

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-45-56

УДК 316.42

Маркеры аудитории «облачных» сообществ на примере коммуникации пользователей в каналах «Телеграм»

Елена Петровна Едаменко¹, Евгений Васильевич Головацкий²

¹ магистрант Кемеровского государственного университета
www.luch19@mail.ru

² доктор социологических наук, доцент
профессор кафедры социологических наук социально-психологического института
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет»,
xomaik@rambler.ru

Аннотация. В статье осуществляется попытка анализа масштаба распространения современной информации с помощью коммуникационных технологий. Рассматривается платформа Телеграм — мобильное приложение, которое работает по принципу «облачных» технологий. Исследователями изучаются возможности облачного Телеграм, с помощью которого создаются Телеграм-каналы, в которых публикуются новости о жизни общества. Выявляется аудитория пользователей мессенджера Телеграм, описываются маркеры участников облачного сообщества. Авторами уделяется внимание фальшивой информации, которая формируется и запускается целенаправленно для искаженного представления у пользователей интернета текущего положения дел в муниципалитетах, регионе и стране. Отмечается важность участия политических СМИ, органов власти в формировании достоверной новостной повестки. Ложная информация может приводить к процессам отчуждения в обществе, тревожным ожиданиям, к утрате социального оптимизма, запуску механизма деконструкции государственных структур и социальных связей. Перечисленные факторы, безусловно, негативно сказываются на социальной стабильности общества. Для представителей органов власти обозначается возможность использовать современные коммуникационные облачные технологии и их инструмент — мобильное приложение Телеграм. Авторами рассматриваются преимущества данной платформы. Внимание исследователей фокусируется на немодерируемых Телеграм-каналах, где зачастую отсутствуют какие-либо нормы по распространению новостного контента. У исследователей появились опасения, что на просторах данной площадки действуют и процветают экстремистские группы, особенно это актуально для текущей мировой ситуации. Авторы статьи рассматривают специфику широкой аудитории Телеграм и предлагают модераторам Телеграм-каналов адаптировать новостные ленты под запросы современных пользователей, для которых Телеграм образует облачное сообщество интернет-сервиса. В этой связи были рассмотрены региональные официальные Телеграм-каналы. Предполагается, что использование знаний специфики, потребностей и запросов аудитории Телеграм, поможет модераторам (в т.ч. органам власти) привлекать в свои Телеграм-каналы жителей региона, которые будут потреблять информацию из «первых рук».

При написании статьи авторы использовали вторичный анализ исследований компаний: ВЦИОМ и Mediascore. С целью изучения аудитории облачного сообщества были рассмотрены пять крупных Телеграм-каналов регионального уровня: «А может: Кузбасс», «Инцидент Кузбасс», «Кузбасс сейчас», «Кемерово * Кемеровская область», «Новокузнецк * Кемеровская область».

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, Телеграм-каналы, облачное сообщество, мессенджер, социальная коммуникация, виртуальная коммуникация, IT-технологии, высшее должностное лицо (ВДЛ).

ВВЕДЕНИЕ

Современные коммуникационные технологии открыли новые механизмы связей с общественностью. Динамичное развитие IT-технологий, интернета и рост числа его пользователей способствовали глобальному молниеносному распространению информации. Последняя поглощается людьми в огромном объеме, из-за чего возникла необходимость в координировании, подтверждении достоверности и проверки на адекватность как самой информации, так и её источников. Зарубежные исследователи в значительной степени демонстрируют большой практический опыт эмпирических исследований множественной природы сетевых пользовательских сообществ различных территориальных и организационных сред [22–23].

По данным исследования Калифорнийского университета в Сан-Диего, наш среднестатистический современный потребитель почти в три раза больше информации, чем типичный потребитель 1960-х гг. [12]. Особый тип, требующий пристального внимания пользователей интернета, — неверная / сомнительная в плане достоверности источников, каналов коммуникации и содержания информация, представленная в новостном формате в мобильных приложениях. Одним из источников публикаций различной информации является мобильное приложение Телеграм — продукт облачных технологий — интерактивный, динамичный, изобилующий данными и относительно недорогой информационно-коммуникативный ресурс, открывший новые возможности для пользователей, которые создают облачное сообщество. Телеграм был создан в 2013 г. и постепенно набирал популярность в России, достигнув пика в 2023 г. Так, по данным Mediascore, в начале 2022 г. мессенджер Павла Дурова в России «потребляли» 25,5 млн человек в сутки. В первые недели 2023 г. коли-

Цитирование: Едаменко Е. П. Маркеры аудитории «облачных» сообществ на примере коммуникации пользователей в каналах «Телеграм» / Е. П. Едаменко, Е. В. Головацкий // Siberian Socium. 2023. Том 7. № 1 (23). С. 45-56.

DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-45-56

чество пользователей достигло почти 48,8 млн. Мы наблюдаем рост аудитории почти в два раза. В настоящее время в российском сегменте Телеграм находится около 40% от всех интернет-пользователей страны [19].

Полагаем, что внедрение информационных технологий облачных ресурсов в сферы государственного и муниципального менеджмента — существенная практическая задача стратегического направления работы органов власти. В Российской Федерации были разработаны федеральные нормативные правовые акты в отношении правового регулирования использования информационных технологий в публичном управлении [9]. На сегодняшний день известно, что с целью осуществления эффективного взаимодействия с гражданами и координации распространения данных органы власти и высшие должностные лица (ВДЛ) применяют в своей работе интернет-инструменты. Используя Телеграм как источник формирования новостной региональной повестки, представители власти способны воздействовать на общественное мнение, помогать бороться с фальсификацией данных. Сегодня актуальным становится повышение уровня информационной открытости органов власти (местной исполнительной, региональной, федеральной) и активизация участия населения в политических процессах [13].

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Нами были просмотрены, изучены и проанализированы открытые источники — Телеграм-каналы в мобильных устройствах. В статье представлены теоретические позиции в рамках социологического анализа облачного сообщества на примере Телеграм. Данная площадка выступает как особый тип информационного пространства, возникающего в результате развития коммуникационных технологий [5]. Для построения маркеров

пользовательских сообществ использован метод типологического обобщения (теоретизирование, по аналогии с методом типологического анализа Г.Г. Татаровой). Основанием для построения типологии послужили результаты исследований ряда авторов, приведенные в перечне литературы к статье, а также практический опыт авторов статьи в организации и проведении сетевых исследований (методы анализа цифрового следа, цифровых фокус-групп и контент-анализа сетевых сообществ). Важной стороной изучения сетевых облачных информационных ресурсов исследователи считают необходимость учитывать три типа систематических ошибок (англ. bias), возникающих при анализе пользовательских сообществ: ошибки отбора информации (англ. selection bias), связанные с вариативным информационным освещением событий; ошибки описания (англ. description bias), обусловленные неточной или неполной информацией о событиях в источниках; исследовательские ошибки (англ. research bias), связанные с неточностью ручной или автоматизированной подготовки данных [21].

РЕЗУЛЬТАТЫ

Современные исследования зачастую направлены на изучение интернет-пространства и поведение пользователей в мире цифровых технологий [25]. Сегодня человеку представлено большое количество форматов коммуникаций, одним из таких форматов является мессенджер Телеграм. Платформа начала набирать популярность с весны 2022 г., когда известные иностранные социальные сети стали недоступными для пользования российской аудиторией. По оценке проекта RGRU Digital, Телеграм стал самым быстрорастущим мессенджером в России по итогам 2021 года. Мессенджер обогнал по темпам роста аудитории действующего лидера — WhatsApp. ВЦИОМ назвал Телеграм самым быстрорастущим мессенджером в 2022 г. в России. В топ-5 наиболее популярных социальных сетей и мессенджеров среди россиян вошли WhatsApp (87%), YouTube (75%), «ВКонтакте» (62%), Телеграм (55%) и «Одноклассники» (42%) [17]. В этом же

году исследователи могли сделать выводы о возрастном сегменте пользователей Телеграм. Популярными у молодежи 18-34 лет стали Телеграм (93,9%) и WhatsApp (86,3%) [25]. Можно сделать предположение, что роль Телеграм-каналов как источников информации многократно возросла за последний год и продолжает возрастать в связи с санкциями, запретами от иностранных компаний для российских граждан, также учитывая, что данный коммуникационный продукт может относиться к числу неблагонадежных цифровых ресурсов (подразумевая штаб-квартиру мессенджера в Дубае, а также английские и немецкие корни регистрации прав на ресурс).

Генеральный директор ВЦИОМ Валерий Федоров читает порядка 60 Телеграм-каналов. В. Федоров считает, что Телеграм-ресурс на данном этапе развития не способен конкурировать с топовыми медийными продуктами, отмечая при этом востребованность WhatsApp представителями политической власти современной России. Также В. Федоров отмечает такие качества аудитории Телеграм, как политико-ориентированность, открытость в высказываниях при сохранении анонимности [15]. В исследовательской перспективе необходима разработка методологических и инструментальных основ нового объекта исследований — информационно-новостного мессенджера Телеграм (и подобных ему платформ, построенных на принципах n-кода) [20], являющегося одновременно инструментом измерения социальных и политических отношений пользователей.

Телеграм-канал выступает облачным пространством для обмена мнениями между людьми. Множество Телеграм-каналов являются площадками обсуждения всевозможных проблем или событий. Также в каналах есть инструментальная возможность открывать комментарии для пользователей. Однако, пользователи не всегда могут открыто высказывать свою позицию из-за страха возможного осуждения. Этот страх присущ подавляющему числу людей, поэтому некоторые пользователи скрывают свою личность при общении и оставлении комментариев под новостными постами в Телеграм-кана-

лах. Поэтому как у органов власти, так и у исследователей возникает препятствие в изучении аудитории Телеграм. У подписчиков коммуникационных Телеграм-каналов могут возникать барьеры в общении и подозрительность. Данные опроса «Левада-центра», проведенного в 2020 г., показали, что уменьшается общее доверие к публичной информации [16]. Нераскрытые, недосказанные, недоверчивые сообщения от пользователей могут, например, поверхностно трактоваться исследователями и ангажировано преподноситься властями для оценки текущей ситуации и положения дел в регионе или стране. Анонимность как явление эволюционирует [8]. С одной стороны, это дает возможность участникам облачного сообщества ощущать свободу выражения мыслей без угрозы раскрытия личности. С другой же стороны, некоторые пользователи могут оставлять нецензурные сообщения в комментариях под опубликованным контентом, вводить в заблуждение других людей в достоверности фактов, тем самым увеличивая ангажированную аудиторию. Тема анонимности и приватности при использовании мобильных приложениями с выходом в интернет является актуальной для пользователей современных облачных технологий [10].

Телеграм предоставляет инструмент для анонимного, по мнению пользователей, общения, ввиду того, что сервис платформы Телеграм построен на технологии шифрования переписки [14]. Исследователи рассматривают феномен анонимности, с одной стороны, как конструктивное явление, с другой стороны, как разрушительное [18]. У участников облачного сообщества в процессе взаимодействий друг с другом формируются определенные требования и персональные правила идентификации себя с другими пользователями. Таким образом, может возникать так называемое обобщенное доверие между подписчиками какого-либо Телеграм-канала. Этот факт должен приниматься во внимание и выступать необходимым атрибутом социальной коммуникации в облачном сообществе. С учетом данного контекста вырисовывает-

ся специфичная черта современной аудитории облачных сообществ — закрытость, недоверчивость современным новостным источникам, отсюда вытекают недосказанность и недоверие к работе органов власти у современных людей. Рассмотрим базовое понимание социальной коммуникации — это эффективное синхронное и диасинхронное взаимодействие социальных субъектов (людей) и их общностей. Происходит движение от одного субъекта (источника) к другому (получателю). Коммуникация обладает некоторыми отличительными чертами. Для возникновения коммуникации необходимо как минимум два объекта (два индивида/группы людей/индивид и группа людей). Между этими субъектами должен происходить обмен сообщениями, содержащими какую-либо значимую для участников коммуникации информацию [6]. Коммуникация, возникающая между пользователями Телеграм-каналов, называется виртуальной.

В современном обществе наблюдается значительная поляризация между возрастными группами в плане источников потребления информации (пример сообществ «ВКонтакте» и «Одноклассники»). Некоторые сообщества могут быть ориентированы на гедонистический дискурс с его стандартными моделями успеха и определять принципы приоритетности получения удовольствия в жизни общества. Это другая немаловажная характеристика аудитории облачного сообщества. Так, одни участники сообщества подписываются на Телеграм-каналы с красивыми картинками, сложными трансцендентными основаниями философских текстов. Помимо описания притязаний молодежи в гедонистическом контексте, безусловно, следует указать, что не вся молодежь обладает данной характеристикой. По нашему мнению, молодежь 18–24 лет учится, стремится к зарабатыванию денег, построению карьеры, возможностям путешествовать, выражению своего мнения, самостоятельности от родителей. Молодежь 25–34 лет, как правило, становится семейной и составляет основной работающий пласт нашего общества. Предпочтения и взгляды на жизнь у людей в целом разные, поэтому пользователи не зависимо от

возраста выбирают интернет-площадки согласно своим приоритетам и целям. Если рассматривать мужчин в качестве пользователей облачного сообщества, то их, в первую очередь, интересуют развлечения, а уже потом просмотр новостей. Женщины же ставят на первое место общение, просмотр новостей занимает у них последнюю строку коммуникативных приоритетов [1]. Платформа коммуникации Телеграм может выступать в качестве разноплановых пользовательских сообществ: источников общения (мессенджер, социальная сеть); новостных агрегаторов (лента публикаций); поиска клиентов (бизнес-аккаунт);

инструмента отслеживания тенденций, выявления оценок общественного мнения (мини-опрос, flash-таблица и др.) [24].

Предполагаем, что для успешного взаимодействия пользователей облачного сообщества посредством управления органами власти информацией о событийной повестке, необходимы совместная деятельность пользователей, виртуальной социальной среды (техническая площадка и приложение) и цели. Эти три аспекта образуют сотрудничество органов власти и аудитории Телеграм, которое представлено авторами в виде схемы (рис. 1).

Рис. 1. Условия коллективного взаимодействия в онлайн-пространстве

Fig. 1. The terms of collective interaction in the online space



Мы считаем, что совместная деятельность участников виртуальной коммуникации на площадке Телеграм может помочь в разработке операционализированной / согласованной концепции по обнаружению и обезвреживанию новостных фейков. Речь идет об участниках виртуальной коммуникации — это модераторы Телеграм-каналов и пользователи облачного сообщества. Заинтересованная, стабильная, доверяющая какому-либо каналу новостей аудитория сможет оставлять комментарии под постами, подтверждая достоверность публикации или же указывая другие источники, в который публикуются фейковые новости. При анализе пяти региональных Телеграм-каналов («А может: Кузбасс», «Инци-

дент Кузбасс», «Кузбасс сейчас», «Кемерово * Кемеровская область», «Новокузнецк * Кемеровская область») было выявлено, что последние два канала («Кемерово * Кемеровская область», «Новокузнецк * Кемеровская область») не имеют возможности оставлять комментарии подписчикам под постами, тогда как в остальных трех каналах такая возможность присутствует (сложность отработки обратной связи). При создании и ведении каналов модераторам необходимо обозначить цель — канал будет обладать только информативной функцией или же с функцией выстраивания диалога с подписчиками. Безусловно, нами приветствуется второй вариант. При закрытых комментариях и невозможностью

оставлять реакции на новостные посты (лайки/ дизлайки, смайлики) модераторам или исследователям будет сложно/невозможно оценить комментарийную тональность и активность канала.

Выделим другие маркеры участников облачного сообщества на примере облачного приложения Телеграм. Современные люди не хотят долго ждать, они хотят получать ответы на свои запросы и темы, которые их интересуют. С помощью Телеграм модераторам можно незамедлительно транслировать только что полученную информацию, например, по выборам и другим событиям. Современным цифровым СМИ и представителям органов власти необходимо подстраиваться под современный тип мышления и под запросы аудитории. Телеграм-каналы предполагают публикацию новостных постов с небольшим, но лаконичным содержанием текста.

Сайты российских организаций, таких как ФОМ, Левада-Центр, ВЦИОМ хранят результаты социологических исследований на тему развития и влияния на общество информационных технологий как в целом, так и отдельных составляющих в консолидированном формате сообщества-профессионалов, предлагая приобретать результаты работ, либо публикуют обзоры и превью некоторых мониторинговых проектов и «омнибусов». Также опубликовано множество статей на тему изучения популярной в обществе информационной площадки — приложения Телеграм, которое является разработкой облачных технологий и является условно открытой коммуникативной площадкой для демонстрации обширного информационного контента различной видовой и типологической направленности. В то же время отмечается актуализация спроса на исследование трансформации социальных отношений в региональном пространстве. Исследователями выделяется «виртуальная общность», социальное действие которой переносится в киберпространство, и «цифровая общность», занимающая буферное / промежуточное положение в современной системе коммуникации, особенно в поле интересов молодежи [11, с. 23].

ОБСУЖДЕНИЕ

Поиск информации по-прежнему остается основной и определяющей причиной, по которой люди используют Интернет. Можно рассмотреть феномен потребления информации на примере тематических Телеграм-каналов. Весь информационный контент, загружаемый в Телеграм-каналы, сохраняется, как в социальной сети или поисковом сервисе. Поэтому пользователи всегда могут вернуться к информационному источнику в любое время и с любого устройства. Для этого необходимо скачать приложение или использовать браузер и зайти в Телеграм с помощью номера телефона. На данном этапе речь идет об облачном хранилище данных, где информация хранится на сервере, а пользователи, потребляющие эту информацию, создают облачное сообщество. Сама социальная коммуникация в Сети в последнее время претерпевает трансформацию большинства сервисов и каналов в облачный формат. В этом обозначается важное преимущество Телеграм — к информации пользователи могут вернуться с любого источника, обязательное условие — выход в интернет. Помимо этого, актуальный для пользователя контент может быть сохранен в отдельную папку «Избранное». Появление опции для создания тематических каналов в Телеграм позволило пользователям в лице органов власти, ВДЛ, политических СМИ публиковать ежедневные новости для своей аудитории. В этой связи обрисовывается задача привлечь аудиторию, которой будет интересен определенный контент, увеличивать количество подписок, развивать свой канал. Считается, что грамотно созданный Телеграм-канал достаточно быстро наберет свою устойчивую аудиторию в тысячи человек [3], которая зачастую представляет сложно мотивируемое молодежное сообщество [4]. Особенно принимая во внимание тот факт, что информация в современном информационном обществе стала более целенаправленной в отношении аудитории.

В научном поле существует множество работ, посвященных изучению взаимодействия между государством и гражданами посредством диалоговых информационных цифровых пло-

щадок. Такие площадки рассматриваются как формы электронной демократии, с помощью которых можно устраивать электронные голосования, обсуждения проектов региональных законов, общение между участниками [2]. Исследователи активно изучают интернет-технологии и производные от них облачные технологии и их коммуникационное воздействие на современное общество. В выбранном направлении исследований фундаментальных научных статей и практических наработок пока не так много. Среди отечественных исследований регионального масштаба можно обозначить работы авторов: Губарева В. В. «Введение в облачные вычисления и технологии» (2013); Коваленко М. И. «Роль облачных технологий в процессе подготовки будущих специалистов в области информационных систем и технологий» (2019); Гордюшина А. В. «Облачные технологии. Технологии создания «облака»» (2014), ориентированная на практические результаты деятельности школы цифровых данных «data-diving.ru» на базе Томского госуниверситета (г. Томск) и ряда других авторов и исследовательских сообществ.

ВЫВОДЫ

Обобщим и перечислим маркеры, которыми обладают пользователи облачного сообщества на примере тематических Телеграм-каналов:

- преимущественно молодежь 18–34 лет;
- заинтересованные событиями из жизни региона, страны и мира пользователи;
- политико-ориентированные пользователи;
- потребность в быстром получении информации по запросу;
- желание оставаться анонимным в информационном облачном пространстве;
- зависимость от прочтения новостных лент;
- неразборчивость в выборе источников;
- гедонистическое потребление (в связи с этим обязательно сопровождение новостных постов привлекательными картинками/фотографиями);

- потребление информации по интересам и предпочтениям пользователей, ненужная информация игнорируется.

Принимая во внимание перечисленные маркеры, особенности аудитории Телеграм, органы власти, ВДЛ, политические СМИ смогут рационально и эффективно применить площадку Телеграм для создания каналов информирования населения о достоверных событиях из жизни населенных пунктов или страны, подстраиваясь под специфику подписчиков. Делаем вывод, что Телеграм-каналы стали новой актуальной формой массмедиа, которая пользуется большой популярностью у пользователей облачного сообщества, параллельно выступая в качестве площадки обратной социально-политической коммуникации пользователей сетевых сообществ.

В последнее время органы власти активно используют Телеграм для информирования населения о текущей ситуации как в стране, так и в субъектах РФ. Так, в Кузбассе на текущий момент в 34 муниципалитетах органами местного самоуправления созданы Телеграм-каналы, в которых ежедневно публикуются новостные повестки касаются разных сфер общества. Также у глав муниципалитетов есть личные Телеграм-каналы — это еще плюс 34 канала. У министерств Кузбасса заведено и поддерживается в актуальном коммуникативном состоянии 28 каналов. У начальников региональных органов исполнительной власти (РОИВ) — 19 каналов. Итого из открытых источников нам удалось обнаружить и насчитать 115 Телеграм-каналов. Органам власти, исследователям и пользователям облачного сообщества в практиках служебного, профессионального и повседневного взаимодействия необходимо рекомендовать приемы «быстрого» обсуждения по актуальным повесткам. Присутствие подобных платформ позволит канализировать актуальные запросы и интересы взаимодействующих сторон. В качестве открытого пожелания пользователям стоит отметить более внимательное, требовательное отношение к окружающему их информационному полю и доверительному принципу использования информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверьянов А. О. Социальный портрет пользователя интернета в современной России / А. О. Аверьянов // Поколение будущего: Взгляд молодых ученых-2018: Сб. науч. ст. 6-й Международ. молодежной науч. конф.: в 4 т., Курск, 13-14 ноября 2018 г. / отв. ред. А.А. Горохов. Т. 1. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. С. 238–241.
2. Бабинцев В. П. Публичные коммуникации власти и общества в регионе: проблемы и возможности конструктивных изменений / В. П. Бабинцев, Ж. А. Шаповал // Власть. 2018. Т. 26. № 4. С. 7–15.
3. Бондаренко, О. В. Телеграмм-каналы как новый вид коммуникации с общественностью / О. В. Бондаренко // Век информации. 2018. № 2-2. С. 170–172.
4. Гришаева С. А. Политическое участие молодежи в цифровой среде / С. А. Гришаева, П. А. Шамаев // Цифровая социология/Digital Sociology. 2022 № 5 (1). С. 25–35. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2022-5-1-25-35> (дата обращения: 02.08.2022).
5. Добринская Д. Е. Киберпространство: территория современной жизни / Д. Е. Добринская // Вестник Московского университета. Сер.: 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 1. С. 52–70.
6. Золотарев А. В. Коммуникативные технологии в осуществлении взаимодействия с органами государственной власти / А. В. Золотарев // Интернет журнал «Науковедение». 2016. Т. 8. № 4. С. 1–16.
7. Зубок Ю. А. Доверие в саморегуляции социальных взаимодействий молодежи в изменяющейся социальной реальности / Ю. А. Зубков, В. И. Чупров // Проблемы развития территорий. 2016. № 5. С. 29–37.
8. Ивлиев П. А. Анонимность в Интернете: проблемы и особенности / П. А. Ивлиев // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 4-2. С. 6-8. DOI 10.24411/2500-1000-2019-10738. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38075708> (дата обращения: 5.08.2022).
9. Кайль Я. Я. Направления развития информационных технологий в публичном управлении России: федеральный уровень / Я. Я. Кайль, Р. М. Ламзин, В. С. Воловик // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2016. № 2. С. 23–29.
10. Михайлова О. П. Проблемы анонимности в сети интернет / О. П. Михайлова, А. М. Ахметов, Э. В. Хамзина // Итоги 2015 года: идеи, достижения: сборник материалов II Региональной студенческой науч.-практич. конф. с всерос. участием, Альметьевск, 20 ноября 2015 г. Альметьевск: КНИТУ-КАИ, 2015. С. 161–167. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25573945> (дата обращения: 05.08.2022).
11. Нархов Д. Ю. Саморегуляция общественной активности студентов в условиях цифровизации социального пространства / Д. Ю. Нархов, Е. Н. Нархова, Л. В. Мишин, Е. П. Мельникова // Siberian Socium. 2021. Том 5. № 1 (15). С. 20-36. DOI: 10.21684/2587-8484-2021-5-1-20-36
12. Сиберг Д. Цифровая диета: Как победить зависимость от гаджетов и технологий / Д. Сиберг; пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, 2015. 207 с.
13. Смолина Е. Г. Взаимодействие органов местной исполнительной власти и населения в интернет-пространстве: управленческий аспект (на материалах г. Волгограда): дис. ... канд. соц. наук: 22.00.08 / Е. А. Смолина. Волгоград, 2020. 197 с.
14. Хун Ц. Феномен Телеграм-каналов как нового средства современной глобальной коммуникации / Ц. Хун // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 52. С. 1397–1400.
15. Телеграм-каналы заменили россиянам советские кухни // Kazanfirst. 2019. URL: <https://kazanfirst.ru/interviews/493950> (дата обращения: 19.08.2022).
16. Источники информации // Аналитический центр Юрия Левады. 2020. URL: <https://www.levada.ru/2020/09/28/ggh/> (дата обращения: 21.07.2022).
17. ВЦИОМ назвал Telegram самым быстрорастущим мессенджером в России // Журналист. 1914–2022. URL: <https://jrnlst.ru/vciom-nazval-telegram-samym-bystrorastushchim-messendzherom-v-rossii> (дата обращения: 19.08.2022).
18. Bykov A., Medvedeva M. V. and Hradziushka A. A. «Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus», 2021 Communication Strategies in Digital Society

- Seminar (ComSDS), 2021. Pp. 14-17. doi: 10.1109/ComSDS52473.2021.9422858. <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9422858> (дата обращения: 18.08.2022).
19. Telegram впервые в истории опередил WhatsApp по объему трафика в России // Cnews. URL: https://www.cnews.ru/news/top/2023-01-23_gonka_messenzherovtelegram (дата обращения: 30.03.2023).
 20. Herasimenka A. Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: the case of telegram. Crossref DOI link: <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2076272>. Published Online: 2022-05-25. Update policy: https://doi.org/10.1080/TANDF_CROSSMARK_01
 21. Hutter S. Protest Event Analysis and Its Offspring // della Porta D. (ed.). Methodological Practices in Social Movement Research. Oxford: Oxford University Press. 2014. Pp. 335–367.
 22. Cohen E., Valencia J. Political Protest and Power Distance // Bulletin of sociological methodology, 2008. No 99. Pp. 54–72.
 23. Mossberger K., Tolbert C., McNeal R. S. Digital citizenship: The Internet, society and participation. Cambridge: The MIT Press, 2008. 221 p.
 24. Application of Big Data, Blockchain, and Internet of Things for Education Informatization Second EAI International Conference, BigIoT-EDU 2022, Virtual Event, July 29–31, 2022, Proceedings, Part I.
 25. Advances in Internet, Data & Web Technologies The 11th International Conference on Emerging Internet, Data & Web Technologies (EIDWT-2023).

RESEARCH ARTICLE

DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-45-56

UDC 316.42

Audience markers of “cloud” communities exemplified by user communication in “Telegram” channels

Elena P. Edamenko¹, Evgeny V. Golovatsky²

¹ Graduate student of Kemerovo State University
www.luch19@mail.ru

² Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Sociological Sciences of the Socio-Psychological Institute of the Kemerovo State University,
xomaik@rambler.ru

Abstract. The article attempts to analyze the scale of distribution of modern information with the help of communication technologies. The article considers the Telegram platform, a mobile application that works on the principle of “cloud” technology. The researchers study the possibilities of cloud Telegram, through which Telegram channels are created and various news about the life of society are published in them. The audience of Telegram messenger users is identified; the markers of cloud community participants are described. The authors pay attention to fake information, which is formed and launched purposefully to distort Internet users’ understanding of the current state of affairs in the municipalities, region and country. The importance of participation of political media and authorities in the formation of a credible news agenda is noted. False information can lead to processes of alienation in society, anxious expectations, loss of social optimism, triggering the mechanism of deconstruction of state structures and social ties. These factors, of course, have a negative impact on the social stability of society. For the representatives of the authorities there is an opportunity to use modern communication “cloud” technologies and their tool — mobile application Telegram. The authors consider the advantages of this platform. The attention of researchers focuses on unmoderated Telegram channels, where there are often no standards for the dissemination of news content. The researchers have concerns that extremist groups operate and flourish on this platform, which is especially relevant to the current world situation. The authors of the article proposed to study the specifics of Telegram audience in order to moderators to adapt the news feed to the needs of modern people who use Telegram and form a “cloud” community of this Internet service. In this regard, the regional official Telegram channels from representatives of regional authorities were considered. It is assumed that using the knowledge of the specifics, needs and demands of the Telegram audience, the authorities will work more effectively towards the formation of news content, and it will be easier to attract the region’s residents to their Telegram channels as an audience, who would consume reliable information.

When writing the article, the authors used secondary analysis of research companies: VTsIOM and Mediascope. To study the audience of the “cloud” community five large regional Telegram channels were considered, in particular: “And maybe: Kuzbass”, “Incident Kuzbass”, “Kuzbass now”, “Kemerovo * Kemerovo region”, “Novokuznetsk * Kemerovo region”.

Key words: information and communication technology, Telegram channels, cloud community, messenger, social communication, virtual communication, IT technology, top official (TOP).

Citation: Edamenko E. P., Golovatsky E. V. 2023. “Audience markers of “cloud” communities exemplified by user communication in “Telegram” channels” // Siberian Socium, vol. 7, no. 1 (23), pp. 45-56.
DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-45-56

REFERENCES

1. Averyanov A. O. 2018. "Social'nyj portret pol'zovatelya interneta v sovremennoj Rossii" [Social portrait of Internet users in modern Russia]. "Pokolenie budushchego: Vzglyad molodyh uchenyh-2018": Collection of scientific articles. 6th International Youth Scientific Conf.: (November 13–14, 2018, Kursk), vol. 1, pp. 238–241. Kursk: Yugo-Zapadnyj gosudarstvennyj universitet.
2. Babintsev V., Shapoval J. A. 2018. "Publichnye kommunikacii vlasti i obshchestva v regione: problemy i vozmozhnosti konstruktivnyh izmenenij" [Public communications of power and society in the region: problems and opportunities for constructive change]. *Vlast'*, vol. 26, no 4, pp. 7–15.
3. Bondarenko, O. V. 2018. "Telegramm-kanaly kak novyj vid kommunikacii s obshchestvennost'yu" [Telegram channels as a new type of communication with the public]. *Vek informacii*, no 2-2, pp. 170–172.
4. Grishaeva S. A., Shamaev P. A. 2022. "Politicheskoe uchastie molodezhi v cifrovoj srede" [Political participation of youth in the digital environment]. *Cifrovaya sociologiya / Digital Sociology*, no 5 (1), pp. 25–35.
5. Dobrinskaya D. E. 2018. "Kiberprostranstvo: territoriya sovremennoj zhizni" [Cyberspace: the territory of modern life]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser.: 18. Sociologiya i politologiya*, iss. 24, no 1, pp. 52–70.
6. Zolotarev A. V. 2016. "Kommunikativnye tekhnologii v osushchestvlenii vzaimodejstviya s organami gosudarstvennoj vlasti" [Communicative technologies in the implementation of interaction with public authorities]. *Internet zhurnal "Naukovedenie"*, vol. 8, no 4, pp. 1–16.
7. Zubok Y. A., Chuprov V. I. 2016. "Doverie v samoreguljaccii social'nyh vzaimodejstvij molodyozhi v izmenyayushchejsya social'noj real'nosti" [Trust in the self-regulation of social interactions of young people in a changing social reality]. *Problemy razvitiya territorij*, no 5, pp. 29–37.
8. Ivliev P. A. 2019. "Anonimnost' v Internete: problemy i osobennosti" [Anonymity in the Internet: problems and features]. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk*, no 4-2, pp. 6–8.
9. Kail Ya. 2016. "Napravleniya razvitiya informacionnyh tekhnologij v publichnom upravlenii Rossii: federal'nyj uroven'" [Directions of development of information technologies in public administration of Russia: the federal level]. *Gosudarstvennoe i municipal'noe upravlenie. Uchenye zapiski SKAGS*, no 2, pp. 23–29.
10. Mikhaylova O. P., Akhmetov A. M., Khamzina E. V. 2015. "Problemy anonimnosti v seti internet" [Problems of anonymity in the Internet]. "Itogi 2015 goda: idei, dostizheniya": Proceedings of the II Regional Student Scientific-Practical Conference with All-Russian participation: (November 20, 2015, Almet'yevsk), pp. 161–167. Almet'yevsk: KNITU-KAI.
11. Narhov Y. N., Narhov E. N., Narhova E. N., Mishin L. V., Melnikova E. P. 2021. "Samoreguljaciya obshchestvennoj aktivnosti studentov v usloviyah cifrovizacii social'nogo prostranstva" [Self-regulation of social activity of students in the context of digitalization of social space]. *Siberian Socium*, vol. 5, no 1(15), pp. 20–36.
12. Seeberg D. 2015. *Cifrovaya dieta: Kak pobedit' zavisimost' ot gadzhetov i tekhnologij* [Digital diet: How to defeat addiction to gadgets and technology]; translated from English. Moscow: Alpina Publisher.
13. Smolina E. G. 2020. "Vzaimodejstvie organov mestnoj ispolnitel'noj vlasti i naseleniya v internet-prostranstve: upravlencheskij aspekt (na materialah g. Volgograda)" [Interaction of local executive authorities and the population in the Internet space: managerial aspect (exemplified by Volgograd)]. *Cand. Sci. (Social Sciences) diss. Volgograd*.
14. Hong Ts. 2022. "Fenomen Telegram-kanalov kak novogo sredstva sovremennoj global'noj kommunikacii" [The phenomenon of Telegram Channels as a new means of modern global communication]. *Innovacii. Nauka. Obrazovanie*, no 52, pp. 1397–1400.
15. Kazanfirst. 2019. "Telegram-kanaly zamenili rossijanam sovetskie kuhni" [Telegram channels replaced Soviet kitchens for Russians]. Accessed at <https://kazanfirst.ru/interviews/493950>
16. Sources of information. 2020. "Analiticheskij centr YUriya Levady" [Analytical center of Yuri Levada]. Accessed at <https://www.levada.ru/2020/09/28/ggh/>
17. Journalist. 1914-2022. 2023. "Vciom nazval Telegram samym bystrorastushchim messendzherom v Rossii" [Vciom called Telegram the fastest-growing messenger in Russia]. Accessed at <https://jrnlst.ru/vciom-nazval-telegram-samym-bystrorastushchim-messendzherom-v-rossii>

18. Bykov A., Medvedeva M. V. and Hradziushka A. A. 2021. "Anonymous Communication Strategy in Telegram: Toward Comparative Analysis of Russia and Belarus", *Communication Strategies in Digital Society Seminar (ComSDS)*, pp. 14–17.
19. Cnews. 2023. "Telegram v pervye v istorii operedil WhatsApp po ob'emu trafika v Rossii" [Telegram surpassed WhatsApp for the first time in history by the volume of traffic in Russia]. Accessed at https://www.cnews.ru/news/top/2023-01-23_gonka_messendzherovtelegram
20. Herasimenka A. 2022. "Dezinformaciya i professional'nye novosti na nemoderiruemyh platformah: primer Telegram" [Misinformation and professional news on largely unmoderated platforms: the case of telegram]. Opublikovano v Internete: 2022-05-25. Accessed at https://doi.org/10.1080/TANDF_CROSSMARK_01
21. Hutter S. 2014. *Protest Event Analysis and Its Offspring*. della Porta D. (ed.). *Methodological Practices in Social Movement Research*. Oxford: Oxford University Press.
22. Cohen E., Valencia J. 2008. "Political Protest and Power Distance." *Bulletin of sociological methodology*, no. 99, pp. 54–72.
23. Mossberger K., Tolbert C., McNeal R. S. 2008. *Digital Citizenship: The Internet, Society, and Participation*. Cambridge: MIT Press.
24. Second EAI International Conference, BigIoT-EDU 2022. "Primenenie bol'shikh dannyh, blokcheyna i Interneta veshchej dlya informirovaniya obrazovaniya" [Applying Big Data, Blockchain, and the Internet of Things to Inform Education]. Virtual event, (July 29-31, 2022), Proceedings, part I.
25. Data & Web Technologies (EIDWT-2023) 2023. "Dostizheniya v oblasti Interneta, dannykh i veb-tehnologij" [Advances in Internet, Data & Web Technologies]. The 11-th International Conference on Emerging Internet.