

доточены на распространении информации и сообщениях организации (т.е. на речь). В некоторых организациях этот показатель достигает 95% [5: 9]. Более того, довольно типична ситуация «безвозвратных инвестиций» в коммуникации, когда усилия на развитие новых каналов не дают устойчивых результатов, как ввиду отсутствия «критической массы пользователей», так и ввиду содержания самой коммуникации [1]. Не удивительно, что в таких условиях связи с общественностью возвращаются к технологиям пропаганды, пусть и на основе цифровых технологий [2].

Литература

1. Аутсорсинг политических суждений: опыт коммуникации на цифровых платформах / под ред. Л. В. Сморгунова. М., 2021.
2. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. СПб., 2023.
3. Фуллер С. Постправда. Знание как борьба за власть. М., 2021.
4. Goldman J. US Advertising and Agency Hiring Soars Amid Forecasts Calling for 2024 Spending Growth // eMarketer. 2023. December 12. URL: <https://www.insiderintelligence.com/content/us-advertising-agency-hiring-soars-amid-forecasts-calling-2024-spending-growth>. (дата обращения: 27.12.2023).
5. Macnamara J. Public Relations and Post-Communication. Addressing a Paradox in Public Communication // Public Relations Journal. 2018. 11(3). P. 1–20.

Александр Александрович Градюшко

Белорусский государственный университет (Республика Беларусь, г. Минск)

webjourn@gmail.com

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В БЕЛОРУССКИХ TELEGRAM-КАНАЛАХ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕКСТ

Рассмотрены особенности политической коммуникации руководителей местных органов исполнительной власти в Telegram. Выявлены основные инструменты, позволяющие увеличить вовлеченность подписчиков каналов. Показаны приемы, позволяющие повысить эффективность социально-политической управляемости в белорусском сегменте Telegram.

Ключевые слова: цифровизация, политическая коммуникация, Telegram, государственное управление, аудитория.

Платформы социальных сетей и мобильные мессенджеры стали неотъемлемой частью политической коммуникации. Среди мессенджеров особое место занимает Telegram, созданный в августе 2013 г. Павлом Дуровым. В 2024 г. Telegram посещают 800 млн человек в месяц, по количеству аудитории он входит в пятерку самых популярных мессенджеров в мире [1]. По некоторым данным, в Республике Беларусь аудитория Telegram составляет около 1,5 млн человек, по количеству пользователей он уступает Viber (5,5 млн). Однако мы можем утверждать, что именно Telegram является основным мессенджером для распространения общественно-политической информации.

Белорусские органы исполнительной власти все активнее представляют и продвигают себя на новых цифровых площадках, в том числе в Telegram. Каждый из шести областных исполнительных комитетов имеет свой официальный Telegram-канал. Кроме того, личные каналы ведут несколько белорусских мэров, губернаторов и их заместителей. Исследование было проведено на материале Telegram-каналов трех руководителей местных органов исполнительной власти в Telegram («Владимир Привалов. Официально», «Валерий Малашко» и «Исаченко онлайн»). Хронологические рамки исследования — с 01.01.2024 г. по 10.03.2024 г. Цель исследования — выявить особенности политической коммуникации в Telegram на региональном уровне.

В ходе исследования установлено, что наиболее успешно ведет свой канал «Владимир Привалов. Официально» председатель Гомельского горисполкома. Канал начал работу 31 декабря 2022 г., сегодня в нем 12 950 подписчиков. Прирост за месяц — 552 подписчика. Канал активно цитируют другие ресурсы. Коэффициент вовлеченности подписчиков (ERR), или отношение среднего охвата публикаций к количеству подписчиков (с учетом репостов в другие каналы) составляет 42%. Лента новостей канала носит неформальный характер, используется различный визуал, на каждое сообщение можно оставить реакцию (на выбор доступно 7 позитивных реакций), возможность комментирования отключена. Фото для канала «Владимир Привалов. Официально» частично заимствуется у редакции городской газеты «Гомельские ведомости».

Похожая стратегия ведения канала «Валерий Малашко» выявлена и у заместителя председателя Могилевского областного исполнительного комитета. Канал, созданный сравнительно недавно, в ноябре 2023 г., уже объединяет 2068 подписчиков. Благодаря активным репостам в других каналах коэффициент ERR составляет 149%. Наряду с постами, которые посвящены рабочим будням зампреда, активно размещается и контент личного плана. В частности, 7 марта на канале было опубликовано фото Валерия Малашко с медвежонком на руках. «Познакомился лично с новой питомицей Могилевского зоосада — необычайно ласковой малюткой-медведицей. Впечатлений и позитива — неимоверное количество!!!» — такова была подпись к фото. Исследование подтверждает тезис о том, что «одной из отличительных характеристик современного медиадискурса является усиление эмоциональных аргументов, известное как «эмоционализация» [2: 857].

Председатель Могилевского облисполкома также ведет свой канал «Исаченко онлайн», который насчитывает 1777 подписчиков. Канал начал свою работу еще в марте 2022 г., однако в настоящее время его обновление приостановлено. Последняя публикация в канале датирована 31 декабря 2023 г. В отличие от двух предыдущих каналов, контент представлен исключительно в официально-деловом стиле и больше напоминает отчеты. Это касается как общей стилистики постов, так и инструментов вовлечения аудитории. К ним нельзя оставить быстрые реакции, сама модель ведения канала сводится к одностороннему информированию.

В связи с этим возможно говорить о том, что важнейшим фактором успешной дистрибуции политического контента в Telegram является его эмоциональная привлекательность. Мы также можем утверждать, что одним из показателей успешной политической онлайн-коммуникации руководителей местных органов исполнительной власти является взаимодействие с аудиторией.

Литература

1. Digital 2024: Global Overview Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report/>. (дата обращения: 15.02.2024).
2. Teneva E., Bykov I. On rhetorical appeals: Emotionalization and politicization of Russia's COVID-19 vaccine Sputnik V in American and Russian news discourse // Indonesian Journal of Applied Linguistics. 2023. № 12 (3). P. 855–869.