



# Telegram Channels in the System of Expert and Political Communication in Modern Russia

---

**Oleg I. Lyakhovenko**

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. Email: oleg.lyakhovenko[at]gmail.com

## Abstract

---

Political telegram-channels play an important role in maintaining political decision making and shaping the public agenda in modern Russia. Both features of the messenger itself (convenience, a low barrier to entry, a short “shoulder” of communication) and the specifics of the political system of modern Russia together with the predominance of non-public policy have prompted political elites to use indirect communication and anonymous instruments of political struggle. Furthermore, political telegram-channels are in demand as an instrument of expert communication and reflection about the current political situation. The purpose of the research is to analyse the features of political and expert communication in telegram-channels in Russia. It is concluded that, despite the objective predominance of manipulative content, telegram-channels form a special expert ecosystem, a kind of “distributed think tank” which analyses Russian internal political and international agenda in real time. Experts and analytical centres use telegram-channels to communicate their position both to decision makers and the general public. The main problem with the use of telegram-channels as an expert network and “distributed think tank” is to distinguish between manipulative and expert components. A widespread phenomenon of “formative analytics” (manipulative content which pretends to be an expertise) take place in telegram-channels. To solve this problem, we offer analytical tools that require high professional skills in working with information from a researcher, as well as the use of the professional reputation of the sources within the real expert community.

## Keywords

---

Telegram; Telegram Channels; Social Networks; Political Communication; Expert Communication; Russian Internal Policy; Political Analytics; Political Manipulation; Think Tank; Formative Analytics



This work is licensed under a [Creative Commons «Attribution» 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



# Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России

---

**Ляховенко Олег Игоревич**

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. Москва, Россия.  
Email: oleg.lyakhovenko[at]gmail.com

## Аннотация

---

Политические телеграм-каналы играют важную роль в сопровождении управленческих решений и формировании публичной повестки в современной России. Они востребованы в силу особенностей самого мессенджера (удобство, низкий порог «входа», короткое «плечо» коммуникации), а также в силу специфики нашей политической системы. В условиях преобладания непубличной политики акторы обращаются к опосредованной коммуникации и анонимным инструментам информационной борьбы. Одновременно политические телеграм-каналы востребованы как инструмент экспертной коммуникации и рефлексии по поводу актуальной политической ситуации и процессов. Цель исследования – выявление особенностей политической и экспертной коммуникации в телеграм-каналах. Мы пришли к выводу, что, несмотря на объективное преобладание манипулятивного содержания, телеграм-каналы формируют особую экспертную экосистему, своего рода «распределенный think tank», который в режиме реального времени анализирует внутривнутриполитическую и международную повестку. Эксперты и аналитические центры используют телеграм-каналы для донесения своей позиции как до политических субъектов и лиц, принимающих решения, так и до широкой общественности. В процессе использования телеграм-каналов как экспертной сети и «распределенного think tank» главная проблема видится в различении манипулятивной и экспертной составляющих, в том числе из-за широкого распространения феномена «формирующей аналитики» – информации, замаскированной под экспертизу, но направленной на решение политических и задач. Для решения этой проблемы мы предлагаем аналитические инструменты, требующие высоких профессиональных навыков работы с информацией у исследователя, а также использования института профессиональной репутации рассматриваемых источников внутри экспертного сообщества.

## Ключевые слова

---

Телеграм; телеграм-каналы; социальные сети; политическая коммуникация; экспертная коммуникация; внутренняя политика России; политическая аналитика; политическая манипуляция; «фабрика мысли»; формирующая аналитика



Это произведение доступно по лицензии [Creative Commons «Attribution» \(«Атрибуция»\) 4.0 Всемирная](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



## Введение

Экосистема политических телеграм-каналов является ярким и самобытным феноменом, играющим важную роль в публичной политической коммуникации, в сопровождении политических процессов и управленческих решений и в формировании публичной повестки в современной России. Удобство мессенджера Telegram для разных форматов коммуникации, доступность информации и способов обращения с ней, вытекающая из кроссплатформенного статуса мессенджера (Maevskaya, 2017, p. 148), широкое личное вовлечение экспертного и политического класса в получение новостей из Telegram и в коммуникацию посредством этого мессенджера (Казанин, 2017) – в совокупности создали феномен, выходящий далеко за пределы «стандартного» описания функций и возможностей «новых медиа».

Всестороннее изучение коммуникации в Telegram является перспективным направлением для прикладных исследований современных форм сетевой коммуникации. В нашей работе мы остановимся на общих особенностях политической и экспертной коммуникации в телеграм-каналах. Несмотря на то, что данное предметное поле развивается очень динамично, прежде всего, в практической плоскости, особенности политической и экспертной коммуникации в Telegram, а также их соотношение недостаточно освещены политической наукой.

Большинство существующих политологических исследований мессенджера Telegram посвящено общему изучению телеграм-каналов как «альтернативных медиа» (Епишкин, 2017; Коноплев, 2017; Rogers, 2020; Лытнева & Дубинина, 2020; Вуков, Medvedeva & Hradziushka, 2021; Bilunov, 2021) либо вскрытию пропагандистской и манипуляционной функции телеграм-каналов в России (Дорохин, 2019; Реут, 2019; Горбатов & Гурушкин, 2021; Bodrunova, 2021) или за рубежом (Knuutila, Herasimenka, Bright, Nielsen & Howard, 2020). Значительная часть актуальных материалов о мессенджере Telegram опубликована в «серой» зоне вне системы качественных научных журналов.

Не отрицая важность данных исследовательских направлений, признавая, что значительная часть содержания политических телеграм-каналов является ангажированной и ставит своей целью манипуляционное воздействие на аудиторию, мы бы хотели подчеркнуть важность Telegram именно с точки зрения возможностей осуществления политической экспертизы, качественной общественной дискуссии по актуальным политическим проблемам и процессам.

Большая часть материалов, представленных в данной работе, является эксклюзивной, не просто публикуется впервые, но впервые вводится из прикладной аналитики в научный оборот. Мы не столько заполняем существующие исследовательские лакуны, сколько в первом приближении определяем мало изученное, но перспективное, хотя и достаточно специфическое предметное поле. В этом также состоит отличие нашей работы от тех исследо-



ваний, которые посвящены общим тенденциям развития «новых медиа» (Володенков & Федорченко, 2021; Юй, 2021), их специфическому влиянию на политические процессы, выявлению роли социальных сетей, включая Telegram, в политической коммуникации (Казанин, 2017; Реут, 2019), анализу конкретных телеграм-каналов или их «сеток» на федеральном (Епишкин, 2017; Коньков & Маевская, 2018) и региональном уровнях (Балацкий, 2018; Дементьева, 2021).

Не претендуя на полноту и окончательность ответов, мы построим модель функционирования политических телеграм-каналов, в которых развивается политическая и экспертная коммуникация, а также снабдим читателя аналитическим инструментом работы с информацией в Telegram.

В первой части статьи мы конкретизируем предмет анализа, определим субъектов политической и экспертной коммуникации в Telegram, дадим общие характеристики анонимным и авторизованным телеграм-каналам, рассмотрим основные типологии телеграм-каналов.

Во второй части статьи покажем, какую нишу занимают телеграм-каналы в политической и в экспертной коммуникации в современной России. Мы исходим из рабочей гипотезы (ее проверка является предметом отдельного и самостоятельного будущего исследования), что востребованность телеграм-каналов как инструмента политической и экспертной коммуникации связана не только с особенностями самого мессенджера, но и во многом вытекает из специфики политического устройства, динамики политических процессов и особенностей самой экспертной коммуникации в сфере политики. В связи с этим будет важно показать отличия Telegram от других социальных сетей, которые претендуют на то, чтобы стать площадкой публичного экспертного взаимодействия, а также конкретные механизмы экспертной коммуникации в телеграм-каналах. Отметим, хотя уже существуют сравнительные исследования востребованности мессенджеров как инструментов политической коммуникации в разных аудиториях (Попова, 2021, с. 44–49), востребованность социальных сетей с точки зрения именно экспертной коммуникации остается неизученной.

В третьей части исследования мы дадим рекомендации по использованию телеграм-каналов в экспертной работе и в оценке ее качества.

В силу тесного переплетения собственно экспертных, политических и манипулятивных форм коммуникации в мессенджере Telegram возникает нетривиальная проблема их различения. Мы исходим из того, что ключевую роль в верификации качественной экспертизы играют, во-первых, собственная квалификация исследующего субъекта (аналитика), а во-вторых, репутационные параметры изучаемого экспертного продукта и его авторов (отдельного субъекта или исследовательского центра). Для оценки экспертно-аналитической продукции важно не только принимать во внимание базовые принципы знания, такие как достоверность, объективность, проверяемость и т.д., но и учитывать характеристики автора рассматриваемой экспертной продукции.



Политические взгляды, прошлый опыт участия в политических и информационных кампаниях влияют на содержание аналитики.

Отдельно мы остановимся на феномене т.н. «формирующей аналитики», распространенной в телеграм-коммуникации.

В заключении мы подведем выводы и обозначим перспективные направления дальнейших исследований политической и экспертной коммуникации в Telegram.

### **Экосистема политических телеграм-каналов: контуры предметного поля**

---

В нашей статье не будет произведен всесторонний анализ конкретных телеграм-каналов или их «сеток», что могло бы стать самостоятельным и притом перспективным исследованием, имеющим высокую прикладную значимость. Отметим, что в политической и управленческой практике подобная работа активно проводится, но носит «закрытый» характер. Мы смещаем фокус от «закрытых» исследований, имеющих политическую значимость, в сторону общего анализа экспертных и политических функций телеграм-каналов – для того, чтобы не привносить политическую аффилиацию и остаться в максимально нейтральном, научно-исследовательском поле.

Под политической коммуникацией мы понимаем обмен информацией между политическими субъектами, а также между политическими субъектами и обществом, целью которого является влияние на действия, ценности и убеждения получателя с целью их изменения – в соответствии с интересами и намерениями субъекта коммуникации. Мы будем использовать понятие «политическая коммуникация» в суженном значении – как публичную коммуникацию посредством телеграм-каналов.

Под политической экспертизой мы подразумеваем практическое применение аналитических и прогностических навыков эксперта – носителя профессиональных компетенций – в целях описания, объяснения, анализа, интерпретации актуальной социально-политической реальности и происходящих политико-управленческих процессов.

Под экспертной коммуникацией – взаимный обмен профессиональной аналитической и прогностической информацией между экспертами, а также между экспертами и получателями экспертизы (политическими субъектами и общественностью).

На практике политическая и экспертная коммуникации тесно переплетены между собой.

Во-первых, исследовательские центры и отдельные эксперты-аналитики не существуют «в вакууме». Их участие в обсуждении и сопровождении политических решений в значительной степени определено партийной, аппаратной или бизнес-аффилиацией, а организация работы исследовательской группы требует бюджетирования (даже если речь не идет напрямую



о проблеме заказчика). Мы ни в коем случае не преуменьшаем возможности независимого исследования публичной политики, но указываем на объективные ограничения в экспертно-аналитической работе. С другой стороны, исследовательская структура, имеющая соответствующую профессиональную репутацию, сама получает определенную степень политической субъектности и способности влиять на повестку.

Во-вторых, политическая экспертиза является важным фактором в политическом управлении и при принятии политических решений. В логике синергетической парадигмы, понимающей общество как открытую саморазвивающуюся и самоорганизующуюся систему (Астафьева & Буданов, 2009), экспертные комментарии и оценки, экспертно-аналитические продукты становятся самостоятельными факторами политического процесса. Это открывает дополнительные возможности для лиц, принимающих решения (так называемое «рекурсивное политическое управление»). В то же время, любой экспертный продукт делается элементом политической повестки, который разные силы могут использовать для решения политических задач.

В крайнем виде это может приводить к таким явлениям, как «формирующая аналитика» (термин во многом аналогичен укоренившемуся в политтехнологической практике понятию «формирующая социология»). Формирующая аналитика, внешне маскируясь под качественное исследование или даже будучи таковым, выполняет в первую очередь пропагандистские задачи, направлена на манипулирование аудиторией.

В-третьих, в целом ряде случаев функции публичного эксперта и политического технолога пересекаются. Между этими (и рядом других) видами политических профессий работает «вращающаяся дверь». Зачастую одни и те же люди в разное время могут исполнять роль эксперта, технолога, политического менеджера, публичного комментатора, пропагандиста в СМИ и т.д. Нередко они сочетают эти функции одновременно: в одной политической кампании выступают менеджерами, технологами, по другим вопросам – как «независимые» аналитики или эксперты. Исследователь в одних вопросах может играть роль публичного спикера по другим вопросам. Широко распространена ситуация, когда конкретные эксперты вовлечены в практическую коммуникацию, проводят собственные исследования, формируя на их основе концептуальные модели и экспертные сети, и при этом публично презентуют результаты своих разысканий.

Таким образом, полное разведение политической и экспертной коммуникации затруднительно, поскольку они тесно пересекаются на уровне как процессов, так и конкретных персоналий, участвующих в этих процессах. Мы постараемся как раз показать особенности экспертной коммуникации и выполнения экспертной функции в телеграм-каналах. Отметим, что не склонны к однозначно-негативной оценке примеров, когда люди сочетают в себе разные функции (экспертов, аналитиков, технологов, публичных спикеров и т.д.); таковы реалии современной политической коммуникации



в России. Хочется предложить рабочий инструмент для того, чтобы различать и эффективно использовать экспертную составляющую. При этом мы, безусловно, не ставим знак равенства между настоящим экспертом и пропагандистом или «экспертом на все темы», претендующим на профессиональный статус, что по-прежнему не исключает пересечения статусно-ролевых позиций.

Субъектами экспертной коммуникации являются отдельные (в том числе независимые) эксперты, экспертно-аналитические центры (самостоятельные и аффилированные с конкретными политическими акторами) и их представители, экспертно-аналитические подразделения политических партий, государственных органов и бизнес-структур.

Телеграм-канал – это канал в мессенджере Telegram, осуществляющий коммуникация «one to many» (Nobari, Sarraf, Neshati & Daneshvar, 2020, pp. 5–6). Политический телеграм-канал – канал, с определенной регулярностью комментирующий актуальную политическую повестку, общественно-политические события, действия политических субъектов и т.д. (Мокрая, 2018). Субъектность авторов телеграм-каналов порой носит очень сложный характер: одному и тому же субъекту могут принадлежать разные телеграм-каналы, один и тот же канал может параллельно контролироваться разными редакциями и т.д.

Отметим также, что телеграм-каналы, формируя особую интеллектуальную и политическую экосистему, все-таки остаются платформой, то есть инструментом взаимодействия субъектов, а не заменяют их собой. В связи с этим подчеркнем, что, даже когда мы говорим о конкретном телеграм-канале как о субъекте, всегда имеем в виду, что настоящим субъектом является лицо или группа лиц, стоящая за этим каналом и использующим его для коммуникации.

Политические телеграм-каналы бывают анонимными и авторизованными. У авторизованного телеграм-канал известен автор (владелец, ведущий). Имя или структурная аффилиация (ссылка на сайт организации или интернет-портала) указана непосредственно в названии либо в описании. Такими телеграм-каналами являются «Политолог Орлов», «Bunin & Co», «Политаналитика», «Актуальные комментарии», «Фонд “Петербургская политика”», «ФОРГО», «Всем ВЦИОМ!» и другие.

Автор (владелец, ведущий) формально анонимного телеграм-канала не указан в описании. Понятие включает три группы субъектов.

Первая группа – де-факто авторизованные за счет своего бренда, принадлежащие известным экспертам, которые не скрывают свою принадлежность к телеграм-каналу, открыто используют его в коммуникации, зачастую дублируют сообщения в Telegram и в других социальных сетях и т.д. Характерный пример: «Политбюро 2.0» и вся экосистема тематических каналов политолога Е. Минченко.



Вторая группа – это формально анонимные телеграм-каналы, имена владельца и (или) авторов которых известны внутри профессионального сообщества. Они не являются тайной, при необходимости достаточно легко выясняются из открытых источников, но не афишируются. К таким могут относиться как авторские каналы, так и каналы-агрегаторы, которые сами не создают уникальный контент, а занимаются тематическим репостом (например, «Политфорум» или «16 негрятят»).

Третья группа – действительно анонимные телеграм-каналы, чьи владельцы и авторы неизвестны широкой аудитории и не выявляются из открытых источников. Характерный пример – «Незыгарь».

Телеграм-каналы могут формировать между собой «сетки» для обмена информацией и усиления информационного сигнала. Каналы могут быть объединены благодаря общему владельцу, авторам. В этом случае разные каналы посвящены конкретным тематическим направлениям. Например, экосистема Е. Минченко включает каналы, посвященные российской федеральной («Политбюро 2.0»), региональной («Госсовет 2.0», «Минченко консалтинг» Регионы») и международной политике («Минченко консалтинг» World»), а также ряд других.

«Сетка» может возникнуть как результат переноса на платформу Telegram дружеского и профессионального общения знакомых экспертов. Либо благодаря медийной кооперации – для усиления информационного сигнала и увеличения охвата распространения. В ряде случаев она возникает стихийно и состоит из каналов, принадлежащих разным субъектам с достаточно близкими позициями. В других случаях создается целенаправленно в целях последующего скоординированного воздействия на повестку или противодействию информационному воздействию со стороны других сеток. Так формируется многообразие «новых направлений политической коммуникации и медиаполитики», в рамках которых «телеграм-войны» приходят на смену классическим медиавойнам телеканалов или печатной прессы. Именно этот аспект функционирования политического Telegram в настоящее время изучен лучше всего.

На практике экосистема политических телеграм-каналов оказывается сложной и разветвленной. Значительную часть политического Telegram представляют каналы, принадлежащие к различным «сеткам», аффилированным с политическими субъектами. Экспертная составляющая в таких каналах представлена минимально, любые новости, как правило, подаются с заранее расставленными акцентами. Чтение таких каналов может раскрыть тренды публичной повестки и текущие намерения стоящих за каналами субъектов. То есть речь в данном случае идет исключительно о мониторинге публичного поля. Такие телеграм-каналы не являются источником экспертно-аналитических материалов, они сами могут служить предметом экспертизы (в том числе интент-анализа).





Параллельно работают телеграм-каналы, которые ведутся экспертами и экспертными центрами, в них содержатся взвешенные и качественные оценки, комментарии, аналитические продукты. Для них использование телеграм-каналов позволяет решить много коммуникационных вопросов. Например, удобно давать комментарии, публикуя посты у себя в канале. Вместо того чтобы постоянно отвечать на звонки и давать одинаковые ответы журналистам (а потом еще уточнять сказанное и т.д.), можно написать короткую и содержательную формулировку, которую может использовать широкая аудитория. Удобно размещать в Telegram экспертные продукты: аналитические доклады, презентации, книги, записки, слайды и т.д. Функционал мессенджера позволяет выкладывать файлы с полнотекстовыми исследованиями и одновременно писать к ним вводные, пересылать информацию в мессенджерах, при перепо-стах – давать комментарии и т.д.

В зоне «посередине» между первой и второй группой телеграм-каналов действуют «инсайдерские» каналы, которые, с одной стороны, решают политические и коммуникационные задачи, а с другой – могут давать эксклюзивную информацию о процессах и событиях, которая либо сама является качественной аналитикой, либо дает дополнительные возможности для экспертного анализа в качестве первичного материала.

Существуют объективные проблемы при работе с «инсайдом». Под видом эксклюзивных материалов часто подаются ведомственные слухи, «разговоры в курилках», ожидания (в том числе носящие формирующую функцию), «сырые», непроработанные решения, «мозаичная» информация (вырванная из контекста) и т.д. В ряде случаев никакого «инсайда» нет вовсе, но у читателя появляется ложное чувство причастности к реальным политико-управленческим процессам. Иногда «инсайд» оказывается целенаправленной утечкой информации (достоверной или ложной) в расчете на медийные и политические последствия. Разобраться в этих вопросах сложно, если человек не включен в данную коммуникацию на профессиональной основе.

Отдельно можно отметить телеграм-каналы-агрегаторы, которые собирают актуальную информацию в отраслевом, региональном или тематическом разрезе. Они удобны как предмет регулярного профессионального мониторинга по интересующей теме, но сами, как правило, не создают уникального экспертного содержания.

На практике все перечисленные разновидности телеграм-каналов работают параллельно, отчего у неподготовленного читателя случается информационный шок. В результате вместо того, чтобы разбираться в публикуемых материалах и критически относиться к их содержанию, читатель выбирает либо каналы, транслирующие близкую ему политическую позицию, либо выбирает информацию, выделяющуюся по стилю и формату подачи материала (чаще всего – скандальному и претенциозному), либо и вовсе потребляет неструктурированный информационный поток. Поскольку для профессиональной работы такой подход заведомо не продуктивен, предметно встает



вопрос о создании аналитической модели функционирования политических телеграм-каналов.

## **Телеграм-каналы как пространство политической борьбы, согласования решений и экспертной рефлексии**

Востребованность телеграм-каналов как инструмента политической и экспертной коммуникации связана с двумя факторами: во-первых, с особенностями самого мессенджера, во вторых, со спецификой политического устройства, динамикой политических процессов, особенностями самой экспертной коммуникации в сфере политики в современной России<sup>1</sup>.

В отличие от телевидения, обращенного к массовому зрителю, в России Telegram ориентирован в первую очередь на политически активный класс (примерно 50–150 тыс. человек). «Ядро» политического Telegram, внутри которого происходит основная коммуникация, не превышает нескольких тысяч. А число ключевых экспертов, политологов, профессиональных специалистов из бизнеса, госорганов и вовсе исчисляется несколькими сотнями. В этом смысле экосистема политических телеграм-каналов носит безусловно элитарный и эксклюзивный характер. Большое число подписчиков отдельных телеграм-каналов не должно вводить в заблуждение – среди них вполне могут преобладать боты или случайные читатели, некритически потребляющие неструктурированный информационный поток. Способность создавать качественный аналитический контент либо оказывать влияние на публичную повестку автоматически выводит тот или иной канал в «ядро» экосистемы политических телеграм-каналов.

Политический Telegram в России децентрализован, что обеспечивает низкий «порог входа». В отличие от традиционных СМИ (радио, телевидения, печатной прессы), для публикации в телеграм-каналах не требуется специальной подготовки, оборудования, получения лицензии и т.д. Многие эксперты отмечают, что телеграм-каналы в этом смысле остаются «островком свободы» для открытой коммуникации, что, впрочем, порождает регулярные дискуссии внутри экспертного сообщества о том, как долго продлится это состояние.

Важную роль играет и сам функционал Telegram как мессенджера, в том числе возможность пересылать посты из телеграм-каналов как обычные сообщения. В отличие от социальных сетей типа Facebook, читатель сам настраивает новостную ленту, алгоритмы Telegram не прячут сообщения и не показывают в качестве новых уже прочитанные посты, отсутствует навязчивая реклама, существует удобная система поиска в истории каналов (в том числе поиска по файлам и ссылкам) и т.д. Для экспертов и профессиональных участников политической коммуникации это является безусловным плюсом.

---

<sup>1</sup> Подчеркнем, что в данном случае мы говорим о русскоязычном сегменте Telegram, допуская, что за его пределами будут работать другие закономерности.



В результате политический Telegram максимально близок к адресату политической и экспертной коммуникации – к лицам, принимающим решения в организованных политических и экономических структурах. При этом возникает сразу два «окна доступа»: через неформальный обмен сообщениями (ссылками) в личных сообщениях и через регулярный аналитический мониторинг, в рамках которого ключевые новости оперативно включаются в дайджесты, лежащие на стол руководителям.

В политическом сегменте мессенджера Telegram сложилась уникальная ситуация: низкий «порог входа», короткое «плечо» передачи информации к адресату, в том числе статусному и «закрытому», массовый охват при одновременной элитарности коммуникации. В этом состоит ее отличие от Facebook и Twitter, которые одно время были популярными социальными сетями, в том числе в экспертных кругах, но так и не стали полноценным инструментом именно экспертного общения, а также от других социальных сетей и платформ.

Facebook играет важную роль в распространении политического контента и долгое время претендовал на роль площадки экспертного общения. Однако непрозрачные принципы формирования новостной ленты (автоматическое сокрытие одних постов и повторение других, их нелинейное и нехронологическое расположение и т.д.), наличие навязчивой рекламы, активное участие ботов и неэкспертной аудитории, модерационная политика социальной сети – вместе привели к тому, что возможности экспертной коммуникации в Facebook снижаются, а сама социальная сеть все больше становится площадкой «для дружеского общения экспертов» и для иных форм политической (но не экспертной) коммуникации.

Twitter ограничен короткими сообщениями, удобными для передачи ссылок и «вирусного» распространения новостей, однако лишен возможности публиковать длинные тексты, необходимые для полноценной экспертной коммуникации. То есть он может выполнять лишь роль вспомогательного инструмента при других платформах.

Популярная в России социальная сеть «ВКонтакте» во многом похожа на Facebook и в силу этого также развивается как социальная сеть «для дружеского общения». Она играет важную роль в политической коммуникации, но не стала площадкой для обмена экспертными мнениями, диалога по значимым проблемам.

Ориентированные на визуальный контент Instagram и TikTok в целом слабо подходят для многостороннего экспертного общения. Аналогичным образом YouTube позволяет публиковать качественные экспертные продукты (лекции, интервью, диалоги, дискуссии, презентации и т.д.), но не может быть инструментом оперативной двух- и многосторонней коммуникации.

Ориентированный на аудиальную коммуникацию ClubHouse пережил очень короткий всплеск популярности, в том числе в экспертной среде,



в начале 2021 г. и затем также стремительно потерял ее в течение нескольких месяцев.

Закрытые платные платформы (например, Patreon или Sponsr.ru) достаточно часто используются для передачи качественного экспертного контента. Они также отличаются отсутствием рекламы, четко хронологически выстроенной лентой новостей, возможностью пользователя самостоятельно выбирать нужный контент и оставлять обратную связь в виде комментариев. В каком-то смысле можно говорить о том, что на данных платформах возвращаются старые практики, когда заинтересованный в получении конкретного контента читатель напрямую поддерживает конкретного эксперта, производящего этот контент (можно вспомнить модель средневекового европейского университета).

На фоне многочисленных публичных дискуссий о «смерти» традиционных СМИ и качественной журналистики платные платформы позиционируют себя площадкой для серьезных, востребованных экспертов и публицистов, общающихся с читателями напрямую, минуя редакторов, рекламодателей СМИ и т.д. Однако подобная закрытая коммуникация с возможностью доступа к привилегированному контенту по определению не является массовой. Более того, она по своей природе противопоставлена массовому открытому (open access) обмену информацией и нуждается в дополнительных открытых площадках для притока новых читателей, трансляции вовне смыслов и идей. Примечательно, что владельцы каналов на закрытых платных платформах дублируют посты (или, как минимум, дают интригующую вводную) в Telegram или Facebook для привлечения новой аудитории.

Данные замечания ретроспективно обозначают тенденции последних лет, каковые, безусловно, заслуживают предметного и глубокого изучения в рамках самостоятельных исследований. Отметим также, что в других сферах (банковская аналитика, продажи, мода, индустрия развлечений, туризм и т.д.) разные социальные сети могут получать совершенно другое функциональное использование. Кроме того, в условиях многообразия социальных сетей авторы нередко просто дублируют сообщения, например, в Facebook и Telegram; особенно на фоне роста неопределенности вокруг будущего этих мессенджеров.

Мы сознательно оставляем в стороне дискуссии о демократическом транзите и качественных характеристиках политического режима современной России. Отметим, что при кажущейся незначительности публичной политической конкуренции (например, между партиями или отдельными кандидатами) в современной России разворачивается очень серьезная непубличная и аппаратная конкуренция между разными политическими, элитными, аппаратными и бизнес-группами. В этом плане Россия, хотя и отличается существенно от СССР и Российской Империи, по-прежнему сохраняет определенное «византийское» начало.



Основным политическим субъектом в России является государство, но прямая борьба между органами власти, элитными и аппаратными группами очевидно невозможна. Это означало бы либо коллапс государственного строя вроде того, который сопровождал распад СССР (1990–1991 гг.) и мучительное становление современного российского государства (1992–1993 гг.), либо конфликтное и во многом деструктивное противостояние ветвей и уровней власти (характерные примеры можно было наблюдать в российской политике 1994–1999-х гг.).

На современном этапе укрепления российской государственности борьба элит фактически переносится из электоральной и публично-партийной плоскости в аппаратную и медийную сферу. В силу закрытости политической системы России, большого веса непубличных процессов, важной роли государства и административных органов, глубокого разделения между публичной и «реальной» повесткой – телеграм-каналы успешно заняли нишу опосредованной элитной борьбы. При этом сказались такие особенности мессенджера, как открытость, оперативность, элитарность, возможность массового охвата аудитории, анонимность.

В результате внутри экосистемы политических телеграм-каналов разворачивается очень сложная информационная реальность, воздействующая на политическую и экспертную коммуникацию.

Телеграм-каналы стали пространством непрекращающихся медиавойн, «сливов», «инсайдов», «утечек», анонсов и прогнозов отставок и кадровых перестановок, пространством информационных атак и политических кампаний. Это в чистом виде политическая коммуникация: даже если конкретные «утечки» и «инсайды» носят абсолютно достоверный характер, они в первую очередь решают политические задачи. До появления массового интернета те же самые процессы разворачивались в эфире ключевых федеральных телеканалов, а также в печатной прессе. Однако Telegram серьезно превосходит традиционные СМИ по интенсивности коммуникации и по оперативности доведения информации до получателя.

Для экспертов подобная картина непрерывного информационного противостояния может быть ценным источником информации для серьезной аналитики, выявления тенденций и прогнозирования. Нередко «опубликование» того или иного решения как «согласованного» направлено на то, чтобы как раз предотвратить подобный сценарий. Напротив, формирование ожиданий часто приводит к тому, что определенное решение в итоге действительно принимается. То есть здесь имеют место эффекты как «самоопровергающихся», так и «самосбывающихся» пророчеств.

Особо отметим механизм публичного согласования управленческих решений между государственными органами и политическими центрами. Он осуществляется не только через Telegram, большую роль играют традиционные СМИ и деловые издания. Однако в силу названных выше особенностей



мессенджера этот механизм все больше использует возможности телеграм-каналов.

При обсуждении управленческого решения, затрагивающего интересы разных экономических и элитных групп, в какой-то момент стороны оказываются в переговорном тупике. Ни одна из сторон не может «продать» удобный для себя вариант, либо, напротив, решение близко к согласованию, а его противники не могут переломить ситуацию. Тактическим ходом может стать опубличивание информации – через деловые СМИ и последующее распространение новости в Telegram. Как правило, зашедшая в тупик сторона оглашает невыгодное для себя решение, указывая при этом на возможные негативные социальные и экономические последствия для всего общества или для большого числа отраслей и сфер. Поднимается общественный резонанс, новость «замечают» аналитические и мониторинговые службы, после чего следует заявление статусных спикеров о том, что «в таком виде решение не может быть поддержано». Эта реакция также дается в деловых СМИ и распространяется в Telegram. Как правило, в этом случае цель проигрывавшей стороны достигается – быстрое принятие невыгодного ей решения сорвано либо отсрочено.

Сами по себе подобные коммуникационные стратегии не являются чем-то однозначно хорошим и плохим. В первую очередь, они – часть сложных процессов согласования коллективных интересов общества, бизнеса и государства. Впрочем, нередко такой практикой злоупотребляют отдельные игроки, особенно в тех случаях, когда государство берется за «расширение» накопившихся общественных проблем, вокруг которых сформировались собственные группы интересов, получающие прямую выгоду от нерешенности противоречий. Отсюда возрастает прямой запрос уже на экспертную, а не только манипуляционную или политическую составляющую – у властных субъектов возникает прямая заинтересованность в объективном понимании ситуации и в донесении информации до широкой аудитории.

Еще один механизм публичного согласования управленческих решений проявляется в «тестировании» разных вариантов решения, по которому нет четкой позиции у властных субъектов либо отсутствует однозначное понимание социальной реакции. В этой ситуации проект решения также может быть оглашен через связку «деловые СМИ – кампания в Telegram». Информация доходит до получателей – заинтересованных социальных, элитных и бизнес-групп, после чего на нее следует реакция – поддержка, критика, простое «принятие к сведению» и т.д. В зависимости от публичной реакции вырабатывается итоговое решение: принять в существующем виде, смягчить отдельные положения, еще больше усилить конкретные новации, отложить принятие решения на будущее ввиду явного публичного неодобрения и т.д. Фактически, речь идет об оперативном обмене мнениями по актуальным политическим и управленческим вопросам. При этом на проект решения будут реагировать не только заинтересованные политические и экономические



группы (оценивающие «выгоду», в чем бы они ни проявлялась), но и экспертное сообщество, которое укажет на сильные и слабые стороны, прогнозируемые последствия, риски и т.д. И здесь скоростной обмен информацией позволяет Telegram работать «коллективным» и при этом распределенным (не имеющим единого центра) «think tank».

Аналогичным образом «коллективный» Telegram может работать как своеобразный «политический барометр» накануне значимых общественно-политических событий: выборов, международных форумов, мероприятий с участием президента и т.д. Через призму различных мнений и оценок, часть из которых заведомо будет манипулятивной, аффилированной с конкретными центрами, имеющей заказчиков и бенефициаров, формируется многоплановая картина. На основе полученного «среза» реальности лица, принимающие решения, могут точнее планировать и программировать повестку.

На этом этапе открывается возможность для тонких управленческих технологий. Через «утечки» в СМИ и Telegram оглашается один из вариантов возможных действий государственных органов, вызывая экспертные дискуссии и профессиональную оценку возможных последствий и рисков. Политические субъекты также озвучивают свою позицию, предпринимают определенные ходы, чтобы скорректировать решение или использовать его последствия с максимальной выгодой. Само решение еще не принято, более того, оно может никогда не быть принято в такой редакции. Однако политические игроки уже сделали свои ходы в предложенных им условиях. Решения нет, но политическая реальность и публичная повестка изменились. Telegram открывает широкие возможности для подобного рекурсивного политического управления.

Параллельно с этой напряженной политической борьбой действуют эксперты, для которых телеграм-каналы – это эффективный инструмент самовыражения и донесения своей позиции до политических субъектов, а также оперативной рефлексии по поводу происходящих событий и процессов. Совокупность экспертов, вовлеченных в обсуждение актуальной политической повестки, формирует коллективный распределенный «think tank».

При проведении крупных федеральных мероприятий с участием первых лиц (таких, как Послание президента Федеральному собранию РФ, «прямые линии», пресс-конференции, саммиты и т.д.) эксперты публично рефлексиируют о мероприятии в целом, его задачах, особенностях организации, политических сигналах и возможных последствиях. Телеграм-каналы позволяют оперативно отмечать отдельные заявления и сигналы, и в этом они близки «лентам» традиционных СМИ. Одновременно они позволяют публиковать оценки, комментарии, интерпретации, давать прогнозы, оценивать ожидания. В телеграм-каналах удобно помещать короткие сообщения с аналитической «выжимкой» основных смыслов прошедшего мероприятия. В отличие от Facebook, подписчики телеграм-канала, журналисты, другие эксперты гарантированно увидят сообщение. Кроме того, публикация собственного



экспертного комментария в телеграм-канале упрощает взаимодействие с журналистами разных изданий: они могут взять результаты экспертной оценки в готовой формулировке прямо из Telegram – без долгих созвонов, необходимости перепроверки тезисов и т.д. Аналогичным образом осуществляется анализ международных событий.

Ведущие социологические центры регулярно публикуют рейтинги политиков, партий, доверия государственным институтам и т.д. В период проведения электоральных кампаний значение таких рейтингов особенно возрастает. После появления рейтингов эксперты либо в тезисной форме фиксируют тенденции (например, рост или снижение поддержки одной или нескольких партий, резкие перемены в общественных настроениях и т.д.), либо публикуют развернутое описание и объяснение увиденных тенденций. В этом споре, может быть, и не рождается истина (тем более что политические субъекты интерпретируют социологические данные в своих интересах), но возникает многоплановая картина, позволяющая получить глубокие аналитические или даже прогностические выводы.

Экспертные центры, подготовившие исследовательский доклад по политически значимой теме (развитие партийной системы, состояние губернаторского корпуса, кадровые тенденции на федеральном и региональном уровне и т.д.), используют функционал Telegram для публикации полного текста исследования в виде прикрепленного файла (который удобно пересылать, открывать, читать, скачивать) и короткой выжимки основных идей (в одном-двух-трех постах). При этом читатели доклада, в том числе эксперты, ведущие другие телеграм-каналы, могут за счет репостов распространять доклад и его выводы, оперативно давать собственные комментарии и оценки, соглашаться или оспаривать общий посыл доклада или отдельные тезисы и так далее. В результате инициируется экспертная дискуссия, из которой можно подчерпнуть собственные выводы, в том числе понять, что стоит за теми или иными позициями, оценить аргументы и намерения спикеров.

Консенсусные оценки по проблеме со стороны разных, в других обстоятельствах конфликтующих между собой экспертных центров могут стать востребованной пищей для размышлений лиц, принимающих решения. Напротив, расхождение экспертных позиций позволяет взглянуть на вопросы с различных точек зрения либо, зная политическую аффилиацию, оценить мнения центров власти по проблеме.

Это лишь небольшое число вариантов того, как проявляется экспертная функция в телеграм-каналах. Приведенные выше примеры иллюстрируют наш тезис о том, что экспертный сегмент политического Telegram является коллективным распределенным «think tank», фабрикой мысли, которая с высокой оперативностью реагирует, рефлексит над происходящими политическими процессами, демонстрируя разнообразие мнений и оценок. В свою очередь, озвученные публично экспертные и политические позиции сами становятся предметом коллективного экспертного анализа и рефлексии.





Подведем итог. В силу объективных и субъективных причин телеграм-каналы стали востребованным инструментом как для политической, так и для экспертной коммуникации в современной России. Обе коммуникации существуют в едином сетевом пространстве, имеют много точек и линий пересечений, а также рекурсивно влияют друг на друга. Политическая коммуникация становится предметом анализа и коллективной рефлексии для экспертов, а экспертные выводы и оценки воздействуют на политическую повестку. Границы между политической и экспертной коммуникацией дополнительно размыты тем, что ключевые экспертно-аналитические центры в сфере публичной политики имеют определенную аппаратную, политическую, а в ряде случаев – партийную и идеологическую аффилиацию, а потому могут выступать в роли как экспертных, так и политических субъектов. В этой ситуации возникает вопрос о правилах работы с информацией в телеграм-каналах, чему будет посвящена заключительная часть нашего исследования.

### **Возможности и ограничения политической экспертизы в телеграм-каналах**

---

Экосистему политических телеграм-каналов можно рассматривать как распределенный think-tank, в режиме реального времени анализирующий политическую повестку современной России. Telegram востребован как инструмент публичной экспертной коммуникации, экспертная и политическая коммуникация в Telegram сами по себе является перспективным предметом прикладного политического анализа. Они тесно переплетены между собой, в связи с чем возникает вопрос о критериях их различения. Проблема различения качества информации в социальных сетях поднималась в отдельных исследованиях (Морозова & Попова, 2020), они пока носят фрагментарный характер и не затрагивают вопросы качества политической экспертизы.

Мы уверены, что ключевой фигурой в процессе анализа телеграм-среды является эксперт-аналитик. Его погруженность в профессиональную коммуникацию, высокая требовательность к себе как к исследователю в совокупности позволяют получить качественный аналитический синтез. Вопрос профессиональной подготовки и включенности в экспертную коммуникацию, неоднократно поднимаемый нами в данной статье, совершенно не праздный. Комплексность цифрового мира, высокая плотность коммуникации, многообразие информационных сигналов и стоящих за ним интересов, стратегий и воле политических субъектов на практике приводят к реализации принципа «у имеющего прибавится, а у не имеющего отнимется». Поэтому, несмотря на неоднократно обозначенный выше низкий порог «входа» в политический Telegram, в действительности погружение в пространство политической и экспертной коммуникации требует очень высокой профессиональной подготовки.



Правила работы с новостными каналами и каналами-агрегаторами интуитивно понятны. Обозначим лишь ключевые моменты.

Для информационных агентств и ключевых изданий наличие собственного телеграм-канала с дублированием ключевых новостей и публикаций повышает возможности оперативной публикации и распространения информации (в том числе со ссылками на официальные сайты), но речь в данном случае идет лишь об «обычном» функционировании традиционных СМИ, пусть и на новой платформе. Подтверждение новости на сайтах и в официальных телеграм-каналах ведущими информагентствами и деловыми СМИ можно считать важным индикатором верификации информации.

Деловые издания, комментируя значимое политическое событие, стараются привести цитаты опрошенных экспертов. Эти высказывания могут быть как собственно экспертными, не имеющими политической аффилиации, так и продвигающими определенную позицию. Издания, ориентированные на элитарную аудиторию, уделяют большое внимание предварительному отбору пула опрашиваемых экспертов, нацелены на предоставление качественных оценок для своих читателей. В этом смысле можно говорить о том, что «большая часть работы» по отбору качественной информации уже проделана на этапе подготовки выпуска или заметки.

В то же время, редакционная политика может быть фактором, который вносит если не искажение, то, как минимум, определенную расстановку акцентов. Нередко опрошенные эксперты являются специалистами в своей, часто достаточно узкой области, обладают определенной корпоративной культурой и т.д., что накладывает собственный отпечаток.

Телеграм-каналы-агрегаторы, не производящие контент, удобны в использовании как база данных новостей и дайджестов по интересующей теме. Как правило, они выполняют техническую функцию – сбор фактов без вынесения оценок. Также они могут специализироваться на репостах экспертных мнений (в рамках заданной тематической направленности) или на составлении обзоров различных позиций по ключевым информационным поводам и дискуссиям. В обоих случаях агрегаторы являются полезным источником информации, особенно при решении мониторинговых и обзорных задач, поскольку выполняют первичную поисковую работу.

При работе с агрегаторами важно удостовериться в полноте охвата информации. Очевидно, что ни один, даже самый полный и удобный канал-агрегатор, не заменит собственную поисковую работу эксперта-аналитика, особенно при решении специфических задач. Важно уметь «приподниматься над контекстом» и понимать для себя общие особенности подачи информации: полноту охвата, расстановку акцентов, эмоциональную и политическую тональность. Нередко агрегаторы работают в заданных политико-идеологических рамках, нарочито упуская из внимания одни позиции и усиливая освещение других. Впрочем, это не создает большой проблемы, пусть и требует от исследователя внимательности – на начальном этапе анализа, при опреде-



лении общих особенностей канала, а также тогда, когда в повестке канала-агрегатора происходит заметное смещение акцентов.

Главную проблему анализа представляет навигация внутри «неструктурированного» пространства политических телеграм-каналов. Наша аналитическая модель предлагает следующие исследовательские шаги.

Во-первых, необходимо ответить на вопрос об авторском или анонимном характере телеграм-канала. Даже в случае формальной анонимности следует обратить внимание на возможное наличие отсылающего к автору бренда, а также проверить авторство по открытым источникам.

В случае если автор известен, важно провести собственный анализ – кто он, в чем заключаются его профессиональные компетенции и сильные стороны, по каким темам он действительно является квалифицированным специалистом. Последний момент исключительно важен. Специалист по фондовым рынкам, аудитор или отраслевой юрист, профессионал в своей сфере, не обязательно имеет релевантное представление о политических процессах, понимает политическую (а не экономическую, корпоративную и т.д.) логику принятия решений, в должной мере оценивает сопутствующие социальные и идеологические факторы. Важна профессиональная специализация эксперта внутри корпорации, например, в области международной политики, электоральных процессов, партийной политики, лоббизма или внутриэлитных отношений. Уникальные компетенции могут накладывать ограничения. Четкое понимание границ компетентности необходимо при оценке фигуры эксперта.

Не менее важную роль играет политическая и аппаратная аффилиация. Она способна серьезно сказываться на транслируемой позиции, причем как в положительную, так и в отрицательную сторону, и эту возможную поправку следует принимать во внимание. Эксперт может в первую очередь выстраивать аналитическую траекторию, пусть и с поправкой на интересы аффилированной структуры. А может выступать в первую очередь медиа-технологом, пропагандистом, транслятором мнений и т.д. В последнем случае мы имеем дело с феноменом «формирующей аналитики», о которой будет сказано ниже, либо с откровенной пропагандой. Впрочем, даже в этом случае озвученное мнение или оценка востребованы как предмет анализа, поскольку отражают интенцию стоящего за транслятором мнений политического субъекта.

В целом при анализе авторизованного телеграм-канала исключительно роль играет репутационный аспект: признание эксперта внутри профессионального сообщества, его включенность в профессиональную корпорацию, наличие собственного, в том числе оригинального (в разумных рамках) взгляда на политические процессы. Определенная экстравагантность и даже эпатажность могут быть востребованным инструментом позиционирования, если не отменяют профессионализм.

Отметим также, что серьезные и признанные эксперты, как правило, открыто говорят о границах своей компетентности, о слабых знаниях в одних



вопросах и сильных – в других; разделяют профессиональную оценку, когда полностью владеют материалом, высказывают личное мнение, если оценка пристрастна. Способность различать свою профессиональную компетентность, понимание общих процессов и собственное субъективное мнение положительно характеризует эксперта и увеличивает ценность его позиции.

В случае с анонимными телеграм-каналами ситуация усложняется именно потому, что пропадает фигура четко идентифицируемого автора – носителя компетенций. На первый план выходят косвенные индикаторы.

Признание анонимного телеграм-канала «влиятельным» не является критерием экспертной ценности. При этом, даже не обладая собственной аналитической ценностью, такие телеграм-каналы играют важную роль в политической коммуникации и значимы для мониторинга политической повестки.

При выявлении качественного экспертного контента нельзя считать самодостаточным индикатором и количество подписчиков, их значительная часть – боты, «накрутка», «случайные» люди, сотрудники мониторинговых служб и так далее. Размер аудитории важен для проведения коммуникационных кампаний, продвижения канала, его монетизации, для статуса и позиционирования владельца в качестве влиятельного лидера мнений и проч. Весьма распространена ситуация, когда каналы реальных экспертов, не входящих в информационные «сетки», имеют буквально несколько сот подписчиков, что совершенно не снижает уровень их экспертизы.

Важными индикаторами оценки качества телеграм-канала (как анонимного, так и авторского) являются стиль ведения, эмоциональная тональность. Доступный, но профессиональный язык, сдержанность изложения, учет различных позиций, взвешенная аргументация, признание пределов собственной компетентности безусловно характеризуют содержание канала с положительной стороны.

Тенденциозные выводы, явная политическая или идеологическая ангажированность, навешивание ярлыков, передергивания, некорректные обобщения, личная эмоциональная вовлеченность, общая поверхностность, очевидный трэш-контент, напротив, не позволяют отнести телеграм-канал к субъектам экспертной коммуникации. Другими негативными маркерами являются лексические индикаторы: диминутивы, пренебрежительные оценки, язвительные комментарии, непрекращающееся высмеивание оппонентов, конкурентов или предмета анализа, сведение личных счетов, преобладание мемов, открытых и завуалированных подколов, сатиры. За очень редкими исключениями подобные маркеры снижают доверие к источнику.

Исключением может быть позиционирование канала как личной или развлекательной страницы. В таком случае автор изначально не претендует на экспертность и предупреждает об этом читателя. Однако даже на таком канале могут встречаться разумные и грамотные экспертные оценки, выводы или ссылки на собственные же качественные материалы с других ресурсов.



Эпатажная и провокационная тональность канала могут также быть нарочно выбраны авторами для взаимодействия с аудиторией, при этом комментарии и выводы обладают несомненной экспертно-аналитической ценностью. Отметим, однако, что такие телеграм-каналы являются скорее исключениями на фоне большинства других с подобной стилистикой.

Безусловно настораживающими индикаторами являются фамильярность, обманчивая легкость текстов, доступность (тем более примитивность) языка, «тыкание» читателю. Подобные лингвистические и коммуникативные приемы направлены на снижение критического барьера у адресата, на создание с ним эмоциональной близости, особенно по проблемным темам. В связи с этим важны специфические слова-маркеры, выдающие принадлежность к определенной политической или социальной субкультуре, специфической идеологии, закрытой группе, секте и т.д. Если основные смысловые конструкции телеграм-канала систематически выстраиваются вокруг подобных слов-маркеров, присутствует характерная эмоциональная тональность, общий посыл постов является тенденциозным или деструктивным – это прямое основание быть максимально настороженным к контенту и не рассматривать канал субъектом экспертной коммуникации.

Перечисленные индикаторы применимы для первичной диагностики телеграм-канала, обзора его постов за последние несколько дней или недель и т.д. Еще ряд индикаторов можно использовать на более длительном временном промежутке, если мы сомневаемся в качестве телеграм-канала или предполагаем, что он переключился с экспертной на иные виды коммуникации.

Во-первых, важно отслеживать и уточнять, как оценки данного канала соотносятся с другими, прежде всего, уже квалифицированными качественными источниками. Конечно, далеко не все «выбивающиеся» телеграм-каналы сразу следует записать в «манипулятивные», «ошибочные» и т.д. Нередко бывает, что преобладающая повестка сформулирована политико-технологическими инструментами, а «выбивающиеся» мнения, наоборот, представляют альтернативную повестку или содержательную рефлексию. Однако если позиция телеграм-канала по разным вопросам систематически оказывается отличной, тенденциозной, странной, не подтверждаемой другими источниками, противоречащей логике, здравому смыслу, глубинному пониманию политических процессов, содержит скрытые интенции на разъединение аудитории, провокацию конфликтов и т.д. – в этом случае следует серьезно задуматься о причинах подобной инаковости. Вполне может оказаться, что такой канал выполняет определенные политические функции либо излагает очень специфическую и дискуссионную позицию его автора.

Во-вторых, важно проверять прогнозы и оценки тенденций. Это весьма сложная и нетривиальная задача. Даже сбывающиеся прогнозы совсем не обязательно подтверждают квалификацию источника (в конце концов, даже стоящие часы дважды в сутки показывают абсолютно точное время). Напротив,



не реализовавшиеся прогнозы точно так же по умолчанию не дискредитируют источник. Как мы отмечали выше, в рамках синергетической парадигмы и представления об обществе как о динамичной саморазвивающейся и саморегулирующейся системе любой прогноз становится элементом социально-политической реальности и может вызвать реакцию политических субъектов – которые будут прикладывать усилия к его осуществлению или, напротив, к предотвращению.

Например, если коллективные экспертные структуры выявили политический риск и указали на него, а управляющие структуры приняли усилия по его предотвращению, в результате чего риск не осуществился, а прогноз не сбылся, это раз характеризует качество экспертизы, а также гибкость и адекватность политико-управленческой системы.

Однако если телеграм-канал систематически прогнозирует маловероятные события, неочевидные и нелогичные (с точки зрения политической системы) решения и кадровые назначения, если выделенные тенденции и сообщения о политических и аппаратных конфликтах и союзах не подтверждаются, а прогнозы не сбываются, в этом случае следует признать низкую пригодность данного канала к тому, чтобы быть надежным прогнозно-аналитическим инструментом.

Подозрительно, если источник при этом позиционирует себя «приобщенным к скрытому знанию», «имеющим инсайдерскую информацию» и так далее. Есть целый ряд примеров, когда телеграм-канал работает над созданием образа «гуру», «носителя знаний и компетенций», зарабатывает имиджевые очки в определенной социальной или политической группе, решает коммуникационные и маркетинговые задачи (в том числе монетизирует созданную популярность и напускную респектабельность), но не имеет никакого отношения к экспертной деятельности.

В целом отметим, что качественная аналитика (причем не только в Telegram) является «скучной», дотошной, рассматривает реально существующие процессы, не претендует на тенденциозность выводов, умеренна в оценках и выводах, отмечая положительные и негативные стороны, не бравит собственную значимость, опирается на коллективный, а не узкогрупповой интерес, выявляет существующие проблемы и предлагает инструменты их решения, может быть использована разными политическими субъектами в качестве хорошо проделанной исследовательской работы. В свою очередь, полученные выводы не являются готовыми тезисами политической пропаганды для любой из сторон (и в этом смысле – не содержит политические призывы, не подкрепляет идеологизированную, тенденциозную картину мира).

Перечисленные индикаторы не являются исчерпывающими, а исследовательская настройка может быть сколь угодно долгой. Тем не менее, этого достаточно для того, чтобы предложить аналитический инструмент работы с телеграм-каналами.



Политические телеграм-каналы можно разделить на следующие группы с точки зрения качества контента и наличия у них экспертно-аналитической ценности. Оговоримся сразу, что телеграм-среда является динамичной, имеют место «рейдерские захваты», продажа и перепродажа каналов, смена редакций (особенно у анонимных каналов) или политической аффилиации и так далее. Как результат, разные каналы могут со временем переходить из одной категории в другую, повышая или понижая качество публикуемого контента и его экспертно-аналитическую значимость.

Первая группа – качественные источники с высокой степенью доверия. К ним относятся серьезные, квалифицированные эксперты, организации, каналы, как правило – верифицированные авторами. Такие каналы изначально нацелены на серьезную экспертизу и несут ответственность репутацией за свои комментарии и оценки. Представленные в них исследовательские материалы и выводы заслуживают доверия, являются рабочими аналитическими инструментами.

Вторая группа – качественные источники, которые имеют специфику, влияющую на содержание экспертных материалов: идеологические и политические предпочтения, аппаратный статус (или его отсутствие), «заказная» работа. Если речь идет об экспертном центре, публикующем разных авторов с указанием их авторства, то вполне могут быть серьезные различия между этими авторами, как и различия в качестве их материалов.

Такие каналы нельзя сразу записывать в некачественные источники, особенно если в целом они «держат планку». Однако необходимо быть внимательным к тому, чтобы правильно определить характер и интенцию публикуемых сообщений. В целом, при достаточно продолжительном чтении канала формируется четкое понимание «больных тем», возможных «отклонений», «вкусовщины», заказной работы и так далее.

Индикаторами, указывающими на «заказную» работу, могут быть: резкая смена тональности публикуемых материалов или расстановки акцентов в них; появление нетипичных оценок; неожиданное внимание к новой теме; явный выход за пределы подтвержденных компетенций; тенденциозные оценки, созвучные определенной политической, идеологической или аппаратной позиции; прямые политические и персональные выпады и так далее. Дополнительным индикатором, подтверждающим версию об участии автора канала в качестве исполнителя в коммуникационных и политических кампаниях, являются примеры подобной заказной работы в прошлом.

Третья группа – телеграм-каналы, нацеленные в первую очередь на участие в политической коммуникации, на манипулирование повесткой и на продвижение политической позиции. Качественные оценки в таких каналах встречаются редко или случайно, а если появляются, то в основном для подтверждения определенного политического тезиса. Материалы канала носят тенденциозный характер, в них преобладает пересказ слухов и сплетен, умозрительные и конспирологические построения, ангажированные позиции.



Публикуемые доклады носят анонимный характер либо их авторы по большей части неизвестны для профессиональной аудитории, выводы докладов носят тенденциозный или противоречивый характер, не подтверждаются другими исследованиями, содержат характерные политические пассажи. Часто встречаются или преобладают эмоциональные оценки и в целом – апелляция к эмоциям читателей. Такие каналы могут быть как анонимными, так и авторизованными. Официальным автором и владельцем в этом случае является известный в профессиональной среде медиа-технолог или политехнолог. Часто каналы входят в «сетку», обслуживающую интересы определенных политических групп, либо работают «свободным наемником».

Такие каналы в незначительной степени участвуют в экспертной коммуникации и чаще подчинены решению политических задач своих заказчиков. Глубокой экспертно-аналитической ценности они, как правило, не несут. Однако могут представлять интерес в качестве предмета анализа существующих коммуникационных стратегий и их интересантов, анализа повестки дня и т.д. Отметим также, что утечки, «вбросы», опосредованная коммуникация между политическими, аппаратными и бизнес-группами чаще всего осуществляются именно в таких каналах, в том числе на коммерческой или бартерной основе.

Четвертая группа – каналы-агрегаторы. Могут быть хорошим источником анализа, но требуют внимания с точки зрения возможного манипулирования повесткой, полноты охвата и тенденциозности подачи содержания.

Пятая группа – каналы – новостные ленты, дублирующие сайты информационных агентств, деловых и массовых СМИ. Как правило, публикуют первичную фактическую информацию, являющуюся предметом последующего отдельного анализа и интерпретации.

У второй и особенно у третьей группы источников нередко возникает, получает распространение феномен «формирующей аналитики». Его механизм возникает на стыке политической и экспертной коммуникации, создает определенную трудность при корректной оценке появляющихся в Telegram аналитических материалов. Надеемся, что в дальнейших работах этот феномен будет рассмотрен более содержательно и глубоко.

Понятие «формирующая аналитика» не является широко распространенным и признанным в науке, в отличие от гораздо более изученного понятия «формирующая социология». Мы нашли определение лишь в одном источнике (Голосов, Киселев, Подвинцев, 2010, с. 18). Группа авторов предлагает определение «формирующей аналитики» как «избирательной технологии, предполагающей формирование общественного мнения, в том числе электоральных предпочтений, путем распространения заключений, суждений, оценок и т.п. лиц, считающихся политическими экспертами». В этом виде оно действительно близко понятию «формирующая социология».

Хотелось бы сделать несколько замечаний. Во-первых, мы рассматриваем феномен «формирующей аналитики» более широко, не сводя его только





к арсеналу предвыборных политтехнологических инструментов. Он применяется не только накануне выборов и во время электоральных кампаний, а постоянно – в процессе политической коммуникации. Социальные сети и Telegram в этом смысле являются удобной средой для реализации формирующих информационных кампаний.

Во-вторых, феномен «формирующей аналитики» сложен, многосоставен, включает в себя самые разные варианты – от избирательной трактовки добро-совестных и качественных исследований до прямой политической пропаганды, маскирующейся под авторитет экспертов.

Сформулируем наше собственное рабочее определение. «Формирующая аналитика» – это политическая и коммуникативная технология, использующая экспертные суждения, оценки и в целом опирающаяся на фигуру эксперта (реального или мнимого), направленная на достижение политических целей (включая формирование общественного мнения), на реализацию интересов политических субъектов. Данное определение не претендует на завершенность, мы лишь настаиваем на том, что указанный феномен заслуживает отдельного исследования. При этом мы отдаем отчет в том, что в ряде случаев отличить «формирующую» аналитику от качественной бывает затруднительно, в то время как в других случаях под видом «формирующей аналитики» распространяется навязчивая и агрессивная пропаганда.

На практике технологии «формирующей аналитики» обычно используются следующим образом.

Наиболее качественные источники, отнесенные нами к первой группе, как правило, занимаются реальными исследованиями, а не «формирующей аналитикой». Полученные ими выводы носят общезначимый, а не партикулярный характер. Тем не менее, отдельные положения и выводы таких исследований могут быть вырваны из контекста или односторонне интерпретированы третьими лицами для решения собственных политических и коммуникативных задач. Обычно авторы реагируют и публично указывают на подобные некорректности, дистанцируясь от них.

Особенностью второй группы источников является сочетание качественных исследований с общезначимыми выводами, с одной стороны, с «формирующими» и манипулятивными материалами, с другой. Речь при этом может идти о продвижении собственной политической, идейной или аппаратной позиции, о формировании позитивного имиджа аффилированных политических субъектов и так далее. Если такой телеграм-канал подключается к заказной информационной или политической кампании в качестве исполнителя, то целью «формирующей аналитики» может быть создание негативного имиджа (прямое очернение) объекта атаки; описание тенденций и процессов как излишне позитивных или негативных; преувеличение или, наоборот, игнорирование рисков и последствий; заведомо одностороннее освещение дискуссионных и конфликтных процессов и т.д. В ряде случаев такой телеграм-канал



выступает площадкой, на которой периодически размещается (в том числе возмездно) «заказная» информация.

Третья группа источников, как мы отметили выше, изначально ориентирована на политическую коммуникацию и решение политических задач в Telegram. Большинство публикуемых в них материалов носит откровенно манипулятивный характер. В отдельных случаях для придания веса своим материалам такие каналы обращаются к фигуре эксперта и публикуют собственную или заимствованную аналитику. В большинстве случаев такого рода аналитика тенденциозна, не отличается качеством и глубиной, выводы однобоки. Под видом аналитики часто публикуются конспирологические и спекулятивные рассуждения, домыслы. Распространены «заказные» рейтинги с сомнительной методологией, причем телеграм-канал (точнее, стоящие за ним силы) могут целенаправленно заниматься «информационным рейдерством», ставя потенциальных доноров-жертв на заниженные или завышенные позиции.

Некоторые телеграм-каналы от имени эксперта (псевдоэксперта) намеренно создаются для распространения манипулятивной информации, публикации тенденциозных, поддерживающих информационные кампании комментариев. Размещение в них заказных манипуляционных материалов является нормой. Обратные примыры – то есть публикация качественной аналитики или ссылок на нее – в таких каналах также встречаются, но гораздо реже.

В четвертой группе источников, то есть в каналах-агрегаторах, «формирующая аналитика» может проявляться в тенденциозной и однобокой подборке фактов и особенно чужих экспертных оценок по актуальной повестке.

Каналы – новостные ленты публикуют в основном первичную информацию и в этом смысле редко имеют дело с «формирующей аналитикой».

## **Выводы**

---

Несмотря на общую критическую постановку вопроса о содержании телеграм-каналов в начале работы, мы в целом возвращаемся к тезису о том, что большая часть информации, распространяемой в политических телеграм-каналах, является манипулятивной и нацеленной на решение политических задач. Неслучайно распространенным форматом внутренних рейтингов в Telegram являются подборки каналов, «оказывающих наибольшее влияние на повестку» на федеральном уровне или в масштабе отдельных регионов.

Влиятельные телеграм-каналы с большим числом подписчиков, встроенные в большие информационные «сетки» и аффилированные с конкретными элитными или институциональными группами, занимаются системным сопровождением деятельности конкретных субъектов. Множество других каналов имеют нишевую специализацию или исполняют роль «свободных агентов», эпизодически подключающимся к коммуникационным задачам в интересах разных субъектов.



Экспертная коммуникация, несмотря на удобство ее осуществления именно на платформе Telegram, во многом отходит на второй план в общем информационном массиве. В связи с этим получает широкое распространение феномен «формирующей аналитики», которая мимикрирует и пытается подменить собой настоящие разыскания.

Вместе с тем, проведенное нами исследование показывает, что телеграм-каналы способны и – до определенной степени – уже являются удобным и востребованным инструментом экспертной коммуникации. Несмотря на то, что качественные экспертные материалы могут «затеряться» на фоне остального информационного потока, особенно для неподготовленного читателя, при грамотной настройке мониторинга можно сформировать источниковую базу, которая, собственно, и является распределенным «think tank», в режиме реального времени занимающимся анализом внутривнутриполитической и международной повестки.

Серьезной проблемой становится различие качественных и имитационных экспертно-аналитических материалов в телеграм-каналах. Манипуляционные сообщения часто мимикрируют под профессиональную аналитику, а политические технологи и медиаменеджеры склонны позиционировать себя в качестве серьезных экспертов. Фундаментально решить эту проблему, не будучи самому экспертом, глубоко погруженным в материал и знакомым с «внутренней кухней», сложно. Поэтому огромную роль играет фигура квалифицированного аналитика-исследователя.

Можно выделить дополнительные маркеры определения качественной информации, ее отделения от манипуляционных, пропагандистских сюжетов.

Важнейшим маркером является репутация источника – телеграм-канала и его автора – в профессиональной среде. Серьезные экспертно-аналитические структуры и отдельные ученые в первую очередь занимаются исследованиями, добиваются высокого качества результатов, их публикации взвешены, а выводы не носят тенденциозный характер. Такие телеграм-каналы, как правило, не пытаются реагировать на каждую «горячую» и злободневную новость, а в случае реагирования стремятся дать взвешенную, адекватную оценку происходящим событиям.

Напротив, телеграм-каналы, специализирующиеся на манипулятивном контенте, в силу изначально низко заданной планки содержания не заботятся о своей репутации в профессиональной среде, активно используют приемы скрытого воздействия на читателя и снижения его критической способности.

Затронутые нами проблемы заслуживают дальнейшего анализа. На наш взгляд, перспективными направлениями исследований являются следующие.

Представляется целесообразным конкретизировать и углубить понятие «формирующая аналитика», рассмотреть его вне контекста телеграм-каналов, показать его соотношение с классическими технологиями манипуляции и пропаганды.



Заслуживает проверки рабочая гипотеза нашего исследования о том, что причиной популярности и широкого распространения телеграм-каналов как инструмента политической коммуникации являются особенности политической системы современной России, в частности, преобладание непубличных процессов и высокое значение скрытой аппаратной, а также непрямой информационной борьбы. В связи с этим стоит также проверить предположение о том, что востребованность экспертной коммуникации в телеграм-каналах не в последнюю очередь связана с тем, что сами телеграм-каналы стали пространством политической коммуникации и информационной борьбы.

Любопытной представляется мысль о том, что, возможно, телеграм-каналы не столько формируют уникальную экспертную экосистему, сколько позволяют в удобном и необременительном виде «оцифровать» и сделать доступной реально существующую профессиональную и дружескую экспертную коммуникацию. Гипотеза заслуживает проверки как минимум для того, чтобы понимать – феномен «распределенного интеллектуального “think tank”, сопровождающего актуальную политическую повестку», является уникальным для Telegram или же может быть воспроизведен, даже создан с новым качеством на других сетевых платформах?

В целом обозначенные нами в первом приближении проблемы заслуживают дальнейших теоретических и прикладных исследований.

## **Благодарности**

---

Исследование выполнено при финансовой поддержке факультета политологии МГУ имени М.В. Ломоносова в рамках научного проекта «Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России».

## **Список литературы**

---

- Bilunov, D. (2021, August 17). Russian Telegram Channels: Alternative media used by the establishment. *Evropská observatoř žurnalistiky - EJO*. <https://cz.ejo-online.eu/6742/english/russian-telegram-channels-alternative-media-used-by-establishment>
- Bodrunova, S. S. (2021). Information disorder practices in/by contemporary Russia. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* (1st ed., pp. 279–289). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003004431-30>
- Bykov, I. A., Medvedeva, M. V., & Hradziushka, A. A. (2021). Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus. *2021 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)*, 14–17. <https://doi.org/10.1109/ComSDS52473.2021.9422858>
- Knuutila, A., Herasimenka, A., Bright, J., Nielsen, R., & Howard, P. N. (2020). Junk news distribution on Telegram: The visibility of English-language news sources on public Telegram channels. *The Computational Propaganda Research Project*.



<https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/10/Junk-News-Distribution-on-Telegram.-Data-Memo-v1.1.pdf>

- Nobari, D. A., Sarraf, M. H. K. M., Neshati, M., & Daneshvar, E. F. (2021). Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. *Expert Systems with Applications*, 168, 114303. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114303>
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213–229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>
- Salikov, A. (2020). Social Media in Russian Politics. *Politologija*, 99(3), 64–92. <https://doi.org/10.15388/Polit.2020.99.3>
- Акопова, Т. С., Тихонова, А. В., & Агурова, А. А. (2020). Особенности Telegram как канала политической коммуникации в эпоху цифровых технологий. *Возможности и угрозы цифрового общества: Материалы Всероссийской научно-практической конференции*, 6–10.
- Астафьева, О. Н., & Буданов, В. Г. (Ред.). (2009). *Синергетическая парадигма: Социальная синергетика*. Прогресс-Традиция.
- Балацкий, А. М. (2018). Омские политические каналы в мессенджере Telegram: Опыт описания региональной сети. *Развитие политических институтов и процессов: зарубежный и отечественный опыт: Материалы IX Всероссийской научно-практической конференции*, 148–153.
- Володенков, С. В., & Федорченко, С. Н. (2021). Цифровизация современного пространства общественно-политических коммуникаций: Научные концепции, модели и сценарии. *Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология*, 60, 175–193. <https://doi.org/10.17223/1998863X/60/16>
- Голосов, Г. В., Киселев, К. В., & Подвинцев, О. Б. (2010). *Выборы и электоральная политика*. Центр «Геликс».
- Горбатов, Д. С., & Гурушкин, П. Ю. (2021). Приемы пропаганды в новостных интернет-мемах мессенджера Телеграм. *Власть*, 29(3). <https://doi.org/10.31171/vlast.v29i3.8128>
- Дементьева, К. В. (2021). Развитие telegram-каналов в медиапространстве российских регионов: Специфика, типология, перспективы развития (на примере Telegram-каналов республики Мордовия). *Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология*, 20(6), 131–144. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144>
- Дорохин, В. Н. (2019). Феномен политических Telegram-каналов как инновационных цифровых СМИ в России. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*, 1, 103–105.
- Епишкин, И. И. (2017). Telegram-каналы: Причины запуска проектов и инструменты продвижения. *Меди@льманах*, 3 (80), 30–41.
- Казанин, В. Е. (2017). Телеграм-каналы как перспективная технология публичности власти. *Вопросы политологии*, 3, 142–149.
- Коноплев, Д. Э. (2017). Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 3, 198–200.
- Коньков, В. И., & Маевская, М. И. (2018). Зыгарь и Незыгарь. *Век Информации*, 2–2, 262–263.
- Лытнева, А. А., & Дубинина, А. Э. (2020). Telegram как новая площадка в средствах массовой коммуникации. *Материалы Афанасьевских чтений*, 2, 52–57.



- Мокрая, Е. А. (2018). Telegram-канал как платформа для политической коммуникации. *Русская Политология*, 4, 62–66.
- Морозова, А. А., & Попова, С. Н. (2020). Контент в социальной сети: Критерии качества. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: филология*, 1, 120–124.
- Попова, О. В. (2021). Политическая онлайн-коммуникация молодежи российских мегаполисов. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3(2), 28–54. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i2.157>
- Реут, О. Ч. (2019). Анонимные телеграм-каналы в системе политических коммуникаций. *Стратегические коммуникации в современном мире: сборник материалов по результатам научно-практических конференций*, 314–322.
- Юй, С. (2021). Использование социальных сетей в политической коммуникации. *Политическая лингвистика*, 1 (85), 149–158. [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_14](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_14)

## References

---

- Akopova, T. S., Tikhonova, A. V., & Agurova, A. A. (2020). Peculiarities of Telegram as a channel of political communication in the era of digital technology. *Opportunities and Threats of a Digital Society: Proceedings of the All-Russian Scientific and Practical Conference*, 6–10. (In Russian).
- Astafieva, O. N., & Budanov, V. G. (Eds.). (2009). *The synergetic paradigm: Social synergetics*. Progress-Tradition. (In Russian).
- Balatsky, A. M. (2018). Omsk Political Channels in the Telegram messenger: Experience in Describing a Regional Network. *Development of Political Institutions and Processes: Foreign and Domestic Experience: Proceedings of the IX All-Russian Scientific and Practical Conference*, 148–153. (In Russian).
- Bilunov, D. (2021, August 17). Russian Telegram Channels: Alternative media used by the establishment. *Evropská observatoř žurnalistiky - EJO*. <https://cz.ejo-online.eu/6742/english/russian-telegram-channels-alternative-media-used-by-establishment>
- Bodrunova, S. S. (2021). Information disorder practices in/by contemporary Russia. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), *The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism* (1st ed., pp. 279–289). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003004431-30>
- Bykov, I. A., Medvedeva, M. V., & Hradziushka, A. A. (2021). Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus. *2021 Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)*, 14–17. <https://doi.org/10.1109/ComSDS52473.2021.9422858>
- Dementieva, K. V. (2021). 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 of Novosibirsk State University. Series: History. Philology*, 20(6), 131–144. <https://doi.org/10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144> (In Russian).
- Dorokhin, V. N. (2019). The Phenomenon of Political Telegram Channels as Innovative Digital Media in Russia. *Vestnik of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism*, 1, 103–105. (In Russian).
- Epishkin, I. I. (2017). Telegram Channels: Reasons for launching projects and promotion tools. *Medi@lmanac*, 3 (80), 30–41. (In Russian).



- Golosov, G. V., Kiselev, K. V., & Podvintsev, O. B. (2010). *Elections and electoral politics*. Helix Centre. (In Russian).
- Gorbatov, D. S., & Gurushkin, P. Yu. (2021). Propaganda techniques in Internet news memes of the Telegram messenger. *Power*, 29(3). <https://doi.org/10.31171/vlast.v29i3.8128> (In Russian).
- Kazanin, V. E. (2017). Telegram Channels as a Promising Technology of Public Power. *Issues in political science*, 3, 142–149. (In Russian).
- Knuutila, A., Herasimenka, A., Bright, J., Nielsen, R., & Howard, P. N. (2020). Junk news distribution on Telegram: The visibility of English-language news sources on public Telegram channels. *The Computational Propaganda Research Project*. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/10/Junk-News-Distribution-on-Telegram.-Data-Memo-v1.1.pdf>
- Konkov, V. I., & Maevskaya, M. I. (2018). Zygar and Nezigar. *The Age of Information*, 2–2, 262–263. (In Russian).
- Konoplev, D. E. (2017). Telegram as a new medium of communication in media and social networks. *The sign: the problem field of media education*, 3, 198–200. (In Russian).
- Lytneva, A. A., & Dubinina, A. E. (2020). Telegram as a new platform in mass communication. *Proceedings of the Afanasiev Readings*, 2, 52–57. (In Russian).
- Mokraya, E. A. (2018). Telegram channel as a platform for political communication. *Russian Political Science*, 4, 62–66. (In Russian).
- Morozova, A. A., & Popova, S. N. (2020). Content in the Social Network: Quality Criteria. *Vestnik of Voronezh State University. Series: Philology*, 1, 120–124. (In Russian).
- Nobari, D. A., Sarraf, M. H. K. M., Neshati, M., & Daneshvar, E. F. (2021). Characteristics of viral messages on Telegram; The world's largest hybrid public and private messenger. *Expert Systems with Applications*, 168, 114303. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114303>
- Popova, O. V. (2021). Online Political Communication of Youth from Russian Megapolises. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3(2), 28–54. <https://doi.org/10.46539/gmd.v3i2.157> (In Russian).
- Reut, O. C. (2019). Anonymous Telegram Channels in the Political Communication System. *Strategic Communication in Today's World: A Collection of Materials from Scientific and Practical Conferences*, 314–322. (In Russian).
- Rogers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35(3), 213–229. <https://doi.org/10.1177/0267323120922066>
- Salikov, A. (2020). Social Media in Russian Politics. *Politologija*, 99(3), 64–92. <https://doi.org/10.15388/Polit.2020.99.3>
- Volodenkov, S. V., & Fedorchenko, S. N. (2021). Digitalization of the Modern Space of Social and Political Communications: Scientific concepts, models and scenarios. *Bulletin of Tomsk State University Philosophy. Sociology. Political Science*, 60, 175–193. <https://doi.org/10.17223/1998863X/60/16> (In Russian).
- Yu, S. (2021). The use of social media in political communication. *Political linguistics*, 1 (85), 149–158. [https://doi.org/10.26170/1999-2629\\_2021\\_01\\_14](https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_01_14) (In Russian).