

Информационные альтернативы и политическая легитимность: феномен телеграм-каналов в России

Ветренко И. А., Осьмеркина А. Д.*

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация; *aosmerkina-20@edu.ranepa.ru

РЕФЕРАТ

В статье представлен анализ телеграм-каналов как новой формы сетевых медиа в современном информационном пространстве. Сделан анализ истории становления и трансформации мессенджера Телеграм с момента его создания до настоящего времени. Авторы уделяют внимание изучению преимуществ и недостатков использования телеграм-каналов в качестве альтернативных источников информации по сравнению с традиционными средствами массовой информации. Развитие цифровых технологий и быстрые изменения в информационной среде существенно повлияли на способы политической и иной коммуникации в современном обществе. Классические СМИ постепенно теряют свое исключительное право определять важные общественные темы, в то время как интернет-платформы и приложения для обмена сообщениями занимают все более значимое место. Особенно заметным явлением в последние годы стали каналы в мессенджере Телеграм, которые, начав с функции простого обмена сообщениями, быстро превратились в новые информационные площадки, способные значительно влиять на мнение общества.

Актуальность исследования связана с тем, что каналы в Телеграме сегодня выполняют не только информационную функцию, но и становятся площадкой для политического противостояния, средством объединения людей, обоснования идей и воздействия на общественное мнение. В современном обществе, где информационные потоки играют ключевую роль в распределении власти, телеграм-каналы представляют собой новый центр влияния, который действует наряду с официальными СМИ или даже противопоставляет себя им. При этом особенностью работы таких каналов — неизвестность авторов, отсутствие редакторского контроля и недостаточная проверка информации — создают риски для стабильности информационной среды и снижают общественное доверие к медиа.

Цель исследования — определить, какие политические особенности имеют телеграм-каналы в России, выступающие как альтернативная площадка для общественного диалога посредством проведения социологического опроса.

Задачи исследования:

1. Проанализировать телеграм-каналы через призму социальных теорий Юргена Хабермаса, Мануэля Кастельса, Генри Дженкинса и Бруно Латура, используя их ключевые идеи для понимания современных медиа-платформ.
2. Исследовать, как телеграм-каналы применяются в политической сфере и каким образом они воздействуют на мнения людей в обществе.
3. С помощью социологического исследования определить, как граждане воспринимают информацию из телеграм-каналов и какую роль эти каналы играют в формировании доверия граждан к различным информационным источникам.
4. Выявить двойственные эффекты развития телеграм-каналов: с одной стороны, расширение доступа к информации и свободы высказываний, с другой — увеличение возможностей для информационных манипуляций, влекущих за собой политические последствия.

Основным объектом изучения являются общественно-политические аспекты работы телеграм-каналов: как они влияют на создание нового пространства для общественных дискуссий, меняют баланс влияния в обществе и трансформируют способы участия граждан в политической жизни.

Основная гипотеза исследования состоит в том, что телеграм-каналы создают новые способы общественного диалога, делая политические обсуждения более доступными для рядовых граждан. Однако одновременно они могут способствовать разделению общества

на изолированные группы и увеличивать возможности для информационного воздействия на общественное мнение.

Эмпирическую базу исследования составили статистические материалы и исследования других авторов при помощи сервиса Anketolog.ru и платформы нативной рекламы Telega.in, а также проведенный авторами социологический опрос по теме исследования.

Методологию исследования составили контент и статистический анализ, вторичный анализ данных и количественный социологический метод (опрос методом анкетирования).

Проведенный опрос выявил, что большая часть пользователей использует эту платформу каждый день и считает ее дополнительным источником политических новостей, которому доверяют больше, чем обычным медиа. Однако это доверие имеет свои границы: только малая часть опрошенных безоговорочно верит публикуемым материалам, тогда как большинство предпочитает проверять полученную информацию. Телеграм-каналы играют двоякую роль в современном обществе. С положительной стороны они способствуют более активному вовлечению граждан в политические процессы и улучшают прямое общение между людьми. Однако с отрицательной стороны они могут увеличивать недоверие среди населения и разрушать единство общественного информационного пространства. Исследование предполагает, что телеграм-каналы создают новые способы общественной коммуникации, делая политические обсуждения более доступными для граждан. При этом они одновременно повышают вероятность разделения общества на изолированные группы и увеличивают возможности для намеренного искажения информации.

Ключевые слова: медиаканалы, телеграм-каналы, СМИ, сетевые СМИ, цифровизация, социальные сети, общественное мнение.

Для цитирования: *Ветренко И. А., Осмеркина А. Д.* Информационные альтернативы и политическая легитимность: феномен телеграм-каналов в России // Управленческое консультирование. 2025. № 6. С. 121–132. EDN PSJYNC

Information Alternatives and Political Legitimacy: The Phenomenon of Telegram Channels in Russia

*Inna A. Vetrenko, Anna D. Osmerkina**

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPА), Saint Petersburg, Russian Federation; *aosmerkina-20@edu.ranepa.ru

ABSTRACT

The article presents an analysis of telegram channels as a new form of network media in the modern information space. An analysis of the history of the formation and transformation of the Telegram messenger from the moment of its creation to the present has been made. The authors pay attention to the study of the advantages and disadvantages of using telegram channels as alternative sources of information compared to traditional media. The development of digital technologies and rapid changes in the information environment have significantly influenced the methods of political and other communication in modern society. Classical media are gradually losing their exclusive right to identify important public topics, while Internet platforms and messaging applications are taking up an increasingly significant place. A particularly noticeable phenomenon in recent years has been the channels in the Telegram messenger, which, starting with the function of simple messaging, quickly turned into new information platforms that can significantly influence the opinion of society.

The relevance of the study is due to the fact that the channels in Telegram today perform not only an informational function, but also become a platform for political confrontation, a means of uniting people, substantiating ideas and influencing public opinion. In today's society, where information flows play a key role in the distribution of power, Telegram channels are a new center of influence that acts along with or even opposes the official media. At the same time, the peculiarities of the work of such channels — the unknown authors, the lack of editorial control and insufficient verification of information — pose risks to the stability of the information environment and reduce public confidence in the media.

The purpose of the study is to determine what political and sociological features telegram channels in Russia have, acting as an alternative platform for public dialogue.

Research objectives:

1. Analyze telegram channels through the prism of social theories of Jürgen Habermas, Manuel Castells, Henry Jenkins and Bruno Latour, using their key ideas to understand modern media platforms.
2. Explore how telegram channels are used in the political sphere and how they affect the opinions of people in society.
3. Using sociological research, determine how citizens perceive information from telegram channels and what role these channels play in shaping political views.
4. Identify the dual effects of the development of telegram channels: on the one hand, expanding access to information and freedom of expression, on the other — increasing opportunities for information manipulation.

The focus is on the socio-political aspects of the work of telegram channels: how they affect the creation of a new space for public discussions, change the balance of influence in society and transform the ways citizens participate in political life. The main hypothesis of the study is that telegram channels create new ways of public dialogue, making political discussions more accessible to ordinary citizens. However, simultaneously they can contribute to the division of society into isolated groups and increase opportunities for informational influence on public opinion.

The empirical base of the study was compiled by statistical materials and studies of other authors using the Anketolog.ru service and the native advertising platform Telega.in, as well as a sociological survey conducted by the authors on the topic of the study.

The research methodology consisted of content and statistical analysis, theoretical analysis and quantitative sociological method.

The study confirmed the assumption that the channels in Telegram create new forms of public communication. They make political discussions more understandable for ordinary people, but at the same time increase the likelihood of dividing the information space and possible manipulations. The survey revealed that most of the users use this platform every day and consider it an additional source of political news, which is trusted more than ordinary media. However, this trust has its limits: only a small part of the respondents unconditionally believes the published materials, while the majority prefers to check the information received. Telegram channels play a twofold role in modern society. On the positive side, they contribute to more active involvement of citizens in political processes and improve direct communication between people. However, on the negative side, they can increase distrust among the population and destroy the unity of the public information space.

The study suggests that telegram channels create new ways of public communication, making political discussions more accessible to citizens. At the same time, they simultaneously increase the likelihood of dividing society into isolated groups and increase the possibilities for deliberate distortion of information.

Keywords: media channels, telegram channels, mass media, online media, digitalization, social networks, public opinion.

For citation: Vetrenko I. A., Osmerkina A. D. Information Alternatives and Political Legitimacy: The Phenomenon of Telegram Channels in Russia // Administrative Consulting. 2025. N 6. P. 121–132. EDN PSJYNC

В условиях развития информационной среды и цифровизации различных процессов в жизни общества особое место в качестве источника разнообразных сведений стали занимать медиаплатформы. В контексте современных массовых коммуникаций понятие «медиаплатформа» получило широкое распространение и признание. Данное явление непосредственно связано с активным формированием и эволюцией цифрового пространства, характеризующегося непрерывным и динамичным ростом числа информационных интернет-порталов, каналов видеоконтента и иных виртуальных площадок, предназначенных для информационного обмена и коммуникации. Как отмечает Д. Д. Драчева, наблюдаемая тенденция является «закономерным следствием прогресса в области цифровых технологий, который

существенно трансформировал подходы к созданию, распространению и восприятию медиаконтента в обществе» [8, с. 66].

В современном мире, где информация конкурирует за внимание людей, традиционным средствам массовой информации приходится адаптироваться к потребностям аудитории, что не всегда удается сделать эффективно. В этих условиях каналы в мессенджере Телеграм становятся важными участниками политической коммуникации, стремясь завоевать доверие публики и влияние в тех областях, которые раньше принадлежали классическому медиа. На основе этого возникает важный вопрос: как каналы в Телеграм меняют способы политической коммуникации и влияют на то, как распределяется доверие между средствами массовой информации и их аудиторией?

Современные пользователи все активнее переходят от пассивного потребления информации к интерактивному взаимодействию с ней, что стимулирует дальнейшее развитие и диверсификацию медиаплатформ, адаптирующихся под новые запросы аудитории и технологические возможности. Современные медиасредства способствовали формированию новой тенденции в информационном взаимодействии: большинство пользователей сети Интернет получили возможность выступать не только в роли потребителей информации, но и в качестве ее создателей и редакторов. По мнению М. П. Полякова, это привело к «демократизации информационного пространства и размыванию границ между профессиональными журналистами и обычными пользователями» [13, с. 405].

Наиболее заметным проявлением этой тенденции стало развитие социальных сетей, которые превратились в многофункциональные платформы для создания и распространения разнообразного контента. Социальные медиа, функционирующие как полноценные медиаплатформы, формируют уникальное информационное поле, в котором происходит непрерывное взаимодействие между авторами медиапроектов и их аудиторией. Важной характеристикой этого взаимодействия является его двусторонний характер: аудитория получила инструменты для прямого выражения своего отношения к публикуемым материалам, а создатели контента — возможность оперативно реагировать на отклики и корректировать свою информационную политику. Такая интерактивность способствует формированию более открытой и динамичной медиасреды, в которой общественное мнение становится значимым фактором в процессе создания и распространения информации.

Как отмечает С. Ю. Туча, в современном информационном пространстве наблюдается значительный рост популярности не только социальных сетей, но и «различных систем мгновенного обмена сообщениями (мессенджеров), которые в настоящее время трансформировались в одно из наиболее востребованных средств для распространения информационного содержания» [18, с. 152].

В. А. Евдокимов указывает, что медиаплатформы характеризуются рядом существенных особенностей, среди которых следует выделить:

1. Обеспечение двусторонней коммуникации с аудиторией подписчиков, что позволяет получать обратную связь и собирать аналитические данные о характеристиках и предпочтениях читательской аудитории.

2. Предоставление владельцам контента экономических возможностей по монетизации своей деятельности через размещение рекламных материалов различного формата.

3. Отсутствие ограничений в выборе жанровой направленности и тематического содержания публикуемых текстовых материалов, что способствует творческой свободе авторов.

4. Техническую возможность распространения разнообразного мультимедийного контента, включающего текстовые, графические, аудио- и видеоматериалы, что значительно расширяет выразительные средства коммуникации.

5. Обеспечение высокой скорости передачи информации, что позволяет оперативно доносить актуальные сведения до целевой аудитории практически в режиме реального времени [9, с. 95].

Среди многообразия современных медиаплатформ особое место занимает Телеграм, чье становление как коммуникационного феномена началось в августе 2013 г. Возникновение данной платформы связано с профессиональными обстоятельствами Павла Дурова, основателя крупной российской социальной сети «ВКонтакте», который был вынужден покинуть Российскую Федерацию после ряда разногласий с руководящим составом компании. На начальном этапе своего развития Телеграм функционировал преимущественно как стандартное средство обмена сообщениями между пользователями. Однако его принципиальным отличием и ключевым преимуществом стала система защиты передаваемой информации — технология шифрования данных, обеспечивающая конфиденциальность коммуникации. Именно этот аспект информационной безопасности стал решающим фактором, обусловившим стремительный рост популярности Телеграм среди пользователей различных возрастных и социальных групп во многих странах мира [20].

В последующий период функциональные возможности рассматриваемого программного обеспечения претерпели значительное расширение. В его структуре начали формироваться не только простые диалоговые пространства между двумя участниками или множественные беседы, но и полноценные тематические объединения, которые по своей организационной структуре и принципам функционирования соответствуют сообществам, характерным для платформ социального взаимодействия. Первоначальные объединения такого типа были инициированы непосредственно пользовательским сообществом с целью обсуждения разнообразных тематических направлений с другими участниками коммуникационной среды. В дальнейшем процессе эволюции данной платформы подобные тематические сообщества стали активно создаваться представителями различных сетевых информационных ресурсов, основной целью которых являлось привлечение максимально широкой аудитории [7, с. 29].

В результате описанных трансформационных процессов приложение Телеграм эволюционировало из классического средства обмена сообщениями в инновационный формат коммуникационного взаимодействия, обнаруживающий существенное сходство с социальными сетями по своим основным характеристикам и принципам организации информационного обмена. Следует отметить, что индивидуальные пользователи осуществляли публикацию своего информационного контента без соблюдения систематического расписания и логической последовательности, в то время как представители средств массовой информации, стремясь максимизировать привлечение внимания аудитории к публикуемым материалам, испытывали необходимость в применении автоматизированных инструментов для оптимизации процесса распространения контента [4, с. 60].

В последние годы в русскоязычном сегменте интернета особую значимость и существенное влияние на формирование информационной повестки приобрели каналы в мессенджере Телеграм. Данные каналы представляют собой принципиально новый формат распространения информации, кардинально отличающийся от традиционных средств массовой информации. Их особенностью является публикация непроверенных сведений, неофициальной информации и материалов, достоверность которых не представляется возможным верифицировать стандартными журналистскими методами.

Заслуживает внимания демографическое распределение популярности данного мессенджера. Исследования В. О. Широкова показывают, что в России уровень проникновения Телеграм достигает 12,33 % от общего числа интернет-пользователей, что почти вдвое превышает аналогичный показатель в Соединенных Штатах

Америки (6,11 %). Также наблюдается значительная распространенность данного мессенджера в государствах Ближнего Востока, где действуют существенные законодательные ограничения на использование альтернативных социальных платформ [19, с. 103].

Несмотря на увеличивающееся число исследований, посвященных Телеграм как платформе, в научной литературе существует недостаточная изученность его функций в контексте политической социологии. В частности, остаются малоисследованными такие аспекты, как способность Телеграм служить средством общественной мобилизации, содействовать формированию публичного дискурса и влиять на процессы соперничества за признание легитимности.

Ю. Хабермас определял общественное пространство как среду, в которой люди ведут открытые дискуссии по важным социальным вопросам, что способствует формированию коллективного мнения [12, с. 505]. Платформы социальных медиа и приложения для обмена сообщениями превратились в новые площадки общественного диалога, однако с определенными проблемами: возможность скрывать личность, трудности проверки достоверности информации и разделение аудитории на изолированные группы. Каналы в Телеграм можно считать «альтернативными общественными пространствами», где сосуществуют различные толкования происходящего, что одновременно приводит к снижению уровня доверия и увеличению информационных манипуляций.

Согласно исследованиям М. Кастельса, в современном обществе власть опирается на управление информационными потоками [16, с. 164]. В условиях сетевого общества средства массовой информации приобретают решающее значение, а новые информационные центры (такие как каналы в Телеграм) способны действовать в обход традиционных общественных институтов. Телеграм представляет собой новый элемент сетевого общения, который меняет баланс власти между медиа, государственными структурами и обычными людьми, усиливая влияние информационных ресурсов на общественные процессы.

Г. Дженкинс отмечал размывание разделения между производителями и потребителями информации в современной культуре, где различные медиа сближаются и взаимодействуют [1, с. 257]. Особенно наглядно это проявляется в Телеграм, где обычные пользователи одновременно выполняют функции репортеров, редакторов, комментаторов и составляют аудиторию. Каналы в мессенджере Телеграм стирают четкие различия между традиционными средствами массовой информации и авторскими блогами. Это явление способствует более широкому доступу людей к созданию и распространению информации, что можно назвать своеобразной «демократизацией» информационного поля. Однако такой процесс одновременно приводит к снижению общего качества публикуемых материалов и затрудняет проверку достоверности представленной информации. В современном обществе, где цифровые сети играют важную роль, Телеграм изменяет привычное распределение влияния между государственными структурами, средствами массовой информации и гражданами. Эта платформа создает новые возможности для политического общения, но одновременно несет риск разделения общественного мнения на изолированные группы. Телеграм-каналы демонстрируют противоречивую сущность цифровой среды: с одной стороны, они позволяют большему числу людей участвовать в общественных обсуждениях, с другой — могут подрывать целостность информационного поля и затруднять формирование единого общественного мнения.

Платформа Телеграм предоставляет оптимальные условия для распространения разнообразных типов контента при сохранении его первоначальных характеристик. Данная особенность распространяется на текстовые материалы, графические элементы, видеоконтент и документацию различного формата. Дополнительные

функциональные возможности, включающие проведение опросов, комментирование и выражение эмоциональной реакции, существенно повышают уровень взаимодействия между участниками коммуникационного процесса, делая обмен информацией более динамичным и многосторонним [3, с. 100].

Усиление роли телеграм-каналов по сравнению с традиционными СМИ очевидно по результатам следующих социологических исследований. Так, еще в 2018 г. Приморский научно-исследовательский центр социологии и гражданских инициатив провел социологическое исследование, которое показало, что большинство респондентов предпочитают узнавать политические новости и аналитику из электронных изданий, почти вдвое меньше — из традиционных СМИ. Телеграм-каналы были выведены в отдельную категорию и заняли третье место¹. Для сравнения отметим, что сервис онлайн-опросов Anketolog.ru и платформа нативной рекламы Telega.in изучили предпочтения аудитории Телеграм в городах-миллионниках России 8 апреля 2025 г. и получили такие результаты: 94 % аудитории телеграм-каналов в городах-миллионниках России заходят в мессенджер каждый день. Лишь 5 % делают это несколько раз в неделю. Почти половина опрошенных жителей мегаполисов (48 %) регулярно читают 10 и более каналов. 52 % на постоянной основе успевают знакомиться с контентом в 5–9 телеграм-каналах. 39 % россиян считают, что проводят за чтением телеграм-каналов не более двух часов в неделю. 34 % еженедельно отводят на изучение контента 3–5 часов. 14 % опрошенных тратят на это 6–9 часов. 13 % признаются, что чтение телеграм-каналов занимает более 10 часов в неделю. Данный опрос позволил дать ответ на вопрос — для чего россияне читают телеграм-каналы: 82 % опрошенных жителей мегаполисов называют «быть в курсе новостей» главной мотивацией активного чтения каналов. На втором месте — изучение контента для саморазвития (60 %), на третьем — развлекательные цели (55 %). При этом среди наиболее популярных причин для регулярного чтения телеграм-каналов фигурирует получение полезной информации для работы или бизнеса (38 %). Чаще всего жители городов-миллионников читают локальные новостные каналы (64 %). На втором месте — каналы федеральных СМИ (58 %). Личные блоги замыкают тройку наиболее часто читаемых типов каналов (48 %). В ТОП-5 самых востребованных тематик входят развлекательные (42 %) и каналы о здоровом образе жизни (39 %). В ТОП-10 наиболее востребованных среди жителей мегаполисов тематик каналов входят: полезные образовательные (37 %); промокоды, скидки и акции (34 %); каналы экспертов по разным темам (33 %); кино и сериалы (28 %); каналы о моде и красоте (26 %). Подписка Premium есть лишь у 15 % активных пользователей Телеграм, проживающих в городах-миллионниках России. Большинство опрошенных не использует данную функцию².

Примечательно, что распространение телеграм-каналов приводит к существенному изменению структуры медиапространства в целом. Формируется принципиально новая парадигма потребления информации, характеризующаяся переходом от активного поиска новостей к их автоматическому получению на персональные электронные устройства. Такой подход к информационному потреблению можно охарактеризовать как «пассивный», поскольку пользователь становится регулярным получателем контента без необходимости предпринимать дополнительные действия для его поиска, что значительно повышает эффективность информационного взаимодействия в современном обществе.

¹ Электронные СМИ против традиционных: результаты опроса и мнения экспертов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.primnic.ru/analitika/politika/predstaviteli-smi/> (дата обращения: 28.04.2025).

² Исследование о потреблении контента Telegram-каналов, отношении к рекламе, ТМА и новым функциям платформы [Электронный ресурс]. URL: https://www.cnews.ru/news/line/2025-04-08_issledovanie_o_potreblenii (дата обращения: 28.04.2025).

Отсутствие нормативно-правового регулирования в Телеграм представляет собой серьезную проблему. В отличие от традиционных медиа, функционирующих в рамках законодательства и подлежащих определенному контролю, телеграм-каналы действуют практически в нерегулируемом пространстве. Данное обстоятельство создает благоприятные условия для беспрепятственного распространения недостоверной информации, манипулятивных материалов и пропагандистских сообщений. Отсутствие ответственности за публикуемый контент потенциально может приводить к дестабилизации информационного пространства [4, с. 78].

В-третьих, следует отметить фундаментальные различия в подходах к обеспечению достоверности информации. Традиционные СМИ руководствуются установленными редакционными политиками, профессиональными стандартами и этическими нормами журналистики, что в значительной степени минимизирует риск публикации недостоверных сведений. В противоположность этому в экосистеме Телеграм практически отсутствуют эффективные инструменты верификации информации и противодействия распространению фальсифицированных данных. Отсутствие системы сдержек и противовесов может приводить к формированию у аудитории искаженной картины действительности [10, с. 84].

Телеграм-каналы стали важной частью информационной среды в России, представляя собой новый вариант получения информации наряду с обычными средствами массовой информации и создавая особое пространство для общественного обсуждения. Чтобы понять, как люди воспринимают телеграм-каналы и какое влияние эти каналы оказывают на формирование политических взглядов, было организовано и проведено специальное социологическое исследование. Задачами данного исследования было установить, как граждане относятся к телеграм-каналам в качестве источников политической информации, а также определить, как эти каналы влияют на политическую активность людей и их доверие к средствам массовой информации.

Методология исследования: для сбора данных был проведен социологический опрос в формате онлайн-анкетирования с использованием платформы Anketolog и распространением через социальные сети.

Временные рамки: исследование осуществлялось в июле 2025 г.

Участники исследования: в опросе приняли участие 600 человек, проживающих в российских городах с населением более миллиона жителей, в возрастном диапазоне от 18 до 55 лет. Выборка была основана на квотном критерии, крупные города были выбраны из-за высокой плотности населения; на возрастном критерии, так как респонденты данного возраста являются основными пользователями платформы.

Демографический состав участников:

- по гендерному признаку: 47 % мужчин и 53 % женщин;
- по возрастным группам: 21 % в возрасте 18–24 лет, 38 % в возрасте 25–34 лет, 26 % в возрасте 35–44 лет, 15 % в возрасте 45–55 лет;
- по уровню образования: 62 % имеют высшее образование, 27 % — среднее специальное, 11 % — среднее общее.

Ключевые выводы исследования:

1. Популярность мессенджера Телеграм. Согласно исследованию, подавляющее большинство опрошенных (87 %) пользуются Телеграм каждый день, десятая часть опрошенных обращается к мессенджеру несколько раз в течение недели, а 3 % респондентов не используют данную платформу.

2. Относительно количества каналов, на которые подписаны пользователи: более четверти (28 %) просматривают от одного до четырех каналов, почти половина (46 %) следят за пятью–девятью каналами, а около четверти (26 %) регулярно читают десять и более каналов.

3. Что касается мотивации пользователей, то большинство (72 %) обращаются к Телеграм для отслеживания политической обстановки. Около половины (48 %)

используют платформу для самообразования и получения аналитических материалов. Развлекательный контент и юмористические публикации интересуют 42 % пользователей. Почти треть опрошенных (31 %) ищут в Телеграм информацию, необходимую для профессиональной деятельности.

4. В отношении степени доверия к контенту: полное доверие к информации из телеграм-каналов выражают 12 % пользователей, в то время как большинство (58 %) проверяют полученные сведения, сопоставляя их с альтернативными источниками. Исследования показывают, что 30 % респондентов выражают недоверие к определенным информационным источникам, считая их распространителями непроверенных сведений.

5. В отношении влияния Телеграм на общественно-политическую сферу: почти две трети опрошенных (64 %) полагают, что данная платформа значительно формирует политические взгляды общества. Более трети участников исследования (37 %) отмечают, что контент в Телеграм изменял их собственное восприятие политических событий, включая протестные акции и избирательные кампании. Примерно пятая часть респондентов (22 %) использовала эту платформу для активного обсуждения или координации участия в политических мероприятиях.

6. При сравнении уровня доверия к различным источникам информации выявлено, что традиционным средствам массовой информации доверяют лишь четверть опрошенных (25 %). В то же время доверие к телеграм-каналам выше — им отдает предпочтение 41 % респондентов. Примечательно, что треть участников исследования (34 %) демонстрирует скептическое отношение к обоим типам информационных источников.

Мессенджер Телеграм превратился в площадку для политических обсуждений, однако эффективность таких дискуссий снижается из-за безымянности участников и разобщенности групп пользователей с разными взглядами. Почти две трети опрошенных (64 %) считают, что Телеграм стал самостоятельной силой в информационном поле, способной соперничать с официальными государственными медиа.

Значительное количество пользователей не просто потребляют информацию, но активно участвуют в ее создании и распространении через пересылку сообщений, комментирование и создание визуального контента. Это размывает традиционное разделение между профессиональной журналистикой и активностью обычных пользователей.

Исследование показало, что пользователи доверяют не только авторам телеграм-каналов, но и самой платформе, ее техническим возможностям и принципам работы, включая возможность анонимности. Согласно проведенному социологическому опросу, Телеграм в России стал важной альтернативой традиционным средствам массовой информации, особенно когда речь идет о политических новостях. Большая часть опрошенных пользуется Телеграм каждый день и считает его более быстрым и независимым источником информации.

При анализе факторов, влияющих на уровень доверия к каналам в мессенджере Телеграм, важно учитывать несколько непрямых, но существенных обстоятельств. В первую очередь стоит отметить влияние личности Павла Дурова, создателя платформы. Его общественный образ и маркетинговая стратегия тесно связаны с восприятием самого мессенджера. Публичные заявления и действия Дурова формируют определенное отношение к Телеграм, что естественным образом переносится и на каналы, функционирующие в этой среде. Пользователи часто ассоциируют ценности, декларируемые основателем, с самой платформой коммуникации.

Другим значимым фактором стало прекращение деятельности некоторых зарубежных социальных платформ в России и последующий переход государственных структур и официальных ведомств в Телеграм для информирования населения. Это существенно повысило статус мессенджера в глазах пользователей и укрепило его

позиции как надежного источника информации. Официальное присутствие государственных каналов косвенно повышает уровень доверия и к другим информационным ресурсам на этой платформе.

Однако текущая ситуация может претерпеть изменения в связи с появлением нового российского мессенджера МАХ. Развитие отечественных альтернатив способно перераспределить пользовательскую аудиторию и, как следствие, повлиять на степень доверия к различным каналам коммуникации в ближайшей перспективе.

Можно сделать вывод, что телеграм-каналы выполняют две противоположные функции: с одной стороны, они делают информацию более доступной и помогают гражданам активнее участвовать в политической жизни; с другой — увеличивают возможности для распространения недостоверных сведений и информационных манипуляций. При этом в отношении телеграм-каналов респонденты не демонстрируют более высокого доверия в сравнении с традиционными СМИ, так как пользователи предпочитают проверять сведения, используя несколько разных источников. Данные выводы имеют практическое применение для разных групп:

- государственным структурам необходимо создать понятные правила для контроля и обеспечения прозрачности информации в Телеграме;
- традиционным средствам массовой информации следует включить формат телеграм-каналов в свою работу;
- обществу важно развивать умение анализировать медиаконтент и критически оценивать получаемую информацию.

Литература

1. *Афанасов Н. Б.* Генри Дженкинс и фанфик по теории медиа // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2019. № 3. С. 250–263.
2. *Булатова Д. А.* Влияние современных технологий на процесс цифровизации СМИ // *Журналистика в глобальном мире : материалы IV Международной студенческой научно-практической конференции*. Ростов-на-Дону, 2022. С. 63–65.
3. *Ваганова И. В.* Медиавыбор молодежи: Telegram как альтернатива СМИ // *Медиакоммуникационные технологии и управление проектами в творческих индустриях: актуальные вопросы и перспективные решения. Материалы Национальной научно-практической конференции с международным участием*. Санкт-Петербург, 2024. С. 98–102.
4. *Ваганова И. В.* Telegram как «новое медиа»: попытка сравнительного анализа с печатными СМИ // *Научные труды Северо-Западного института управления РАНХиГС*. 2024. Т. 15, № 2 (64). С. 58–64.
5. *Варганова Е. Л.* К вопросу о последствиях цифровой трансформации медиасреды // *Меди@льманах*. 2022. № 2 (109). С. 8–14.
6. *Гаврилов В. В.* Преимущества и угрозы цифровизации СМИ // *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика*. 2022. № 4. С. 86–89.
7. *Гуторова Н. С.* Предпосылки трансформации telegram-канала в новостное СМИ // *Студенческий форум*. 2021. № 39-1 (175). С. 28–30.
8. *Драчева Д. Д., Черникова О. Ю.* Типологические особенности современных сетевых СМИ // *Современные тенденции исследований в языкознании, литературоведении и журналистике. Сборник статей I Всероссийской научной конференции*. Курск, 2024. С. 64–70.
9. *Евдокимов В. А.* Медиаплатформа как ресурс познания // *Наука о человеке: гуманитарные исследования*. 2023. Т. 17, № 4. С. 93–98.
10. *Журба А. М.* Telegram: социальный мессенджер или новая площадка в СМИ // *Современный ученый: от прошлого к будущему. Материалы Международной научно-практической конференции*. Краснодар, 2024. С. 82–87.
11. *Кулиев С.* Роль интернет-журналистики в современных информационных системах // *Образование и наука в России и за рубежом*. 2022. № 3 (91). С. 51–53.
12. *Михайлов И. А.* Юрген Хабермас. Новая структурная трансформация публичной сферы и делиберативная политика // *Историко-философский ежегодник*. 2024. Т. 39. С. 503–510.
13. *Поляков М. Л.* Основные подходы к типологии цифровых медиаплатформ // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика*. 2022. Т. 27, № 2. С. 399–413.

14. Рагер Ю. Б. Модели современных СМИ в эпоху цифровизации // Физическая культура и спорт. Олимпийское образование. Материалы международной научно-практической конференции. Краснодар, 2024. С. 523–527.
15. Салманова Д. В. СМИ в эпоху цифровизации // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В. Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук. Сборник докладов Национальной конференции с международным участием. Белгород, 2022. С. 737–741.
16. Серкина Н. Е. Понятие сетевого общества М. Кастельса // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 2 (41). С. 161–169.
17. Сулейманов М. Р. Культура медиапотребления в условиях цифровизации средств массовой информации : дис. ... канд. культурологии / Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю. А.», 2022. 167 с.
18. Туча С. Ю. Трансформация деятельности СМИ в условиях цифровизации // ИТ Арктика. 2023. № 2. С. 29–38.
19. Широков В. О. Феномены Telegram: социальная сеть или средство массовой информации? // Южный Полюс. Исследования по истории современной западной философии. 2023. Т. 9, № 1. С. 71–77.
20. Яблоновская Н. В. Telegram как платформа для дистрибуции медиаконтента // Высшее образование для XXI века: Цифровая трансформация общества: новые возможности и новые вызовы. XVI Международная научная конференция. Доклады и материалы : в 2 ч. Москва, 2020.
21. Telegram-журналистика: как платформа влияет на трансформацию СМИ // Журналистика и медиакommunikация в цифровой среде — 2023. Сборник научных статей II Международной студенческой научно-практической конференции. Москва, 2023. С. 60–65.

Конфликт интересов

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Об авторах:

Ветренко Инна Александровна, доктор политических наук, профессор, заведующая кафедрой социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); vetrenko-ia@ranepa.ru

Осьмеркина Анна Дмитриевна, ассистент кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация); aosmerkina-20@edu.ranepa.ru

References

1. Afanasov N. B. Henry Jenkins and fan fiction in media theory // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2019. N 3. P. 250–263. (In Russ.).
2. Bulatova D. A. The influence of modern technologies on the process of digitalization of the media // *Journalism in the global world. Materials of the IV International Student Scientific and Practical Conference*. Rostov-on-Don, 2022. P. 63–65. (In Russ.).
3. Vaganova I. V. Media choice of youth: Telegram as an alternative to the media // *Media communication technologies and project management in the creative industries: topical issues and promising solutions. Materials of the National Scientific and Practical Conference with international participation*. St. Petersburg, 2024. P. 98–102. (In Russ.).
4. Vaganova I. V. Telegram as a “new media”: an attempt at comparative analysis with print media // *Scientific works of the North-West Institute of Management of RANEPA [Nauchnye trudy Severo-Zapadnogo instituta upravleniya RANKhiGS]*. 2024. Vol. 15. N 2 (64). P. 58–64. (In Russ.).
5. Vartanova E. L. To the question of the consequences of the digital transformation of the media environment // *Medi@lmanah [Medi@l'manakh]*. 2022. N 2 (109). P. 8–14. (In Russ.).
6. Gavrilo V. V. Advantages and threats of digitalization of the media // *Bulletin of Voronezh State University. Series: Philology. Journalism [Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika]*. 2022. N 4. P. 86–89. (In Russ.).
7. Gutorova N. S. Prerequisites for the transformation of the telegram channel into a news media // *Student Forum [Studencheskii forum]*. 2021. N 39-1 (175). P. 28–30. (In Russ.).

8. Dracheva D. D., Chernikova O. Yu. Typological features of modern online media // Modern research trends in linguistics, literary criticism and journalism. Collection of articles of the I All-Russian Scientific Conference. Kursk, 2024. P. 64–70. (In Russ.).
9. Evdokimov V. A. Media platform as a resource of knowledge // Russian Journal of Social Sciences and Humanities [Nauka o cheloveke: gumanitarnye issledovaniya]. 2023. Vol. 17, N 4. P. 93–98. (In Russ.).
10. Zhurba A. M. Telegram: a social messenger or a new platform in the media // Modern scientist: from the past to the future. Materials of the International Scientific and Practical Conference. Krasnodar, 2024. P. 82–87. (In Russ.).
11. Kuliev P. The role of Internet journalism in modern information systems // Education and science in Russia and abroad [Obrazovanie i nauka v Rossii i za rubezhom]. 2022. N 3 (91). P. 51–53. (In Russ.).
12. Mikhailov I. A. Jurgen Habermas. New structural transformation of the public sphere and deliberation policy // Historical and philosophical yearbook [Istoriko-filosofskii ezhegodnik]. 2024. Vol. 39. P. 503–510. (In Russ.).
13. Polyakov M. L. The main approaches to the typology of digital media platforms // RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism [Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. Zhurnalistika]. 2022. Vol. 27, N 2. P. 399–413. (In Russ.).
14. Rager Y. B. Models of modern media in the era of digitalization // Physical culture and sports. Olympic education. Materials of the international scientific-practical conference. Krasnodar, 2024. P. 523–527. (In Russ.).
15. Salmanova D. V. Media in the era of digitalization // International Scientific and Technical Conference of Young Scientists of BSTU named after V. G. Shukhov, dedicated to the 300th anniversary of the Russian Academy of Sciences. Collection of reports of the National Conference with international participation. Belgorod, 2022. P. 737–741. (In Russ.).
16. Serkina N. E. The concept of the network society of M. Castells // Bulletin of the Maykop State Technological University [Vestnik Maikopskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta]. 2019. N 2 (41). P. 161–169. (In Russ.).
17. Suleimanov M. R. Culture of media consumption in the context of digitalization of the media: dissertation for the degree of candidate of cultural studies / Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, 2022. 167 p. (In Russ.).
18. Tucha P. Yu. Transformation of media activities in the context of digitalization // IT Arctic. 2023. N 2. P. 29–38. (In Russ.).
19. Shirokov V. O. Telegram phenomena: social network or mass media? // South Pole. Studies on the history of modern Western philosophy [Yuzhnyi Polyus. Issledovaniya po istorii sovremennoi zapadnoi filosofii]. 2023. Vol. 9, N 1. P. 71–77. (In Russ.).
20. Yablonovskaya N. V. Telegram as a platform for the distribution of media content // Higher education for the XXI century: Digital transformation of society: new opportunities and new challenges. XVI International Scientific Conference. Reports and materials: in 2 parts Moscow, 2020. (In Russ.).
21. Telegram journalism: how the platform affects the transformation of the media // Journalism and media communications in the digital environment — 2023. Collection of scientific articles of the II International Student Scientific and Practical Conference. Moscow, 2023. P. 60–65. (In Russ.).

Conflict of interests

The authors declare no relevant conflict of interests.

About the authors:

Inna A. Vetrenko, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Social Technologies of North-West Institute of Management of RANEPa (Saint Petersburg, Russian Federation); vetrenko-ia@ranepa.ru

Anna D. Osmerkina, Assistant Professor at the Department of Social Technologies of North-West Institute of Management of RANEPa (Saint Petersburg, Russian Federation); aosmerkina-20@edu.ranepa.ru

Поступила в редакцию: 29.05.2025
 Поступила после рецензирования: 07.07.2025
 Принята к публикации: 10.10.2025

The article was submitted: 29.05.2025
 Approved after reviewing: 07.07.2025
 Accepted for publication: 10.10.2025