

Личный канал в Telegram как ресурс публичного предъявления позиции журналиста: содержательные и функциональные особенности

Научный руководитель – Сивякова Екатерина Викторовна

Горлова Ярослава Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия

E-mail: jaroslava.gorlova@yandex.ru

Современная система жанров качественной информационной журналистики, как правило, не предполагает возможности трансляции личного мнения автора журналистского текста [1],[2]. И если раньше для этого журналисты использовали жанры аналитической журналистики на платформе СМИ (то есть комментарии и колонки), то сейчас журналисты предпочитают социальные медиа, в том числе мессенджер Telegram. Цель данного исследования заключалась в определении функциональных возможностей публикаций на личном канале в Telegram и определении их ресурсов в трансляции личной позиции журналиста.

На базе Telegram возможно создавать так называемые каналы, которые могут быть как анонимными, так и персонифицированными. Персонифицированный канал позволяет его автору публиковать текстовые сообщения, прикреплять ссылки, изображения, аудио и видео, а также отвечать на сообщения, опубликованные на других каналах. В отличие от других социальных медиа, в Telegram не предусмотрена возможность комментирования постов, поэтому канал может производить впечатление монологического высказывания, не настроенного на обратную связь. Однако, помимо вышеупомянутой функции ответа на сообщения из других каналов, у авторов существует также возможность создать чат для обсуждения канала и оставить свои контактные данные для получения комментариев от читателей. Таким образом, персонифицированный канал в Telegram может служить журналисту средством дополнительной коммуникации с аудиторией, причем главным образом личной и не всегда совпадающей с аудиторией СМИ, где журналист работает.

Методом контент-анализа были изучены три Telegram-канала журналистов — «Черных и его коростели» (Александр Черных, «Коммерсантъ»), Boletskaya (Ксения Болецкая, «Ведомости») и «Мараховское время» (Виктор Мараховский, «РИА Новости»). За 3 месяца, в период с 20 сентября до 21 декабря 2019 года, методом сплошной выборки было проанализировано в общей сложности 189 публикаций — 60 на канале Черных, 62 на канале Болецкой и 67 на канале Мараховского.

Мотивацию создания своего канала его авторы, как правило, четко не формулируют и не описывают. Так, из трех рассмотренных каналов относительно определенную концепцию имеет только канал Александра Черных «Черных и его коростели» (первый пост сообщает: «Буду рассказать подробности своих текстов и давать ссылки на интересные чужие, ну как все. И еще про животных что-нибудь»). Авторы других каналов не дают установок на определенные виды контента и с первого поста начинают публиковать ссылки на материалы (Виктор Мараховский) и комментарии (Ксения Болецкая). Тем не менее, по типу публикаций можно определить список задач, которые выполняет каждый автор в рамках своего канала.

Результаты исследования показывают, что авторы каналов наиболее часто используют данную платформу для цитирования своих материалов на других ресурсах или же для

цитирования материалов своих коллег. Так, в совокупности содержащее цитирование материалы на канале Александра Черных дают 42% всех проанализированных публикаций (27% — самоцитирование), на канале Ксении Болецкой — 69% (40% — самоцитирование), на канале Виктора Мараховского — 22% (все 22% — самоцитирование). Как правило, ссылки на сторонние ресурсы сопровождаются комментариями авторов каналов. Можно предположить, что это позволяет журналистам дополнительно выделять определенные аспекты упоминаемых публикаций и выражать свою личную точку зрения на платформе, на которую не распространяется редакционная политика их изданий.

У Александра Черных, помимо ссылок на себя и своих коллег, присутствуют также отклики на актуальные события, близкие к жанру комментария (7%), а также заметки о своей жизни и о журналистике в целом (37%), аналогично у Ксении Болецкой (11% и 19% соответственно). Так, например, 6 декабря Черных написал о своем дне рождения и призвал подписчиков вместо подарка отправить деньги в один из благотворительных фондов, а Ксения Болецкая 20 сентября поделилась фото с фестиваля сериалов «Пилот» и прокомментировала его: «Зал битком — от школьников до бабушек, — сейчас ступеньки начнут уже занимать». Виктор Мараховский во многом использует свой канал как платформу для размещения собственных комментариев (30%) и постов, содержательно близких к жанру колонки или аналитической статьи (33%). То есть другие виды контента, публикуемые на каналах, зависят от личных предпочтений их авторов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что журналисты, ведущие свои авторские Telegram-каналы, часто используют их для цитирования своих материалов или же материалов своих коллег. Комментарии к текстам, как и остальные виды контента, не ограничены редакционной политикой изданий, в которых журналисты публикуются, поэтому позволяют им выражать свое мнение по ряду вопросов. Журналист, ведущий персонализированный Telegram-канал, обращается к своей аудитории и сам выбирает для этого виды контента и объем освещения своей частной жизни.

При рассмотрении и анализе Telegram-каналов журналистов, однако, возникают вопросы для развития данного исследования в перспективе: чем вызвана популярность данной платформы и в чем ее преимущества перед другими социальными медиа (Facebook, Instagram, ВКонтакте и т. д.)? Какие характеристики мессенджера Telegram влияют на его восприятие авторами каналов и читателями? Эти вопросы оставляют пространство для обсуждения и изучения проблемы Telegram-каналов в качестве новой медиа-платформы [3].

Источники и литература

- 1) Колесниченко А. В. Практическая журналистика. Учебное пособие. — М., 2008.
- 2) Тертычный А. А. Жанры периодической печати. Учебное пособие — М., 2000.
- 3) Амзин А. А. Новые и экспериментальные форматы // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. Екатеринбург, М., 2016. С. 143–150.