

**РОЛЬ TELEGRAM В ПОЛИТИКО-КОММУНИКАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЕПУТАТОВ ПАЛАТЫ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ
НАЦИОНАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
VII СОЗЫВА**

К. И. Костиневич

*Кандидат политических наук, старший преподаватель кафедры политологии БГЭУ,
Минск, Беларусь, kostinevich.kirill@mail.ru*

В статье рассматривается проникновение Telegram в политическую коммуникацию депутатов Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь VII созыва в контексте особенностей развития белорусского пространства социальных медиа.

Ключевые слова: социальные медиа; Telegram; политическая коммуникация; Палата представителей Национального собрания Республики Беларусь; медиапространство; обратная связь.

**THE ROLE OF TELEGRAM IN THE POLITICAL AND
COMMUNICATION ACTIVITIES OF DEPUTIES OF THE HOUSE OF
REPRESENTATIVES OF THE NATIONAL ASSEMBLY OF THE
REPUBLIC OF BELARUS OF THE VII CONVOCATION**

K. I. Kastsinevich

*Candidate of Political Sciences, Senior Lecturer of the Department of Political Science
BSEU, Minsk, Belarus, kostinevich.kirill@mail.ru*

The article examines the use of Telegram in the political communication of deputies of the House of Representatives of the National Assembly of the Republic of Belarus of the 7th convocation in the context of the development of the Belarusian social media space.

Keywords: social media; Telegram; political communication; House of Representatives of the National Assembly of the Republic of Belarus; media space; feedback.

В настоящий момент социальные медиа стали неотъемлемой частью политического процесса, трансформируя взаимодействие власти и граждан. Социальные медиа увеличивают число политических коммуникаторов, каналов и форм диалога между различными акторами, размывают уровни данного процесса. Данная трансформация политической коммуникации происходит и в рамках белорусской политической системы, от-

ражая проникновение социальных сетей, мессенджеров, видеохостингов и других форм интернет-коммуникации в функционирование общества.

Исследование Института социологии НАН Беларуси, проведенное в первом квартале 2024 г., показывает, что 70,4 % белорусов пользовались Viber, 33,5 % – Telegram, 33 % – Instagram, 25,1 % – YouTube, 24,8 % – «Одноклассниками», 22,2 % – «ВКонтакте», 14,5 % – TikTok, 6,2 % – Facebook, не пользовались мессенджерами 12,4 % респондентов, а социальными сетями – 22,2 % [1]. В свою очередь, данные DataReportal за февраль 2025 г. показывают, что в Республике Беларусь насчитывается 6,36 млн. пользователей социальных медиа и за год данный показатель вырос на 12,9 % (5,63 млн. в 2024 г.) [2].

Встраивание социальных медиа в социальные взаимодействия белорусов приводит к необходимости включения данных ресурсов и в политико-коммуникационную деятельность политических субъектов, в частности, и депутатов Парламента. Использование ими сетевых ресурсов может носить многоаспектный характер: например, в качестве канала распространения информации о собственной деятельности, работе Парламента и имеющихся результатах, для получения обратной связи, в качестве инструмента вовлечения стейкхолдеров в процесс принятия решений и формирования дискуссионного пространства [3, р. 56–57].

В ходе поиска страниц депутатов Палаты представителей VII созыва в социальных медиа, проводимого нами в марте–апреле 2024 г., мы обнаружили 62 страницы депутатов в Instagram [4], 60 – в Facebook [5], 40 – в VK [6], 31 – в «Одноклассниках» [7], 19 – в Telegram [8], 7 – в YouTube [9], 6 – в TikTok, из которых использовались для публикации видео только 2 [10]. В результате, мы можем отметить, что на момент окончания работы Палаты представителей VII созыва предпочтительные социальные сети и мессенджеры среди депутатов не в полной мере коррелировали с предпочтениями белорусской аудитории. Для повышения эффективности публичной политической коммуникации депутатам следовало больше внимания уделить созданию каналов и/или аккаунтов в Telegram, YouTube, а также TikTok как одной из наиболее динамично распространяющихся платформ среди белорусов. Несмотря на то, что по вышеупомянутым результатам исследования Института социологии, данной платформой пользовались 14,5 % белорусов, результаты исследований DataReportal показывают, что в Республике Беларусь в 2024 г. насчитывалось 5,85 млн пользователей TikTok, а в 2025 г. показатель составил 6,36 млн [2]. При этом следует отметить, что широкое использование депутатами Instagram отражало популярность данной социальной сети среди белорусов.

Как было указано ранее, Telegram является одним из наиболее популярных мессенджеров в Республике Беларусь, однако среди депутатов Палаты представителей VII созыва публичные каналы там вели только 19 человек [8]. Три канала на момент проведения исследования было удалено, однако нам удалось зафиксировать частичные данные о них. Среднее число подписчиков в 18 аккаунтах депутатов (без учета одного удаленного канала) составляло 1836,4, для сравнения средний показатель подписчиков депутатов в Facebook составлял 1620. Наибольшую аудиторию на 22.03.2024 среди депутатов имел О.С. Гайдукевич, его показатель составлял 30806 подписчиков [11], в Facebook у данного депутата насчитывалось 4332 друга и порядка 14 тыс. подписчиков [12]. Приведенные сравнения привлечения подписчиков в Telegram и Facebook подтверждает большой потенциал Telegram для привлечения аудитории и необходимость в дальнейшем продолжать работу с данным ресурсом. Следует отметить, что показатели остальных депутатов были значительно ниже, так, на втором месте по числу подписчиков в Telegram находился С.М. Клишевич с результатов 282 подписчика [13]. А медианный показатель численности аудитории среди рассматриваемых депутатов составил 128.

Относительно показателей количества постов 17 каналов (без учета двух удаленных каналов), можно отметить, что в среднем за период работы Палаты представителей VII созыва депутаты опубликовали 985,8 постов, т.е. 0,63 записи в сутки. Медианный показатель среднего числа публикаций составил 588. Примечательно, что во всех проанализированных каналах на дату проведения исследования функция комментирования публикаций была отключена, а возможность оставить реакцию в постах, опубликованных в период работы Палаты представителей VII созыва была включена в 4 каналах.

Возрастание понимания значимости Telegram для налаживания взаимодействия с обществом отражают результаты проведенного нами в марте 2025 г. исследования по поиску каналов депутатов Палаты представителей VIII созыва, представляющих политические партии. Нами было обнаружено 65 подобных Telegram-каналов.

Таким образом, проникновение социальных медиа в жизнь общества отражается и на возрастающем внедрении данных форм коммуникации в политическое взаимодействие. Одним из важнейших условий налаживания эффективной коммуникации между властью и обществом в сетевом пространстве является соответствие предпочтений в средствах обмена информацией между сторонами процесса. В современном белорусском медиапространстве одним из наиболее актуальных мессенджеров является Telegram. Рассмотрев на примере каналов депутатов Палаты предста-

вителей Национального собрания Республики Беларусь VII созыва особенности работы на данной платформе, можно отметить, что данный ресурс не являлся для них приоритетным, несмотря на его высокий потенциал. При этом депутаты Палаты представителей VIII созыва намного активнее внедряют Telegram в свою политико-коммуникационную деятельность. Средние показатели публикационной активности среди депутатов Палаты представителей VII созыва показывали необходимость увеличения числа размещаемых постов, что позволило бы увеличить интерес аудитории. Также для получения обратной связи посредством мессенджеров следует активнее использовать комментарии и реакции под постами.

Библиографические ссылки

1. Какие мессенджеры и соцсети наиболее популярны в Беларуси? Рассказал социолог // БЕЛТА : новости Беларуси. URL: <https://belta.by/society/view/kakie-messendzhery-i-sotsseti-naibolee-populjarny-v-belarusi-rasskazal-sotsiolog-660395-2024/> (дата обращения: 11.09.2024).
2. *Kemp S.* Digital 2025: Belarus // Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-belarus> (date of access: 03.03.2025).
3. World e-Parliament Report 2024 // Inter-Parliamentary Union. URL: <https://www.ipu.org/resources/publications/reports/2024-10/world-e-parliament-report-2024> (date of access: 03.03.2025).
4. Instagram. URL: <https://www.instagram.com> (date of access: 15.02.2025).
5. Facebook. URL: <https://www.facebook.com> (date of access: 15.02.2025).
6. VK. URL: <https://www.vk.com> (date of access: 15.02.2025).
7. OK.ru URL: <https://ok.ru> (date of access: 15.02.2025).
8. Telegram URL: <https://telegram.org> (date of access: 15.02.2025).
9. YouTube. URL: <https://www.youtube.com> (date of access: 15.02.2025).
10. TikTok URL: <https://www.tiktok.com> (date of access: 15.02.2025).
11. Гайдукевич Олег // Telegram. URL: <https://t.me/gajdukevichh> (date of access: 15.02.2025).
12. Олег Гайдукевич // Facebook. URL: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100007581375084&sk=followers> (date of access: 15.02.2025).
13. Сергей Клишевич // Telegram. URL: <https://t.me/sergejklisevic> (date of access: 15.02.2025).