадкой с точки зрения охвата аудитории, так как сообщения, которые там отправляются подписчикам канала, доходят напрямую до целевой аудитории, а не теряются в ленте новостей среди других медиа» [5. С. 131].

Я. В. Солдаткина обращает внимание на кризис больших медийных форм, характерный для сегодняшнего состояния средств массовой коммуникации. Она полагает, что «снижение интереса к крупным медиа ведет к необходимости четкой адресации, сегментации контента. В этих условиях альтернативными традиционным СМИ становятся мобильные мессенджеры, предоставляющие возможность создавать тематические каналы, максимально полно отражающие интересы сетевой аудитории» [8. С. 323].

Актуальность исследования обусловлена ростом количества белорусских Telegram-каналов. По данным сервиса Telegram Analytics, к концу 2018 года было известно о существовании более 350 каналов, за 2019 год их количество удвоилось [2]. Весь 2020 год наблюдался значительный рост не только числа белорусских пользователей мессенджера, но и количества каналов в нем. В ноябре их количество перешагнуло порог в 2000. Среди них более 100 тыс. подписчиков имели 22 канала, от 50 до 100 тыс. – 27, от 10 до 50 тыс. – 112. Столь активный рост белорусского сегмента Telegram был обусловлен в первую очередь политическим кризисом в стране, в результате которого Telegram стал не только средством массовой информации, но и, в первую очередь, средством коммуникации и самоорганизации [9].

В частности, в проведенных ранее исследованиях было выявлено, что в 2018 году самым известным белорусским новостным источником в Telegram был ресурс «Беларусь головного мозга» (37,5 тыс. подписчиков). В 2019 году лидером по количеству подписчиков стал канал NEXTA, увеличивший за год аудиторию с 16,5 тыс. до 189 тыс. (более чем в 11 раз). Весной 2020 года только четыре белорусских Telegram-канала имели аудиторию более чем в 100 тыс.

подписчиков каждый (NEXTA, NEXTA Live, «Беларусь головного мозга» и «Беларусь в шоке!»). А уже к концу августа 2020 года количество подписчиков канала NEXTA Live превысило 2 млн., а Telegram-каналы «TUT.BY новости», «Мая краіна Беларусь», «Чай з малинавым варэннем», Luxta и Onliner привлекли на свои площадки более 100 тыс. пользователей каждый.

Причины, по которым Telegram приобрел такую популярность в Республике Беларусь, достаточно очевидны. Накануне президентских выборов 9 августа 2020 года многие каналы с политической тематикой начали публиковать эксклюзивную информацию и так называемые «сливы». Значимую роль сыграли анонимность, безопасность, оперативность и гибкость в использовании этого мессенджера. После выборов Telegram стал средством коммуникации и координации действий протестной части общества. В настоящее время многие исследователи причисляют Telegram-каналы к категории «тактических медиа». Как отмечает С. С. Распопова, «в условиях нарастающего разочарования в традиционных СМИ именно они берут на себя роль альтернативных социальных институтов, формирующих гражданское общество» [6. С. 86].

Немаловажно отметить и тот факт, что платформа Telegram завоевала популярность у аудитории с развитием мобильных устройств и усовершенствованием их функционала. Каналы в Telegram имеют значительный аудиторный потенциал как в отношении форматов и жанров представления текстового и визуального контента, так и в плане приемов коммуникации с подписчиками. Важным интерфейсом Telegram являются чат-боты, которые активно используются ведущими белорусскими каналами. Все это позволяет нам утверждать, что многие жители Республики Беларусь активно используют Telegram не только как мессенджер для обмена сообщениями, но и в качестве важнейшего источника новостной информации.

Цель настоящей статьи заключается в исследовании влияния мессенджера Telegram на развитие медиапространства Республики Беларусь. Кроме того, статья актуализирует проблему трансформации белорусской медиасистемы, которая находится под сильным контролем государства. Исследовательский интерес представляет развитие различных Telegram-каналов в системе цифровых медиа в связи с формированием в 2020 году на их основе в Республике Беларусь медийного пространства, позволяющего быть в курсе всех значимых событий и новостей и формирующего повестку дня.

В качестве аналитического инструмента был использован сервис Telegram Analytics, предоставляющий открытую статистику более 150 тыс. каналов в 38 категориях. Нами была выбрана категория «Новости и СМИ» и изучены топ-10 белорусских каналов с наибольшим числом подписчиков за 2020 год. Были исследованы такие важнейшие статистические показатели Telegram-каналов, как количество подписчиков (данные приведены на 31.12.2020), среднее количество записей в день и средний охват одного поста.

В то же время очевиден тот факт, что абсолютное количество подписчиков не дает полного представления о вовлеченности аудитории. Быть подписчиком того или иного канала не значит являться его постоянным читателем. Поэтому важнейшей метрикой исследования стал показатель ERR, или уровень вовлеченности (соотношение между числом просмотров одного поста и общим количеством подписчиков). Авторитетность Telegram-каналов определялась также по такому показателю, как индекс цитирования. Дополнительно исследовались контент-стратегии каналов (форматы и жанры материалов, время и частота их размещения) и их функционал (наличие комментариев, использование чат-ботов и др.).

К основным результатам исследования мы можем отнести следующие положения. Как отмечалось ранее, в конце 2020 года в Республике Беларусь насчитывалось 22 Telegram-канала, имеющих аудиторию более чем в 100 тыс. подписчиков. Самую большую аудиторию имели каналы «HEXTA Live» @nexta_live (1 552 082 подписчика), «TUT.BY новости» @tutby_official (439 208 подписчиков) и «Беларусь головного мозга» @belamova (343 087 подписчиков). По абсолютному числу подписчиков они с большим отрывом опережают остальные белорусские Telegram-каналы. Сравнительный анализ показателей вовлеченности ведущих информационных Telegram-каналов в Республике Беларусь приведен в табл. 1.

Площадка «HEXTA Live» @nexta_live является крупнейшим новостным русскоязычным Telegram-каналом. В августе 2020 года у него было 2 141 500 подписчиков. В настоящее время наблюдается некоторый отток аудитории. В конце декабря 2020 года на канал @nexta_live было подписано 1 552 082 пользователя. Над каналом работают несколько человек. Они собирают,

обрабатывают и публикуют анонимные сообщения, фото- и видеоматериалы, которые присылают пользователи. Рост аудитории канала @nexta_live во многом был обусловлен тем, что после президентских выборов 9 августа, когда доступ к ряду белорусских интернет-СМИ был ограничен, в Telegram-канале @nexta_live оперативно публиковалась информация с мест событий. На пике протестной активности количество сообщений, фото- и видеоматериалов, которые подписчики отправляли в чат-бот @nextamail_bot, достигало 200 в минуту.

Таблица 1

Сравнение показателей вовлеченности Telegram-каналов в Республике Беларусь (данные за 01.01.2020–31.12.2020)

Название Telegram-канала, адрес	Количество подписчиков	Среднее количество постов в день	Средний охват одного поста	Уровень вовлеченности, %	Индекс цитирования
HEXTA Live @nexta_live	1 552 082	10	485 600	31,3	1131,9
TUT.BY новости @tutby_official	439 208	30	176 500	40,2	768,5
Беларусь головного мозга @belamova	343 087	24	97 900	28,5	903,6
Чай з малинавым варэннем @belteanews	186 143	17	91 700	49,3	550,6
Типичная Беларусь @tpbela	183 985	13	61 200	33,3	134,5
Беларусь в шоке! @belorusskie_novosti	168 364	13	48 600	28,8	124,8
Беларусь Online @online_belarus	165 705	12	42 500	25,7	69,6
Беларусь Сейчас @belarusseichas	158 003	44	28 700	18,1	169
Onliner @onlinerby	144 308	29	57 000	39,5	436
Белсат @belsat	109 479	116	24 600	22,4	441

В октябре 2020 года канал интернет-мессенджера Telegram @nexta_live и его логотип по решению суда были признаны экстремистскими материалами. Такое решение принято в связи с содержанием информационной продукции (видеороликов, призывов и публикаций как от имени самой редакции канала, так и подписчиков) с признаками экстремистской деятельности. Речь идет о публичных призывах к осуществлению массовых беспорядков. Очевидно, что канал «HEXTA Live» стал не только оперативным источником новостной информации, но и средством коммуникации и самоорганизации в ситуации политического кризиса в Республике Беларусь [9].

Самым просматриваемым постом белорусского сегмента Telegram в 2020 году стал пост https://t.me/nexta_live/7709 с эмоциональным рассказом девушки о неправомерных, по ее мнению, действиях сотрудников милиции. Это видео было размещено на канале «HEXTA Live» 13 августа

и набрало почти 2 млн. просмотров. Еще 27 постов в белорусском сегменте Telegram набрали больше 1 млн. просмотров в 2020 году, и 25 из них были посвящены массовым акциям протеста. В этой связи мы согласны с С. И. Симаковой, которая отмечает, что «трагические события являются не менее (даже более) «продуктивной» сферой визуализации информации, чем любые другие. Однако стремление превращать в картинку даже самые страшные трагедии заставляет актуализировать вопросы этического и эстетического характера: что можно показывать и как, что нельзя скрыть и т. п.» [7. С. 129].

Второе место в рейтинге популярных информационных пабликов в белорусском сегменте занимает Telegram-канал «TUT.BY новости» @tutby_official, принадлежащий самому крупному в стране порталу TUT.BY. Количество его подписчиков в конце декабря 2020 года составило 439 тыс. человек. Всего за четыре месяца эта цифра выросла в 9 раз. Более того, среди «классических» белорусских интернет-СМИ канал занимает первое место по количеству просмотров на пост (176 500). В основном размещаются новости портала с фото (в среднем 30 постов в день) и ссылками на сайт. К каждому посту в редакции пишут короткую подводку (не копируя заголовок с сайта). В ней редакция дает понять, о чем история, но не рассказывает ее.

На третьем месте по количеству подписчиков (343 087) в рейтинге «Новости и СМИ» сервиса Telegram Analytics находится канал «Беларусь головного мозга» @belamova. Напомним, что именно этот новостной источник в 2018 году был самым большим по количеству подписчиков белорусским каналом. Однако в 2019 году на первое место вышел канал NEXTA. Как бы там ни было, оба этих ресурса транслируют общественно-политическую повестку. И в настоящее время «лидерство политических пабликов выглядит бесспорным, о чем свидетельствуют их высокие позиции в рейтинге белорусских телеграм-каналов» [9].

Среди остальных каналов, входящих в топ-10 категории «Новости и СМИ» в белорусском сегменте Telegram, заслуживает внимания «Чай з малинавым варэннем» @belteanews. Как известно, «Чай з малинавым варэннем» вырос из российского паблика с новостями и шутками «Лентач». Белорусское сообщество сегодня объединяет более 186 000 подписчиков и ежедневно публикует в среднем 17 записей. Чаще всего это различные мемы и смешные иллюстрации к новостям. Интересно, что ERR сообщества составляет 49,3 %, что свидетельствует о высокой вовлеченности аудитории. То есть записи сообщества видит в среднем каждый второй подписчик. Это самый большой показатель вовлеченности среди всех исследованных нами каналов Республики Беларусь.

Исследование показало, что в формировании новостной повестки ведущую роль играют альтернативные Telegram-каналы, авторские блоги, каналы гражданских инициатив. Если же говорить о каналах цифровых СМИ, контент для которых создается профессиональными журналистами, то в топ-10 вошли только 3 таких медиа (TUT.BY, Onliner.by и «Белсат»). Что интересно, они находятся на высоких позициях как в плане вовлеченности, так и по индексу цитирования. В это же время исследования зарубежных ученых показывают, что в цифровой среде «производители альтернативных новостей активно противостоят классическим СМИ» [10. С. 861].

Портал Onliner.by имеет около 145 тыс. подписчиков при уровне их вовлеченности 39,5 %. Как и в случае с TUT.BY, на канале чаще всего размещаются новости портала со ссылками на сайт, но в этом случае используются расширенные подводки. Кроме того, на канале @onlinerby можно увидеть подкасты, подборки фото, видео. Новым источником информации для журналистов Oniner.by стали чат-боты. Портал Oniner.by регулярно обращается к подписчикам следующим образом: «Присылайте свои фото и видео, истории и сюжеты в наш бот @newsonliner_bot. Будем создавать повестку вместе! Расскажи этому боту о каком-нибудь интересном событии или происшествии, и твое сообщение попадет в редакцию Onliner». Однако это часто приводит к тому, что, как отмечает А. А. Морозова, «появляется целый пласт «информационного мусора», или «шума», который мешает пользователям ориентироваться в контенте социальной сети» [4. С. 120].

Анализ эмпирических материалов позволяет нам утверждать, что, в отличие от цифровых изданий, белорусскими аудиовизуальными СМИ Telegram освоен недостаточно. В Белтелерадиокомпании канал @ATN_BTRC есть только у Агентства телевизионных новостей (7700 подписчиков). Количество подписчиков национального телеканала ОНТ @ontnews составляет 7300 человек. Телекомпания «Столичное телевидение» своего Telegram-канала

вообще не имеет. Редакции белорусских печатных СМИ являются явными аутсайдерами в плане освоения платформы Telegram. Крупнейшее печатное издание страны «СБ. Беларусь сегодня» имеет 1200 подписчиков своего канала @sbbytoday. Несколько лучше ситуация на региональном уровне. Среди 136 местных государственных газет каналы в Telegram имеют 54 издания, но количество подписчиков у большинства из них крайне невелико. Из белорусских государственных СМИ наибольших успехов достиг Telegram-канал информагентства БелТА (в декабре 2020 года у него было 17 тыс. подписчиков).

Полученные нами результаты можно интерпретировать следующим образом. В Республике Беларусь в 2020 году значительно возросла популярность мессенджера Telegram не только как источника новостной информации, но и как средства коммуникации и самоорганизации в условиях политического кризиса. События после президентских выборов укрепили эту платформу как основное место для обмена контентом, а также репостов с других каналов. Многократно выросло и количество контента. Таким образом, Telegram превратился из мессенджера в полноценное медиа.

В последнее время в Республике Беларусь наблюдается некоторый отток пользователей из альтернативных Telegram-каналов. В то же время растет количество подписчиков у каналов «классических» белорусских СМИ (TUT.BY, Onliner.by и др.). Очевидно, что рост популярности неформальных каналов привел к усилению работы на этой платформе «классических» медиа. Кроме того, в отличие от альтернативных медиа, эти Telegram-каналы предоставляют проверенную информацию.

Таким образом, многие белорусские цифровые медиа находятся в поисках успешной модели распространения новостей в Telegram. Наиболее успешной нам представляется модель, при которой СМИ делают акцент на различных способах взаимодействия с аудиторией, а также используют большой арсенал мультимедийных средств. В настоящее время многие СМИ стали использовать мессенджер как основную платформу и публиковать там значительные объемы контента. Кроме того, в белорусском медиапространстве значительно возросла интенсивность использования мессенджера Telegram и увеличилось разнообразие возможностей, которые он предоставляет.

Список литературы

1. Басов, О. Н. Telegram-каналы как новые медиа и инструменты внутриэлитной борьбы / О. Н. Басов. – Текст : непосредственный // Научно-практические исследования. – 2020. – № 9-3 (32). – С. 31–39.

2. Белорусские Telegram-каналы. Статистика, аналитика, рейтинг // Telegram Analytics. – Текст : электронный. – URL: https://by.tgstat.com (дата обращения: 15.01.2021).

3. Коноплев, Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Э. Коноплев. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3 (25). – С. 198–200.

4. Морозова, А. А. Контент в социальной сети: критерии качества / А. А. Морозова, С. Н. Попова. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 1. – С. 120–124.

5. Пак, Е. М. Сетевые платформы как инструмент продвижения СМИ / Е. М. Пак. – Текст : непосредственный // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2020. – № 2. – С. 128–134.

6. Распопова, С. С. Тактические медиа и журналистика в современном медиапространстве / С. С. Распопова. – Текст : непосредственный // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2020. – № 3 (37). – С. 83–88. – DOI: 10.24411/2070-0695-2020-10312.

7. Симакова, С. И. «Цивилизация глаза»: специфика визуальной репрезентации события / С. И. Симакова. – Текст : непосредственный // Гуманитарный вектор. – 2020. – Т. 15. – № 1. – С. 125–133. – DOI: 10.21209/1996-7853-2020-15-1-125-133.

8. Солдаткина, Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров / Я. В. Солдаткина. – Текст : непосредственный // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2018. – Т. 23. – № 3. – С. 323–330.

9. Шелест, О. Мессенджер Telegram как средство коммуникации и самоорганизации в ситуации политического кризиса в Беларуси / О. Шелест, А. Шутов, Ю. Назаренко. – Текст : электронный // Центр европейской трансформации. – 2020. – URL: https://drive.google.com/file/d/1moxyi4YMwIeU-XA29GFYyfTMRmvTfDQJ/view (дата обращения: 15.01.2021).

10. Holt, K. Key Dimensions of Alternative News Media / K. Holt, T. U. Figenschou, L. Frischlich. – Текст : непосредственный // Digital Journalism. – 2019. – Vol. 7. – Issue 7. – Pp. 860–869.

DEVELOPMENT OF TELEGRAM CHANNELS IN THE DIGITAL MEDIA SYSTEM (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF BELARUS)

Hradziushka A. A., Belarusian State University, Minsk, webjourn@gmail.com

The article examines the place and role of the Telegram messenger in the media space of the Republic of Belarus. The relevance of the study is due to the dramatically increased influence of Telegram on the formation of the news agenda. The reasons for the increasing popularity of Telegram as a means of communication and self-organization in the context of a political crisis are shown. The characteristics of the Telegram audience are revealed. The research methodology is based on a comparative analysis of statistical data on the audience of the leading Telegram news channels. In a comparative aspect, the indicators of the involvement of Telegram channels were analyzed. The main results of the study show that the use of various Telegram features both as a messenger and as a full-fledged media is constantly increasing. The intensity of the use of the messenger has increased and the variety of functions it performs has also increased. It has been established that the Telegram platform contributes to strengthening feedback from the audience. Chatbots have become a new opportunity to receive information from readers. The author comes to the conclusion that alternative Telegram channels play a leading role in the digital environment. It is concluded that Telegram has established itself as the most important platform for posting news content.

Key words: media space, Republic of Belarus, Telegram, digital technologies, media audience.

References

1. Basov, O. N. (2020). Telegram-kanaly kak novye media i instrumenty vnutrijelitnoj bor'by [Telegram-channels as new media and new tools for elite conflicts]. *Nauchno-prakticheskie issledovanija* [Scientific and practical research], 9-3 (32), pp. 31–39. (in Russ).

2. Belorusskie Telegram-kanaly. Statistika, analitika, rejting. Telegram Analytics (2021). [Belarusian Telegram channels. Statistics, analytics, rating. Telegram Analytics]. Available at: https://by.tgstat.com/ (accessed 15.01.2021). (in Russ).

3. Konoplev, D. E. (2017). Telegram kak novaja sreda kommunikacii v SMI i socsetjah [Telegram as new platform of communication in mass media and society]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* [Sign: problematic field of mediaeducation], 3 (25), pp. 198–200. (in Russ).

4. Morozova, A. A. & Popova, S. N. (2020). Kontent v social'noj seti: kriterii kachestva [Content in a social network: quality criteria]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], 1, pp. 120–124. (in Russ).

5. Pak, E. M. (2020*)*. Setevye platformy kak instrument prodvizhenija SMI [Web platforms as a tool for mass media promotion]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Filologija. Zhurnalistika* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Philology. Journalism], 2, pp. 128–134.

6. Raspopova, S. S. (2020). Takticheskie media i zhurnalistika v sovremennom mediaprostranstve [Tactical media and journalism in the modern media space]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija* [Sign: problematic field of mediaeducation], 3 (37), pp. 83–88. (in Russ).

7. Simakova, S. I. (2020). “Civilizacija glaza”: specifika vizual’noj reprezentacii sobytija [“Civilization of the Eye”: the Specifics of the Visual Representation of the Event]. *Humanitarian Vector* [Humanitarian vector], 1, vol. 15, pp. 125–133. (in Russ).

8. Soldatkina, Ja. V. (2018). Problemy segmentacii kontenta v SMI i novye vozmozhnosti mobil’nyh messendzherov. [Content segmentation in mass media and new opportunities for mobile messengers]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Serija: Literaturovedenie. Zhurnalistika* [Bulletin of the Peoples’ Friendship University of Russia. Series: Literary criticism. Journalism], 23, vol. 3, pp. 323–330. (in Russ).

9. Shelest, O., Shutov, A. & Nazarenko, Y. (2021). *Messendzher Telegram kak sredstvo kommunikacii i samoorganizacii v situacii politicheskogo krizisa v Belarusi* [Telegram messenger as a means of communication and self-organization in a situation of political crisis in Belarus]. Available at: https://drive.google.com/file/d/1moxyi4YMwIeU-XA29GFYyfTMRmvTfDQJ/view (accessed: 15.01.2021) (in Russ).

10. Holt, K., Figenschou, T. U. & Frischlich, L. (2019). Key Dimensions of Alternative News Media. *Digital Journalism*, vol. 7, issue 7, pp. 860–869.

Градюшко Александр Александрович – доцент кафедры периодической печати и веб-журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

webjourn@gmail.com

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Градюшко А. А. Развитие Telegram-каналов в системе цифровых медиа (на примере Республики Беларусь) // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 2 (40). С. 48–54. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10205.

Hradziushka A. A. Development of Telegram channels in the digital media system (on the example of the Republic of Belarus) // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2021. No 2 (40), pp. 48–54. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10205.