

Научная статья

УДК 304.2

DOI 10.18101/1994-0866-2024-4-91-98

TELEGRAM-КАНАЛЫ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИРОДЫ МАСС-МЕДИА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

© Гунзынов Жаргал Паламович

старший преподаватель

gzzrl@yandex.ru

© Мяханова Александра Николаевна

доцент

alex27-m@mail.ru

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина 24а

Аннотация. Тема проведенного исследования обусловлена неоднозначным правовым статусом такого относительно нового для российского медиапространства явления, как информационные Telegram-каналы. Действующее российское законодательство не наделяет их статусом средств массовой информации. В то же время онто-гносеологический анализ сущности Telegram-каналов позволяет установить несомненное сходство данного явления со средствами массовой информации, таким образом становится актуальным вопрос исследования трансформации медиапространства и понимания масс-медиа на современном этапе.

Ключевые слова: средства массовой информации, сущность, правовая природа, Telegram.

Для цитирования

Гунзынов Ж. П., Мяханова А. Н. Telegram-каналы как фактор трансформации природы масс-медиа на современном этапе // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2024. Вып. 4. С. 91–98.

Актуальность проведенного исследования обусловлена трансформацией коммуникативных практик. В настоящий момент происходит формирование новых механизмов распространения социально значимой информации, в том числе новостей. Связано это, по нашему мнению, с развитием таких источников информации, как мобильные мессенджеры, которые перестали быть просто инструментом общения, значительно расширив свой функционал благодаря возможности создания информационных каналов.

Рост популярности мессенджеров, в особенности Telegram, приводит к принципиальному изменению восприятия обществом новостей. Как писал Н. Луман, «главные фазы общественной эволюции, обозначенные мной как архаичные общества, развитые культуры, мировое общество, отмечены изменениями в доминирующих способах коммуникации... Связь типов обществ с типами

коммуникации является явной. Можно утверждать, что сложные общественные системы, сформировавшиеся в соответствии с уровнем своего развития, не могут быть интегрированы и сохранены без коммуникативных форм нового типа» [1, с. 311]. Соответственно, напрашивается вывод, что изменение способов коммуникации, а равно и способов распространения массовой информации, приводит к трансформации общественной жизни и медиапространства в частности. Так, современные медиа более оперативны в плане подачи и представления контента, т. е. происходит ускорение информации. По мнению немецкого исследователя А. Брошиевски, цифровизация медиа, с одной стороны, приводит к оперативности распространения информации, но в то же время ставится вопрос об объективности и правдивости такой информации («важности») [2, с. 91]. Позволяя аудитории быть активными участниками распространения новостей, цифровые медиа в значительной степени формируют новые социальные коммуникативные практики. В развитии современных масс-медиа проявляется тенденция к интертекстовости, а также выстраивание двусторонней коммуникативности в режиме реального времени [3, с. 308–318].

Разделяют эту точку зрения и современные исследователи. Например, В. Сергодеев указывает, что «коммуникативное действие не просто является одним из видов социального действия, а основой рационально мотивированного консенсуса, а сама коммуникация представляет собой не столько средство, сколько самоцель общественной жизни» [4, с. 135].

Предметом проведенного исследования выбраны информационные Telegram-каналы — явление относительно новое, но уже заметное в медиапространстве на самых разных уровнях. Цель существования Telegram-каналов очевидна — это распространение информации среди широкого круга лиц. Но можно ли с уверенностью говорить о том, что такие информационные каналы сегодня являются средством массовой информации?

На наш взгляд, в данном контексте стоит рассматривать Telegram-каналы как субъектов распространения массовой информации. Объектом же такой деятельности выступает аудитория каналов, а результат взаимодействия — формирование общественного мнения, получение новостей и иной информации.

О восприятии Telegram-каналов именно как средства массовой информации свидетельствуют, например, различные социологические опросы. Так, одним из постоянных социологических исследований является изучение индекса доверия граждан к СМИ, которые проводит в том числе и ВЦИОМ. В 2023 г., согласно их исследованиям, россияне доверяют

- новостным, аналитическим, официальным сайтам (35 %, индекс доверия — 8 п.);
- центральной и региональной прессе (по 33 %, индексы — 8 и 9 п. соответственно);
- Telegram-каналам (31 %, индекс — 8 п.)¹.

¹ ВЦИОМ. Новости: Доверие россиян к СМИ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/doverie-smi-v-rossii> (дата обращения: 26.02.2024). Текст : электронный.

Согласно аналогичным исследованиям Левада-центра (организация, внесенная в реестр некоммерческих организаций, осуществляющих функции иностранного агента. — *Прим. автора*), по итогам 2023 г. Telegram-каналы называют в качестве основного источника новостей 14% опрошенных респондентов, в то время как телевидение — 64%, социальные сети — 39%, интернет-издания — 32%¹.

При этом иные, казалось бы, аналогичные по своей сути средства распространения массовой информации, такие как паблики в социальных сетях и даже информационные каналы в иных мобильных мессенджерах (например, Viber, WhatsApp и др.), не становятся предметом социальных опросов, направленных на выяснение отношения граждан к средствам массовой информации. Это, по нашему мнению, объясняется тем, что именно информационные каналы в мессенджере Telegram в массовом общественном сознании находятся в одном ряду с иными масс-медиа. Итоговые результаты приведенных ранее исследований только подтверждают тот факт, что респонденты воспринимают Telegram-каналы как средство массовой информации, т. е. в сознании людей они наделяются, на наш взгляд, главным свойством любого СМИ — способностью распространять массовую информацию, которая актуальна и интересна для неограниченного круга лиц и вызывает у них доверие. В рамках проведенного исследования рассматривались в первую очередь общественно-политические новости.

В целом, когда речь идет о таком явлении, как информация, можно с уверенностью утверждать, что она, по своей сути, существует только в сознании людей. Несмотря на то, что есть ее материальные носители, сами по себе информацией они не являются. Информация становится собою только в сознании субъекта, который ее воспринимает. Это, на наш взгляд, один самых важных аспектов исходя из исследования сущности Telegram-каналов и их правовой природы. При этом средства передачи такой информации и способы восприятия ее нашим сознанием могут быть самыми разными (условно говоря, это визуальная, звуковая, текстовая и иные формы ее распространения).

В контексте проведенного исследования заслуживало внимания представление о медиа М. Маклюэна, который указывал, что понятие *медиа* гораздо шире СМИ и включает в себя все, с помощью чего можно передавать информацию (устная и письменная речь, табло, плакаты, реклама, книги и т. д.) [5, с. 201]. С подобным утверждением нельзя не согласиться, ведь складывающаяся объективная действительность указывает на многогранность информационного пространства. Фактическими источниками новостей уже стали и те объекты, которые формально не признаются в качестве СМИ.

Очевидно, что СМИ должно восприниматься аудиторией как источник новостей. Согласно результатам социальных опросов, в сознании людей Telegram-каналы уже устойчиво ассоциируются с массовой информацией и находятся в одном ряду с традиционными масс-медиа, не говоря уже об их использовании самими

¹ Левада-центр: основные источники информации и популярные журналисты. URL: <https://www.levada.ru/2023/04/20/osnovnye-istochniki-informatsii-i-populyarnye-zhurnalisty/> (дата обращения: 19.02.2024). Текст : электронный.

органами власти как инструмента обеспечения информационной открытости своей деятельности (например, «Кремль. Новости»¹, официальный Telegram-канал Администрации Президента РФ²) в рекламных и маркетинговых целях. Telegram-каналы уже стали инструментом блоггинга, ведения информационного бизнеса и иной профессиональной и коммерческой деятельности.

Проанализировав функционал Telegram-каналов, можно прийти к выводу, что элементы, выделяемые в рамках системного подхода, присущи и данным средствам передачи информации. По нашему мнению, выделяются следующие элементы:

- аудитория каналов;
- администрация каналов как организаций, влияющих на аудиторию;
- спонсоры и рекламодатели, которые также стали неотъемлемым элементом медиaproстранства, формируемого мессенджерами, в том числе и Telegram-каналами [6, с. 92].

Иными словами, даже первичный анализ показал, что Telegram-каналы сегодня являются по своей природе средством массовой информации. Для этого достаточно обратить, по нашему мнению, на два существенных признака СМИ:

- *объективный признак*: способность быть инструментом распространения массовой информации, что выражается в доступности для рядового пользователя, понятности функционала, наличии способов передачи различных видов информации (текстовой, аудио, фото, аудиовизуальной);
- *субъективный признак*: восприятие его как источника информации аудиториями; наличие определенного уровня доверия у аудитории; использование различными субъектами как способа распространения информации.

Но возможно ли исходя из действующего законодательства Российской Федерации признать Telegram-каналы средством массовой информации? Как показал анализ основных правовых актов, наделить его таким статусом официально нельзя. Так, Закон РФ «О средствах массовой информации» формальным признаком наделения статусом СМИ указывает его обязательную регистрацию в качестве такового. Ст. 8 данного закона содержит исчерпывающий перечень масс-медиа, подлежащих такой регистрации³. Среди них есть сайты в сети Интернет, но нет, например, блогов, пабликов в социальных сетях, информационных каналов в мобильных мессенджерах. Таким образом, зарегистрировать Telegram-канал не получится.

В то же время имеется сформировавшаяся судебная практика касательно проведенного исследования. Например, в 2019 г. Невский районный суд г. Санкт-Петербурга признал анонимный Telegram-канал «Занавеска Закса» средством

¹ Кремль. Новости. URL: https://t.me/news_kremlin (дата обращения: 27.06.2024). Текст : электронный.

² Кремль завел официальный Telegram-канал // ИА Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5304793> (дата обращения: 27.06.2024). Текст : электронный.

³ Закон РФ 2124-1 от 27.12.1991 г. «О средствах массовой информации». Доступ из справ.-правовой системы КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

массовой информации¹. Поводом для судебного разбирательства стал иск о защите чести и достоинства депутата законодательного собрания Петербурга Максима Резника к журналисту Василию Романову, автору публикаций в вышеуказанном Telegram-канале, и временно исполняющему обязанности губернатора Петербурга Александру Беглову в феврале 2019 года. Суд в своем решении, в частности, указал, что «...в рассматриваемом случае на автора публикации не может быть возложена ответственность за опубликование оспариваемой фразы, поскольку он дословно воспроизвёл сообщение, опубликованное другим средством массовой информации.

При этом отсутствуют доказательства того, что ответчик знал или должен был знать о том, что распространяемые сведения не соответствуют действительности».

Также актуальными в последнее время становятся судебные разбирательства, связанные с распространением заведомо ложной информации в Telegram-каналах. Например, широкую известность получил процесс над студентом МГУ Дмитрием Ивановым, одним из создателей Telegram-канала «Протестный МГУ». Поводом стало распространение им недостоверной информации о российской армии. Суд признал Иванова виновным и приговорил к 8,5 года лишения свободы².

В вышеприведенных примерах интересна не сама суть судебных разбирательств, а отношение судов к Telegram-каналам. Признавая их инструментом совершения юридически значимых действий, суды подспудно акцентировали внимание на том, что с их помощью информация распространяется среди неограниченного круга лиц, таким образом фактически становясь массовой.

В то же время нельзя не обратить внимание на тот факт, что Telegram обрел репутацию абсолютно независимого от государства мессенджера. Это стало очевидно на фоне его блокировки в РФ в 2019 г. Ограничив его использование на законодательном уровне, тем не менее Роскомнадзор, который являлся ответственным за техническую реализацию блокировки Telegram, с поставленной задачей не справился. Мессенджер фактически оставался доступным для использования на всей территории России, что, безусловно, повысило доверие к нему как источнику массовой информации среди рядовых пользователей³.

В этом контексте, на наш взгляд, можно отметить фактическое столкновение объективной и правовой действительности как две разные точки зрения на один и тот же факт. С одной стороны, нельзя отрицать то, что широкой общественностью Telegram-каналы уже воспринимаются как источник новостей, пользующийся высоким уровнем доверия. С другой стороны, государство, не признавая их средствами массовой информации на законодательном уровне, фактически

¹ Суд в Петербурге приравнял Telegram-канал к СМИ, хотя в законах такие издания пока не описаны. URL: <https://vc.ru/legal/67113-sud-v-peterburge-priravnyal-telegram-kanal-k-smi-hotya-v-zakonah-takie-izdaniya-poka-ne-opisany>. Текст : электронный.

² Автора «Протестного МГУ» приговорили к 8,5 года колонии. URL: <https://www.rbc.ru/politics/07/03/2023/640704129a7947ce103e6c9c> (дата обращения: 01.03.2024). Текст : электронный.

³ Почему власти решили разблокировать Telegram. Главное. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/18/06/2020/5ee211609a79473d9eccbc4c (дата обращения: 29.01.2024). Текст : электронный.

относится к ним как таковым на уровне судебной и правоприменительной практики. Именно в этом аспекте, на наш взгляд, явственно проявляется проблема соотнесения категорий «сущность» и «правовая природа» в том смысле, в котором нами дано определение в начале данной статьи.

Причины таких расхождений можно найти в концепции «поворотов». Как отмечает ряд исследователей, на данном историческом этапе все человечество переживает эпоху «медиального переворота». По мнению М. Маклюэна, началом этому послужил «коммуникационный взрыв» [7, с. 143]. Развитие информационных технологий приводит к формированию «внешних расширений» человека, когда часть его индивидуальности переносится в медиaprостранство. Иными словами, возникает зависимость человека от того образа, который он создает для самого себя в сети.

По нашему мнению, этот же процесс является и обратным. Испытывая потребность в медиатизации своей жизни, человек подсознательно становится зависимым и от той информации, что поступает к нему из различных каналов, связанных с сетью Интернет. Примером этого может быть перенос интернет-сленга в повседневную жизнь. Иными словами, если раньше его было принято употреблять только в переписках в социальных сетях и мессенджерах, то теперь нередко можно услышать и в устной речи. Причем в определенных возрастных группах, прежде всего среди школьников и студентов, это воспринимается как вполне приемлемое явление.

Особенностью описанного медиального поворота, на наш взгляд, является динамичность развития и изменения медиа. На смену термину «смерть газет и телевидения» уже начинает приходить термин «смерть интернет-сайтов». Появление мобильных мессенджеров обусловило распространение информации совершенно иным путем. Если традиционные СМИ и интернет-сайты предполагают активные действия со стороны аудитории (нужно включить телевизор, купить газету, открыть новостной сайт и т. д.), то информационные каналы в мессенджерах позволяют получать новости в «пассивной» форме. Информация сама приходит к ее получателю, ему не нужно прилагать усилий для ее поиска.

В описанной ситуации, на наш взгляд, отчетливо проявляется концепция М. Маклюэна о «содержании» и «средстве» коммуникации. «Содержанием любого средства коммуникации является другое средство коммуникации» [7, с. 98]. По его мнению, информация в чистом виде существует исключительно в сознании субъекта, который ее воспринимает. В то время как способов донести, передать информацию множество (начиная от устной речи, письма и т. д., заканчивая современными информационными технологиями). Telegram-каналы идеально подходят под концепцию медиального поворота Маклюэна, фактически изменяя все медиаполе, порядок взаимодействия между журналистами и аудиторией, способы и средства осуществления информационной деятельности. В этом аспекте представляется, что законодательное признание Telegram-каналов и аналогичных информационных каналов в других мессенджерах — лишь вопрос времени.

Подводя итог, выше можно сделать следующие выводы.

1. Сущность масс-медиа проявляется в его восприятии общественным сознанием в качестве источника новостей. Telegram-каналы, обладая соответствующим функционалом, сегодня воспринимаются именно как источник новостей, о чем свидетельствуют результаты социологических исследований, а также их использование в качестве инструмента распространения массовой информации, в том числе государством. Отсутствие законодательного закрепления за Telegram-каналами статуса СМИ тем не менее не препятствует официальному признанию их в качестве средства массовой информации в правоприменительной практике исходя из приведенных примеров.

2. Такое восприятие общественным сознанием Telegram-каналов как источника новостей приводит к трансформации медиaproстранства в целом. Появляется новый способ получения новостей, основанный не на активном поиске их (что заключается в совершении определенных действий: просмотр ТВ, чтение газет, поиск информации в сети Интернет), а в «пассивном» получении на гаджеты. Это, по нашему мнению, кардинально меняет общественное сознание и восприятие массовой информации, следовательно, меняет и механизм работы СМИ, что не может не отражаться на их сущности. Не последнюю роль в этом играет медиатизация жизни общества и индивидов.

3. Различия, которые складываются между объективным пониманием сущности Telegram-каналов как способа распространения массовой информации и отсутствием законодательного закрепления их статуса как средства массовой информации, вызывают отсутствие эффективных механизмов воздействия со стороны государства на деятельность в мобильных мессенджерах. Органы государственной власти готовы относиться к ним как средству массовой информации, когда фактически установлены авторы публикаций. Однако в абсолютном большинстве случаев сделать это невозможно по техническим причинам.

Литература

1. Luhmann N. Veränderungen im System gesellschaftlichen Kommunikation und die Massenmedien. Soziologische Aufklärung 3. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1993. P. 309–320.
2. Brosziewski A. Aufhalten. Kommunikation im Medium der Digitalität. St. Gallen: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2003. 284 p.
3. Кушнерук С. Л. Телеграм-дискурс как формат цифровой коммуникации // Медиалингвистика. 2024. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-diskurs-kak-format-tsifrovoy-kommunikatsii> (дата обращения: 05.11.2024). Текст : электронный.
4. Сергодеев В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах // Вестник АГУ. 2014. № 1. 133–138 с. Текст : непосредственный.
5. Маклюэн М. Галактика Гуттенберга. Москва : Академический проект, 2003. 206 с. Текст : непосредственный.
6. Гунзынов Ж. П. Сущность информационных Telegram-каналов как средства массовой информации (на примере Республики Бурятия) // Социология и право. 2020. № 2. С. 90–94. Текст : непосредственный.
7. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Москва : Кучково поле, 2023. 212 с. Текст : непосредственный.

Статья поступила в редакцию 18.09.2024; одобрена после рецензирования 26.09.2023; принята к публикации 06.11.2024.

TELEGRAM CHANNELS AS A FACTOR IN TRANSFORMING
THE NATURE OF MASS MEDIA IN OUR TIMES

Zhargal P. Gunzynov
Senior Lecturer
gzzrl@yandex.ru

Aleksandra N. Myakhanova
A/Prof.
alex27-m@mail.ru

Dorzhi Banzarov Buryat State University
Russia, 670000, Ulan-Ude, Smolina St. 24a

Abstract. The choice of the research topic is conditioned by the ambiguous legal status of such a relatively new phenomenon for the Russian media space as information Telegram channels. The current Russian legislation does not grant them the status of mass media. At the same time, the onto-epistemological analysis of the essence of Telegram channels allows us to establish the undoubted similarity of this phenomenon with the mass media, thus the issue of studying the transformation of the media space and understanding of the mass media becomes relevant today.

Keywords: mass media, essence, legal nature, Telegram.

For citation

Gunzynov Zh. P., Myakhanova A. N. Telegram Channels as a Factor in Transforming the Nature of Mass Media in Our Times. *Bulletin of Buryat State University. Philosophy.* 2024; 4: 91–98 (In Russ.).

The article was submitted 18.09.2024; approved after reviewing 26.09.2024; accepted for publication 06.11.2024.