

Научная статья

УДК 070:004.738.5(470.54-25) + 316.772.5 + 81'42:004.77 + 7.026.2

DOI 10.15826/izv1.2024.30.3.044

## **СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЖИЗНИ ГОРОДА В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕЛЕГРАМ-БЛОГОСФЕРЕ ЕКАТЕРИНБУРГА**

**Валерий Михайлович Амиров**

*Уральский федеральный университет,  
Екатеринбург, Россия,  
vestnik-va@mail.ru,  
<https://orcid.org/0000-0003-3371-2939>*

**А н н о т а ц и я.** В статье рассмотрена проблематика функционирования городской телеграм-блогосферы Екатеринбурга, особенности репрезентации контента в общественно-политических телеграм-каналах. Показана роль телеграм-блогосферы в формировании и обсуждении общественно-политической повестки дня. Телеграм-блогосфера представлена как система, включающая в себя официальные, корпоративные блоги, блоги общественных организаций, средств массовой информации и журналистов, личные телеграм-блоги граждан. Выделены и описаны особенности екатеринбургской телеграм-блогосферы. На многочисленных примерах из публикаций нескольких популярных телеграм-каналов показаны стратегии и тактики репрезентации общественно значимых событий жизни столицы Урала.

**К л ю ч е в ы е с л о в а:** блогосфера; телеграм-канал; Екатеринбург; повестка дня; репрезентация; контент

## **STRATEGIES AND TACTICS FOR REPRESENTING THE LIFE OF THE CITY IN THE SOCIO-POLITICAL TELEGRAM-BLOGOSPHERE OF EKATERINBURG**

**Valery M. Amirov**

*Ural Federal University,  
Ekaterinburg, Russia,  
vestnik-va@mail.ru,  
<https://orcid.org/0000-0003-3371-2939>*

**A b s t r a c t.** The article examines the problems of the functioning of the city telegram blogosphere in Yekaterinburg, the peculiarities of the representation of content in socio-political telegram channels. The role of the telegram blogosphere in the formation and discussion of the sociopolitical agenda is described. The telegram blogosphere is presented

as a system that includes official, corporate blogs, blogs of public organizations, mass media and journalists, personal telegram blogs of citizens. The features of the Ekaterinburg telegram blogosphere are highlighted and described. Numerous examples from the publications of several popular telegram channels show strategies and tactics for representing socially significant events in the life of the capital of the Urals.

**Key words:** blogosphere; Telegram channel; Ekaterinburg; agenda; representation; content

## Введение

Блоговое пространство России не случайно является полем научного интереса многих исследователей, анализирующих как медийный, так и маркетинговый аспекты намечающихся тенденций. Так, например, А. В. Колесниченко констатирует: «Сейчас признано, что блогеры как производители контента и соцсети как платформы для публикаций успешно конкурируют со СМИ (а во многих случаях и побеждают в этой конкуренции) за время и внимание аудитории и за рекламную выручку» [Колесниченко, с. 52].

Бурно развивающийся в последнее время сегмент блогосферы — телеграм-каналы привлекает все большее внимание как блогеров и журналистов, пытающихся использовать возможности мессенджера, постепенно превращающегося в блог-платформу, так и исследователей, обращающих внимание на особенности реализации контента в «Телеграм».

О роли и потенциале телеграм-каналов в общественно-политической жизни пишет, например, О. И. Ляховенко: «Политические телеграм-каналы играют важную роль в сопровождении управленческих решений и формировании публичной повестки в современной России. Они востребованы в силу особенностей самого мессенджера (удобство, низкий порог “входа”, короткое “плечо” коммуникации), а также в силу специфики нашей политической системы» [Ляховенко, с. 114].

Растущее значение телеграм-каналов в системе массовой коммуникации отмечает и Е. А. Мокрая: «Телеграм-каналы становятся популярным средством коммуникации в интернет-пространстве, поскольку являются источником наиболее острой и актуальной информации, а также профессиональной аналитики» [Мокрая, с. 62].

Исследователи выделяют в качестве системного преимущества телеграм-каналов их декларируемую анонимность, что предоставляет автору в условиях ужесточающегося регламентирующего законодательства определенную свободу для выражения авторской позиции и оценочности. На это, например, указывает Я. В. Солдаткина: «Помимо тематической сегментации, для телеграм-канала важна фигура автора в аспекте авторской, эксклюзивной подачи медиаматериалов. Автор телеграм-канала мог быть анонимом, авторской группой, мог использовать выдуманную маску» [Солдаткина, с. 326].

Роль телеграм-каналов в формировании общественного мнения заметна как на федеральном уровне (при обсуждении повестки дня, значимой для всей

страны), так и на локальном (региональном и городском). При этом становится очевидным, что этот вид блогосферы, несмотря на относительно небольшое время, прошедшее от момента появления первых телеграм-каналов, уже представляет из себя систему, состоящую из:

- официальных телеграм-каналов государственных чиновников и государственных органов (министерств, ведомств, законодательных собраний и т. д.);
- корпоративных телеграм-каналов предприятий и организаций;
- телеграм-блогов общественных организаций и активистов;
- телеграм-каналов СМИ и журналистов;
- личных телеграм-блогов.

Рост популярности и влияния телеграм-блогосферы, ее востребованность у пользователей привлекают внимание ученых. «Специфика блогосферы как сетевого феномена и социальной среды, а также следствия этого факта важны не только с точки зрения ее значимости для политических акторов, но и с позиций ее научного изучения», — полагает И. М. Шатин [Шатин, с. 149]. При этом нужно отметить, что особенности, функционал и потенциал региональной и городской блогосферы изучаются гораздо меньше. Хотя, несомненно, «малая» блогосфера представляет собой плодотворное поле для анализа, поскольку является значительным и значимым сегментом массовой коммуникации.

«В региональной блогосфере таких тем, которые являются “мертвыми зонами” для региональных традиционных СМИ, гораздо больше. Их список имеет отличия в зависимости от региональных особенностей, но чаще всего касается неизвестных действий местных властей, происшествий, не попавших в зону традиционных СМИ, дискуссий по благоустройству города, неофициальных культурных и спортивных событий», — пишет Д. Ш. Усманова, усматривая ряд существенных отличий тематической палитры общественно-политической блогосферы регионов и городов от блогосферы, которую принято называть «федеральной» [Усманова, с. 5].

Именно поэтому представляется интересным и, в научном смысле, важным проанализировать особенности реализации стратегий и тактик в общественно-политической телеграм-блогосфере такого крупного политического и культурного центра, как Екатеринбург.

### Предмет исследования

Под городской блогосферой обычно понимается совокупность блогов, размещенных на различных платформах, в социальных сетях и мессенджерах, в той или иной степени посвященных темам, прямо или косвенно связанным с проблематикой жизни города и его социума.

Городская общественно-политическая блогосфера выполняет сразу несколько значимых коммуникативных функций, среди которых:

- **консолидирующая** (читатели — жители города, ощущающие себя частью общественно-политического пространства);

— *дифференцирующая* (читателям предлагается самостоятельно определить свое отношение к тем или иным событиям, происходящим в жизни Екатеринбурга);

— *социализирующая* (у читателей формируется ответственность за настоящее и будущее территории, на которой они живут);

— *ценностно-ориентационная* (темы постов часто ставят перед читателями непростые проблемы, относящиеся к морально-нравственной проблематике).

Среди отличительных черт екатеринбургской городской блогосферы следует отметить ее интегрированность в федеральное информационное пространство. Практически все информационные поводы Екатеринбурга сразу же отрабатываются федеральными информационными агентствами. И напротив, «большие» темы широко обсуждаются в екатеринбургской блогосфере, проецируются в информационную картину местного социума.

В качестве основы для анализа взяты четыре достаточно популярных в Екатеринбурге общественно-политических телеграм-канала — «Иродь уральский», «Подливтика 2.0», «Екатское чтиво», «Повестка дня/Agenda» (всего более 1000 текстов).

Екатеринбургская блогосфера, разумеется, в основном развивается по тем же направлениям, что и блогосфера всей России. Однако она имеет и свои особенности. Острая региональная политическая конкуренция, развитое информационное пространство, наличие большого количества независимых средств массовой информации, в том числе оппозиционных, делают общественно-политическое блогосферное пространство интересным, разнообразным и ярким как по палитре тем, так и стратегиям репрезентации.

Среди традиционных особенностей екатеринбургской общественно-политической блогосферы можно отметить ее высокую политизированность, а также такие аспекты, как:

— значительное присутствие в городских блогах профессиональных журналистов, рассматривающих телеграм-каналы и как продолжение своей основной деятельности, и как возможность для выражения «особого» мнения;

— стремление к федерализации событий местной повестки дня;

— интеграция в блогосферных публикациях как собственно журналистской информации, так и политтехнологий и пропагандистских концептов;

— активное применение троллинговых стратегий;

— стремление разрабатывать тематики, относящиеся к морально-нравственной сфере;

— харизматичность авторов, многие из которых широко известны екатеринбургской общественности.

При анализе постов становится очевидным, что многие публикации екатеринбургской телеграм-блогосферы осуществляются в стратегиях инфотейнмента, который кратко характеризуется исследователями как сочетание информирующего и развлекательного начал — «развлечение информированием» [Лозовский]. Например, Н. А. Захарченко и Т. В. Карелова, характеризуя технологии

инфотейнмента, применяемые на телевидении, пишут о том, что «апелляции к эмоциям аудитории через вербальный и визуальный элементы и т. д. действительно делают инфотейнмент перспективным способом презентации видеоконтента» [Захарченко, Карелова, с. 102]. Отмечая неоднозначность реализации технологий инфотейнмента, В. А. Евдокимов указывает на то, что благодаря симбиозу сообщения и шутки «аудитория в одних коммуникативных ситуациях узнает о чем-то новом, интересном или приподнимает завесу над каким-либо острым взаимодействием, а в других — получает суррогат журналистской мысли» [Евдокимов, с. 214].

Значимым для оценки влияния методов инфотейнмента на журналистскую информацию представляется следующее определение: «Инфотейнмент — полифункциональное явление, которое сочетает в себе разнообразные функции журналистики, рекламы и PR: информационную, развлекательную, коммуникативную, образовательную, редуционистскую, компенсаторную, воспитательную, просветительскую и т. д.». [Карпенко, Лобановская, Ельникова, Горборукова, с. 99].

Инфотейнмент выполняет маркетинговые функции, способствует коммерциализации журналистского и блоггового продукта, поскольку расширяет аудиторию, привлекает внимание читателя и пользователя необычностью формата подачи информации и в конечном счете увеличивает возможности монетизации контента.

### Анализ текстов

Рассмотрим стратегии и тактики, реализуемые в екатеринбургской телеграм-блогосфере:

• **Информирующий характер значительной части публикаций, присущий лентам «классических» информационных агентств.** Такого рода посты совпадают по методу репрезентации событий города с материалами СМИ. Кроме того, телеграм-каналы передают и материалы, которые можно отнести к PR — позитивные по тональности хроникальные заметки, отражающие успехи администраций г. Екатеринбурга и Свердловской области в целом, развитие городской инфраструктуры, события общественной и культурной жизни столицы Урала и т. д.:

Свыше 400 км дорог приведут в порядок в Свердловской области;

19 спасателей со всей необходимой техникой отправились в Зауралье, по поручению губернатора Евгения Куйвашева;

Мэр Екатеринбурга Орлов отправил гумпомощь в затопленный Орск;

В екатеринбургском метрополитене запустили «космический» поезд.

• **Использование аллюзий на литературные произведения или иные объекты культурно-исторического наследия:**

Истинно говорю вам, и суток не пройдет, как один из вас... предаст меня.

Эта очевидная аллюзия на евангелический текст позволяет создать эффект комического, способствующий восприятию информации об официальном совещании; представить практику общения должностных лиц, работающих над вполне серьезными вопросами, как шутку; расширить коммуникативную рамку за счет внедрения концепта «они — такие же простые люди, как мы».

• **Обращение к историческим фактам или представлениям об этих фактах, проведение исторической параллели:** «граф Орлов», «град святой Екатерины».

Наша беда в том, что мы смотрим в прошлое, в традиционное... А предки смотрели в будущее: Петр грезил мечтами о Великой морской державе, Екатерина — о просвещении, лидеры Советского Союза — о науке, космосе, технологиях (о заложении «капсулы времени». — В. А.).

Эти параллели могут уходить в глубокую историю, а могут соотноситься с историей нескольких последних десятилетий. Ретроспективный обзор, риторическое обобщение встраиваются в общую логику формирования авторской позиции, неприятия автором событий, отрицательно сказывающихся на повседневной жизни города и перспективах его развития.

• **Использование комической реконструкции событий:**

Легендарный уральский политтехнолог... распечатал подарки и понял, что получил на праздник носки с товарищем Сталиным. Что сделал бы товарищ Сталин с легендарным уральским политтехнологом, увидев, что он так с ним обходится?

Такая реконструкция расширяет коммуникативную рамку, способствует облегченному восприятию общественно-политических новостей.

• **Обращение к сарказму:**

...не видно даже трактора, который обычно чистит снег под окнами губернатора... Либо все совсем плохо, либо начальство решило страдать вместе с электоратом;

Он считался главной рабочей лошадью департамента, отвечавшей в т. ч. за самое сложное направление, личную коммуникацию с диковатыми главредами медиа.

Этот сарказм может иметь «именной» характер и связываться с политическими событиями:

Если Екатеринбург это забанят, будет уже второй подобный спортивно-политический опыт, первым стала Универсиада-2023;

Мэрия Екатеринбурга яростно бьется за голосование по благоустройству. Призывами уклеены все торговые точки.

• **Освещение событий общественно-политической жизни Екатеринбурга с помощью представления традиционных «домашних» названий города, его районов, знакомых горожанам мест и т. д.:**

Как Екат изменился за последние 30 лет?;  
Прошлая комиссия в Екате признала репера ... непригодным для службы;  
Начали с Академ;  
Видите Грязьбург? Вице-мэр... тоже не видит;  
На Вайнера в Екатеринбургe набухли мусорки — верная примета прихода лета.

Обращение к «урбанистическим» языковым элементам позволяет авторам телеграм-канала очертить круг «своих» читателей, для которых Екатеринбург является родным по месту проживания и по образу жизни пространством, коммуникативной средой. А также — организовать дискуссию, построенную на сопереживании читателей телеграм-канала проблемам Екатеринбурга и желаний жителей помочь решению этих проблем.

• **Широкое использование сниженной лексики, сленга в том числе и в диалогических конструкциях:** *Да, чувак, так бывает сплошь и рядом; чувак с носом; забабалал; реально без мыла ко всем випам проберется; где он это звезданул; посадят пацана походу надолго; кошмарили класс; тудягу сняли и отогрели.* Этот прием из арсенала карнавализации позволяет приблизить язык публикаций к разговорному функциональному стилю, удобному для восприятия большинством населения, привыкшим к такой лексике. Кроме того, за счет применения просторечных слов создается эффект рутинности происходящего.

• **Реализация троллинговых тактик:**

Человек с двумя (вроде как) высшими;

Если пройти по центру Екате вечером, можно заметить, что окна в элитных ЖК не горят. Патриоты уехали отдыхать, и не внутренним туризмом, конечно же.

Очевидно, что стратегия проявляется на двух уровнях: личностном, когда обращена к конкретно взятому политику или общественному деятелю, и обобщенном, если она концентрируется на группе лиц.

## Выводы

Таким образом, мы можем констатировать, что публикации екатеринбургской телеграм-блогосферы в значительной степени дополняют и расширяют информационное пространство, формируемое традиционными СМИ. А сами телеграм-каналы интегрированы в медиапространство города, региона и страны, поскольку используют сообщения СМИ в качестве основы для блогowego осмысления и комментирования, при этом представляя читателю и первичную информацию, оставшуюся вне фокуса внимания средств массовой информации.

Об интегрированности также говорит тот факт, что городские, региональные, а иногда и федеральные СМИ используют материалы, публикуемые телеграм-блогосферой: цитируют и комментируют их, организывают на их основе общественные дискуссии.

Мы констатируем наличие многих стратегий и тактик репрезентации событий жизни Екатеринбурга в публикациях телеграм-каналов. Среди этих стратегий и тактик — использование аллюзий, обращение к историческим параллелям и событиям, к сарказму, языковой игре, троллинговым приемам, масштабное использование для расширения коммуникативной рамки сленга и сниженной лексики.

Вместе с тем городские телеграм-каналы в значительном объеме представляют новости, продвигают положительные результаты работы администраций, выполняя функции информационных агентств, дополняя новостную палитру, формируемую традиционными средствами массовой информации.

---

*Евдокимов В. А.* Инфотейнмент в массмедиа: панацея от скуки и эрзац-дискуссии // Наука о человеке: гуманитар. исслед. 2010. № 5. С. 214–219.

*Захарченко Н. А., Карелова Т. В.* Инфотейнмент как перспективный способ презентации видеoinформации // Вестн. Волж. ун-та им. В. Н. Татищева. 2021. Т. 4, № 1. С. 102–111.

*Карпенко И. И., Лобановская Е. Ю., Ельникова О. Е., Горборукова Л. С.* Использование методов инфотейнмента в практике современного российского телевидения // Науч. ведомости. Сер. : Гуманитарные науки. 2017. № 28 (277), вып. 36. С. 97–105.

*Колесниченко А. В.* Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2021. № 1. С. 51–74. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2021.5275>

*Лозовский Б. Н.* Журналистика и средства массовой информации : краткий словарь. [2-е изд., испр. и доп.]. Екатеринбург, 2007.

*Ляховенко О. И.* Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России // Galactica Media : Journal of Media Studies (Астрахань). 2022. № 1. С. 114–144. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i1.230>

*Мокрая Е. А.* Telegram-канал как платформа для политической коммуникации // Рус. политология. 2018. № 4 (9). С. 62–65.

*Солдаткина Я. В.* Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. : Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23, № 3. С. 323–330. <https://doi.org/10.22363/2312-9220-2018-23-3-323-330>

*Усманова Д. Ш.* Региональная блогосфера как дискуссионная политическая и социальная площадка (на примере Республики Башкортостан) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10 : Журналистика. 2015. № 2. С. 3–16.

*Шатин И. М.* Социальные среды современной политики: блогосфера // Вестн. РГГУ. Сер. : Политология. Социально-коммуникативные науки. 2011. № 1. С. 149–157.

*Статья поступила в редакцию 25.04.2024 г.*