

**Стеблина Наталія Олександрівна**, доктор політичних наук, доцент, професор кафедри журналістики та соціальних комунікацій, Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця, Україна  
*e-mail: n.steblyna@donnu.edu.ua*  
*ORCID ID: 0000-0001-9799-9786*

## РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ ПОЛІТИЧНИХ АКТОРІВ У НОВИХ МЕДІА ДЕРЖАВ ІЗ ПЕРЕХІДНИМИ ТА АВТОРИТАРНИМИ РЕЖИМАМИ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА РФ)

*У статті пропонуються критерії для розмежування політичних дискурсів у державах із перехідним (Україна) та авторитарним (РФ) режимами. Матеріалом для дослідження стали Телеграм-канали провідних ЗМІ цих держав (дописи за осінь 2021 р.). Формальний аналіз політичного контенту показав, що політичні актори в Україні є набагато більш активними, вони постійно присутні в новинах, генерують контент для нових медіа тощо. Натомість у РФ така ситуація не спостерігається. Аналіз складу політичних акторів, що входять до трійки найпопулярніших, показав також, що значною є відмінність у присутності першої особи держави: Зеленський в українських каналах з'являвся у 8,9–38,8 % дописів, Путін у російських – у 2,3–5,5 % дописів. Також різнилася приналежність політичних акторів. В Україні переважали вітчизняні політики, у прокремлівських каналах – зарубіжні, що може свідчити про постійні спроби переключати увагу підписників на зовнішні загрози. Також спостерігається різниця за фреймами «скандали» та «діяльність».*

**Ключові слова:** політичний дискурс, політичний режим, телеграм, політичний контент, політичні актори.

**Постановка проблеми.** Телеграм-канали є відносно новим і дуже зручним інструментом для поширення політичних меседжів і в деяких випадках здатні суттєвим чином вплинути на формування політичного дискурсу в країні [1, с. 26]. Так, телеграм-канал «Нехта» фактично став самостійним політичним гравцем під час білоруських протестів у 2020 р., інформуючи мільйони підписників про перебіг подій, поширюючи альтернативну до офіційної інформації картинку, мобілізуючи громадян тощо. Активно розвиваються телеграм-канали в Україні та РФ. Серед них як анонімні, так і офіційні майданчики, які все частіше використовуються як зброя в політичній боротьбі. Отже, для сучасної політичної науки важливо вивчати контент цих каналів, встановлювати особливості сучасного політичного дискурсу, який продовжує трансформуватися в середовищі

нових медіа [2, с. 166–167]. Так, у цьому дослідженні ми вирішили порівняти репрезентацію політичних акторів у телеграм-каналах України та РФ, для того щоб зрозуміти, чи є принципова різниця в тому, як генерується політичний контент у цих державах. А також – у підсумку – визначити, якими є особливості політичних дискурсів України та РФ, що постійно трансформуються в середовищі нових медіа. Адже якими б безмежними не були можливості телеграм-каналів та інших соцмереж, політичний дискурс все одно визначає те, яким буде контент.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Нові медіа дають політичним акторам безпрецедентні можливості для впливу на громадську думку, мобілізації прихильників тощо. І оскільки за часів нових медіа вже немає посередника між аудиторією та політичним актором, то кожен політик, чиновник, партія або уряд може формувати довкола своєї діяльності мережу прихильників і поширювати ті меседжі, які вважає за потрібне. Так, згідно з каскадною моделлю Р. Ентмана та Н. Ушер [3], у США кожна партія має свою аудиторію, при цьому ці аудиторії мало пов'язані між собою. Відповідно, ті повідомлення, які отримує аудиторія «демократів», не доходять до аудиторії «республіканців» та «незалежних». Така ситуація, а також феномен вибіркового уникнення [4] та «бульбашка» фільтрів [5] призводить до того, що мережеві аудиторії живуть кожна у власній реальності. Отже, на сьогодні дуже важливо аналізувати ці реальності з точки зору репрезентації у них політичних акторів, а також пропонувати нові критерії для вимірювання комунікативної активності в державах різних типів.

Вивчення впливу телеграму на сучасну політичну комунікацію знаходиться ще на початкових етапах, однак при цьому науковці визнають можливість серйозного впливу цієї платформи на формування політичної реальності. Так, Р. Роджерз аналізує цю мережу, вивчаючи феномен «деплатфомінгу» – можливості видаляти акаунти певних користувачів, у тому числі й політичних акторів, за порушення правил певної платформи. Таким чином, цифрова платформа може здійснювати селекцію дописувачів та контенту. Р. Роджерз зазначає, що правила телеграму не є настільки жорсткими, як у випадку, наприклад, фейсбуку чи інстаграму. Тож існує ризик того, що небезпечний контент (заклики до екстремізму, наприклад) поширюватиметься через цю платформу. Проте все ж він побачив, що телеграм найчастіше використовується для того, щоб періодично транслювати короткі дописи в публічних каналах без закликів до насильства [6, р. 226]. Серед переваг соціальної мережі називають те, що вона пропонує користувачам open-source-платформу поки що без реклами та без плати за користування, чіткий, швидкий інтерфейс, але найбільше – безпеку для користувача [7, р. 909]. Також було визначено, що телеграм має деякі відмінності від інших соцмереж: так, користувачі рідко використовують можливість тегування. Тож ця мережа може ще більше роз'єднувати мережеві аудиторії, ніж інші платформи (фейсбук чи інстаграм, до прикладу).

Телеграм може використовуватися для мобілізації протестних рухів (наприклад, у Гонконзі), але й екстремістські групи також можуть працювати з ним [8]. Із його допомогою поширюються теорії змови [9]. Проблемою можуть також бути боти, які можуть порушувати права людини, наприклад, збираючи приватну інформацію про користувачів [10]. Дослідники вивчають також, як авторитарні держави намагаються блокувати телеграм як платформу, яка не погоджується упроваджувати техніки стеження за користувачами [11]. Примітним є кейс РФ, де телеграм на офіційному рівні вважається нелегальним, при цьому з 2018 р. робляться спроби блокувати його, але на неофіційному рівні російська влада намагається активно використовувати соцмережу для політичної комунікації, впливу на громадську думку та моніторингу суспільних настроїв. Наприклад, свій телеграм-канал мають пресекретар В. Путіна Д. Песков, Слідчий комітет, партія «Единая Россия» [12, р. 98]. Так само дослідження телеграм-каналів в Ірані під час передвиборчої кампанії у 2017 р. показало, що генерований користувачами контент частіше підтримує і посилює, ніж ставить під питання домінуючі дискурси влади [13, р. 88]. Багато є досліджень історичного характеру, де вивчається контекст виникнення цієї мережі. Н. Маречал характеризує телеграм так: «...кібер-лібертаріанський проєкт у традиціях шифрпанку» [10, р. 5029]. Це означає, що користувачі мають бути вільні в тому, щоб слідувати своїм інтересам та смакам онлайн і бути впевненими у своїй індивідуальній автономії.

Отже, на сьогодні вивченими є питання історії появи соціальної мережі, її особливостей, деякі кейси (використання телеграму під час протестних акцій), існування соціальної мережі в державах з авторитарними режимами. А от питання політичного контенту все ж не охоплено достатньо. У цьому плані можна відзначити хіба що моніторинги соціальних мереж, які в Україні здійснюють професійні медійні організації [14–16]. Але тут найбільш важливими видаються питання маніпуляцій: поширення контенту з ознаками політичної замовності та пропаганди [17, с. 263–269].

**Формування цілей.** Саме тому в цьому дослідженні ми здійснимо компаративний аналіз політичного контенту в мережі телеграм. Метою буде визначити особливості цифрового політичного дискурсу України та РФ у результаті аналізу контенту телеграм-каналів провідних ЗМІ цих країн і запропонувати критерії для розмежування дискурсів держав з авторитарними та перехідними режимами. *Завдання дослідження:*

зібрати та здійснити формальний аналіз політичного контенту найбільш популярних ЗМІ України та РФ різних типів;

здійснити компаративний аналіз репрезентації політичних акторів у дописах;

виявити відмінності в складі найпопулярніших політичних акторів у ЗМІ, визначити спільні та відмінні риси у представленості політичних акторів залежно від типу ЗМІ та типу політичного режиму;

проаналізувати та порівняти використання фреймів щодо першої особи держави (комунікація, діяльність, зустрічі, скандали).

Період дослідження – осінь 2021 р., яка була насичена політичними подіями в обидвох країнах. Для України – це відставка спікера Верховної Ради, замах на радника президента, «вагнергейт», ухвалення «закону про олігархів», протистояння між Офісом президента та Р. Ахметовим тощо. Для РФ – вибори до Держдуми, публікація відеоматеріалів про тортури в російських в'язницях, вручення Нобелівської премії редактору видання «Новая газета» Дмитру Муратову, самоізоляція Путіна через ковід, включення деяких ЗМІ та громадських організацій до складу так званих «іноагентів».

Медіа, які бралися до аналізу, – це телеграм-канали найпопулярніших сайтів ЗМІ різних типів власності, що оновлюються не рідше п'яти разів на день: «Обозреватель» (належить політику та підприємцю М. Бродському); «Цензор.нет» (очолює журналіст Ю. Бутусов); LIGA.net (гендиректором групи компаній «ЛІГА» та «СЕО Ligamedia» є Дмитро Бондаренко, а заснована група Мариною та Сергієм Бондаренками ще в 1991 р.) [18]; «Новое время» (очолює журналіст В. Сич, інвестор – бізнесмен Т. Фіала); «РИА Новости» (контрольоване державою ЗМІ, власник «Россия сегодня»), «Лента.ру» (видання, власник «Rambler media group»); «Новая газета» (76 % акцій належить колективу, 14 % колишньому депутату Держдуми Лебедєву, 10 % – М. Горбачову [19]).

Матеріалом дослідження стали дописи телеграм-каналів цих ЗМІ. Спочатку експортувалася історія каналу, потім через відповідні html-теги виявлялися дописи. Так, було виявлено 2298 («Обозреватель»), 975 («Цензор.нет»), 915 («Новое время»), 18944 («РИА Новости»), 6150 («Лента.ру»), 4176 («Новая газета») дописів. Після цього проводився контент-аналіз. Одиницями аналізу були назви політичних акторів, що вживалися в заголовках дописів (політики, громадянські активісти, журналісти, експерти, чиновники, політичні партії, установи тощо). Для здійснення комп'ютерного аналізу укладався словник цих акторів. Та на виході укладався рейтинг згадуваності політиків / політичних інститутів та аналізувався склад політичних акторів, які увійшли до топ-10. Для роботи використовувалася програма find\_political\_actors.py (мова Python) (детальніший опис роботи цієї програми [20]). Після цього проводився аналіз фреймів – також за допомогою комп'ютерного аналізу. Спочатку укладався словник найтиповіших ситуацій, у яких зображувалася перша особа держави. Такими фреймами / ситуаціями стали: візити / участь у заходах, комунікація / заяви, діяльність, скандали. Для кожної з цих ситуацій укладався словник виразів, що допомагав виявити фрейм (назви форматів заходів, дієслова на позначення комунікації, діяльності, вирази, що свідчили про скандали). І в результаті вираховувався відсоток згадок того або іншого фрейму щодо кількості згадок першої особи держави.

**Виклад основного матеріалу.** Компаративний аналіз репрезентації політичних акторів показує різницю між українськими та російськими телеграм-каналами незалежно від форми власності (рис. 1).

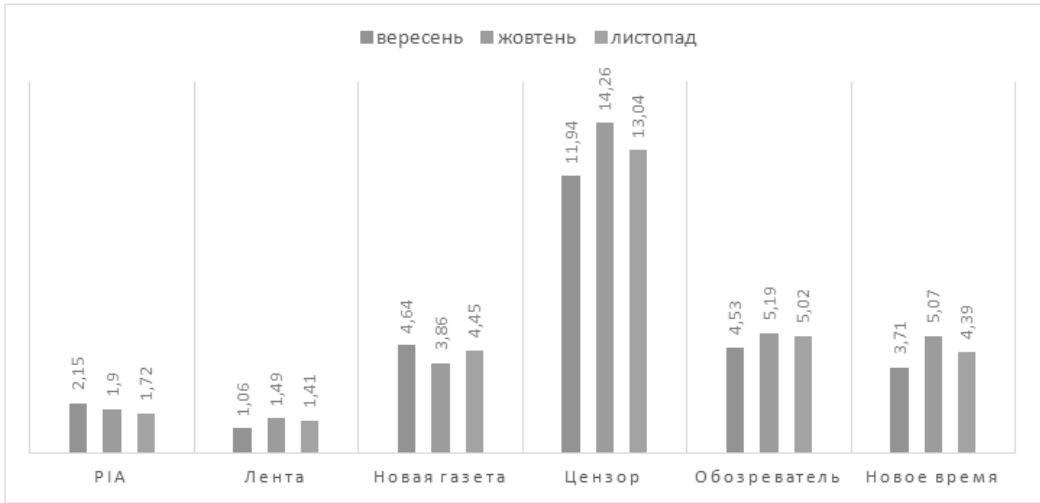


Рис. 1. Репрезентація найбільш популярних політичних акторів у телеграм-каналах українських та російських ЗМІ

Так, ми бачимо, що присутність десятки найпопулярніших політичних акторів у телеграм-каналах українських ЗМІ в цілому вища, ніж у випадку російських. Особливо це видно на каналі «Цензор.нет», натомість «Обозреватель» та «Новое время» значно відстають. І показники деяких місяців наближаються до показників російської «Новой газеты», яка сповідує опозиційні до нинішньої російської влади погляди. Тим часом для прокремлівських РІА та Лента.ру показник значно нижчий. Така картина свідчить про більш закритий характер політичного дискурсу в РФ, де постійна присутність політичних акторів у новинах нових медіа не є настільки важливою, як в Україні. Так, в РФ, судячи із аналізу, не так багато впізнаваних політиків, прізвища яких могли б привернути увагу підписників телеграм-каналів. Тому переважна більшість новин створюється без згадки про них або ж у текстах присутні епізодичні політичні актори.

Ось один із прикладів такого повідомлення із телеграм-каналу «РІА Новости»: «Росія та Білорусь сьогодні переходять на постійні знижені («комфортні») тарифи на роумінг. Оператори зв'язку ще близько року тому почали тестувати нову тарифікацію в роумінгу: ставка інтерконнекта знизилася у 20 разів – з 30 центів до 1,5 цента за хвилину. Нагадаємо, що сторони мають намір зовсім скасувати роумінг – і зробити це планували ще рік тому, але терміни були переглянуті».

Тут не є важливою участь певних компаній або ж персон, які стали ньюзмейкерами, хоча йдеться про позитивну новину: більш дешеві послуги. Натомість фігурують назви країн. В Україні ж, як правило, подібні тексти подаються як заслуга певних політичних сил, компаній. Для того щоб впливати

на громадську думку, на виборців. Ось приклад повідомлення із телеграм-каналу «Цензор.нет»: «Зеленський поставив мету звільнити Донбас і Крим до 2030 року, – “слугам” презентували стратегію. У Трускавці народним депутатам з фракції “Слуга народу” презентували цілі на 20–30 років. “Яка наша загальна мета? У 2030 році Україна відновила свої суверенні кордони і стала розвиненою економікою”, – сказано у презентації. Як вам такі терміни реалізації?». Тут, навпаки, новина подається через присутність у ній провідних політичних фігур: Зеленського та його партії, нібито тільки завдяки яким буде досягнуто цих цілей.

Подивімося тепер на склад найбільш популярних політичних акторів (табл. 1).

Таблиця 1

### Склад найбільш популярних політичних акторів у телеграм-каналах України та РФ

вересень		жовтень		листопад	
<b>Цензор</b>					
назва	%	назва	%	назва	%
Зеленський	32,3	Зеленський	37,1	Зеленський	38,8
Офіс президента	17,0	Слуга народу	17,8	Офіс президента	18,3
Верховна Рада	18,4	Саакашвілі	16,9	Єрмак	11,9
<b>Обозревателі</b>					
Зеленський	10,2	Зеленський	10,8	Зеленський	15,3
Усик	5,5	Поляков	6,4	Путін	8,4
Шефін	4,9	Саакашвілі	6,3	Верховна Рада	4,6
<b>Нове время</b>					
Зеленський	8,9	Зеленський	12,9	Зеленський	16,5
Верховна Рада	3,8	Facebook	7,7	Слуга народу	3,7
Кабмін	3,8	Слуга народу	5,5	Верховна Рада	4,3
<b>РИА Новости</b>					
Путін	4,8	Путін	5,3	Путін	4,1
Держдуза	2,6	МЗС	2,1	МЗС	2,7
МЗС	2,5	Facebook	2,0	Лукашенко	1,8
<b>Лента</b>					
Путін	2,6	Путін	2,5	Путін	3,3
Apple	1,3	Facebook	2,2	Лукашенко	1,7
Google	1,2	Telegram	2,0	Слідчий комітет	1,6
<b>Новая газета</b>					
Держдуза	8,2	Слідчий комітет	6,4	Меморіал	9,7
Єдина Росія	6,6	Мін'юст	6,0	Мін'юст	8,1
КПРФ	6,0	Путін	5,1	Навальний	4,2

Тут ми бачимо чітку різницю в репрезентації перших осіб держави: значно більша увага в українських телеграм-каналах (8,9–38,8 %), ніж у російських (2,3–5,5 %). При цьому у випадку телеграм-каналу «Новой газеты» Путін взагалі не виходить на першу позицію і з'являється на третій тільки одного разу – у жовтні. Це підтверджує наші попередні спостереження щодо особливостей присутності політичних акторів в українському та російському політичних дискурсах, але й дозволяє стверджувати, що ця присутність різна, залежно від політики самого телеграм-каналу. Якщо у випадку прокремлівських ЗМІ увага до президента найвища, але в цілому увага до політичних акторів незначна, то у випадку опозиційних медіа ситуація інша. Більший відсоток присутності політиків та політичних інститутів пов'язано з тим, що медіа активно висвітлюють переслідування активістів та опозиціонерів, організацій: це видно через найбільш популярні назви (Слідчий комітет, Мін'юст, рішенням якого організації включаються до складу «іноагентів», «Меморіал» – організація, яку збираються закрити, Навальний). І для опозиційного видання ці проблеми видаються більш важливими, ніж діяльність влади (тобто ми можемо припускати, що в авторитарних державах функції незалежних ЗМІ дещо змінюються: контролю та критиці влади приділяється менша увага, ніж питанням дотримання прав людини, переслідуванням тощо). Хіба що в місяць виборів до Держдуми (вересень) картина інша. Також прокремлівські медіа більше зосереджені на міжнародній політиці, ніж на внутрішній (у випадку РІА на другій-третьій позиції постійно присутнє МЗС, а в жовтні-листопаді ще й зарубіжна компанія та самопроголошений президент Білорусі). Подібний підхід свідчить про намагання переключити увагу підписників із внутрішніх проблем на зовнішні загрози (зазначимо також, що схожі тенденції ми спостерігали у випадку російських ЗМІ упродовж тривалого періоду часу [21, с. 154]. Натомість в українських медіа найбільше представлено внутрішню політику: найчастіше згадуються президент, пропрезидентська партія, парламент, що свідчить про те, що ці політичні інститути постійно генерують інформаційні приводи, для того щоб бути присутніми в інформаційному полі. А ЗМІ намагаються контролювати їхню діяльність. Хоча тут мусимо зазначити, що до топ-політиків та політичних сил не входять опозиціонери, що раніше було важливою рисою українського політичного дискурсу.

Звернімо тепер увагу на результати аналізу фреймів (рис. 2).

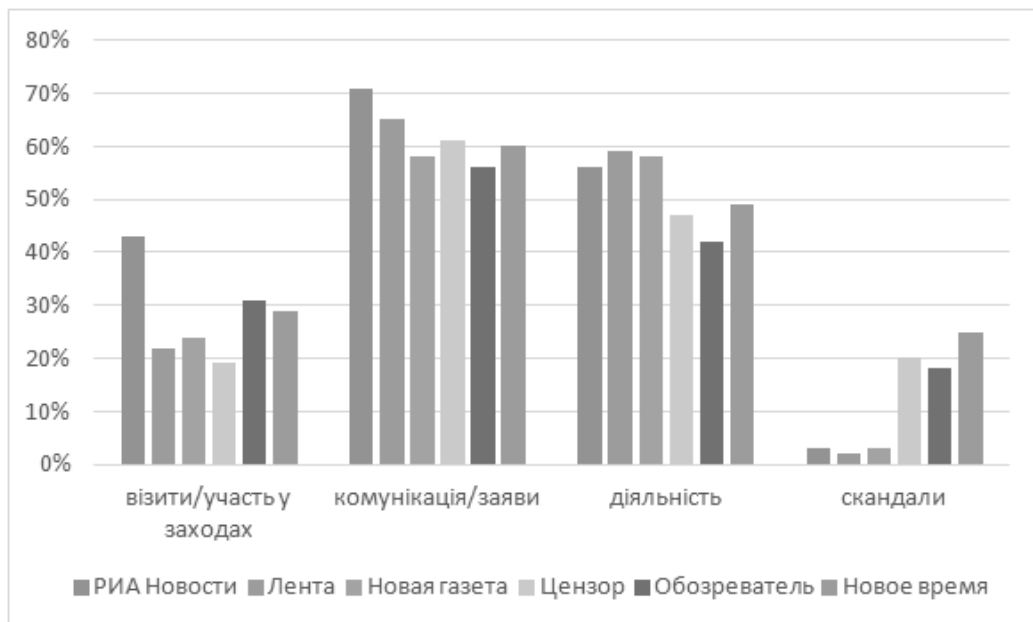


Рис. 2. Аналіз фреймів у телеграм-каналах України та РФ

Тут суттєву різницю між телеграм-каналами бачимо тільки для двох фреймів. Так, зрозуміло, що українські медіа у випадку більш відкритої політичної системи пишуть про скандали, пов'язані з першою особою держави, набагато частіше (у середньому – вдесятеро). Однак тут цікаво, що опозиційний російський ЗМІ у цьому плані нічим не відрізняється від прокремлівських за показником. При цьому усі три російські медіа більше зосереджені на висвітленні діяльності президента (підписання указів, розпоряджень, вираженні співчуттів, народженнях тощо), натомість для українських медіа це є менш важливим.

Різниця між іншими двома фреймами не є настільки очевидною. У випадку висвітлення заяв президента найактивнішим є телеграм-канал «РІА Новості», який можемо характеризувати як «рупор» Кремля (більше 70 % контенту). Також більший показник має й інше прокремлівське видання – «Лента». Опозиційне російське видання та українські ЗМІ зосереджені на цьому менше, хоча все ж увага до заяв є високою – до 60 % випадків.

Цікавою є також ситуація з висвітленням візитів та участю в заходах. Тут на першому місці знову «РІА Новості», що говорить про намагання видання ретельно відстежувати активність першої особи держави в усіх напрямках, окрім скандалів. А також ще раз підтверджує наше спостере-



ження про зосередженість телеграм-каналу саме на міжнародному порядку денному. Так, телеграм-канал намагається показати Путіна світовим лідером, який нібито вирішує всі важливі глобальні проблеми, постійно комунікує з лідерами країн світу тощо. Менш активні в цьому решта російських видань. Натомість для українських медіа характерний інший підхід. Тут найменше уваги візитам / заходам за участю президента приділив «Цензор». Хоча все ж, якщо аналізувати висвітлення конкретних подій, то найпопулярнішим для всіх трьох українських видань був пресмарафон Зеленського в кінці листопада. А от російські медіа висвітлювали зустрічі та перемовини Путіна. Це також свідчить про різні особливості дискурсів: більш протокольний підхід, що не передбачає обміну думками із суспільством у висвітленні заходів російськими ЗМІ. І більш відкритий для українських.

**Висновки.** Отже, наше дослідження показало, що здебільшого політичний контент в Україні та РФ генерується по-різному, хоча деякі схожі риси також вдалося знайти. Тому, використовуючи дані аналізу (контент-аналіз та аналіз фреймів), можна визначити особливості політичних дискурсів України та РФ і запропонувати критерії для розмежування дискурсів цих держав, а також держав зі схожими політичними режимами.

Формальний аналіз політичного контенту телеграм-каналів найпопулярніших ЗМІ України та РФ різних типів показав, що є значна відмінність між прокремлівськими ЗМІ та українськими виданнями, незалежно від форми власності (залежні чи незалежні). Так, політичні актори нашої країни є набагато більш активними, вони постійно присутні у новинах, генерують контент для нових медіа тощо. Натомість у РФ в умовах авторитарного режиму така ситуація не спостерігається. Офіційні особи, які є найпопулярнішими для цих каналів, створюють інформаційні приводи не так часто. Однак для каналу опозиційного російського ЗМІ є відмінність: там активність політичних акторів значно вища. Тож у подальших дослідженнях було б важливо дослідити це питання.

Аналіз складу політичних акторів, що входять до трійки найпопулярніших, показав також, що значною є відмінність у присутності першої особи держави: Зеленський в українських каналах з'являвся у 8,9–38,8 % дописів, Путін у російських – у 2,3–5,5 % дописів. Також різнилася приналежність політичних акторів. В Україні переважали вітчизняні політики, у прокремлівських каналах – зарубіжні, що може свідчити про постійні спроби переключати увагу підписників на зовнішні загрози. І замовчувати проблеми внутрішньої політики. Тут, знову ж таки, є різниця з опозиційним російським телеграм-каналом. Там найбільше писали про політичні переслідування, згадуючи як опозиціонерів, так і силові структури та політичні інститути, на яких покладено репресивну функцію.

Аналіз фреймів дав змогу показати як схожі, так і відмінні риси. Так, ми побачили, що за фреймом «комунікація / заяви» та «візити / заходи» різниця між українськими та російськими телеграм-каналами не настільки очевидна. Це може свідчити про те, що телеграм-канали, як і онлайн-ЗМІ є значно залежними від такого типу контенту, який поширюється, як правило, пресслужбами. Тож у подальших дослідженнях було б важливим знайти відмінності саме в цьому напрямку.

А от якщо говорити про інші два фрейми, то більш разючою є відмінність у фреймі «скандали». Російські телеграм-канали, незалежно від власника, не пишуть про це. Навіть опозиційне видання має низький показник – на рівні прокремлівських. Це може свідчити про зміну в пріоритетах суспільних функцій ЗМІ в авторитарних державах: контроль та критика влади не є найважливішим. Натомість більше пишуть про проблеми з дотриманням прав людини. Натомість в Україні в середньому кожна п'яту згадку присвячено саме скандалам.

Також різною є увага до фрейму «діяльність». Тут більш активними є російські телеграм-канали, що знову ж таки є свідченням більш закритої політичної системи, у якій непросто отримувати інформацію про першу особу держави, тож видання просто передрукуюють «протокольні» матеріали про підписання указів, нагородження героїв тощо. Для України це є менш характерним.

Таким чином, наше дослідження показало, що є чіткі критерії для розмежування політичних дискурсів у державах із перехідним (Україна) та авторитарним (РФ) режимами. Це значно більша активність політичних акторів для держав першого типу, у тому числі для першої особи. Також спостерігається різний підхід до селекції політичних акторів: вітчизняні для держав першого типу, зарубіжні – для другого. Є відмінності й у фреймах: фрейм «скандал» найбільше представлений також для держав першого типу, фрейм «діяльність» – для держав другого. Однак у подальших дослідженнях варто детальніше з'ясувати характер репрезентації політичних акторів для опозиційних видань у державах другого типу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Специфіка розвитку сучасного соціально-гуманітарного середовища : кол. моногр. / Березовська-Чміль О. Б., Кучин С. П., Чернишова Т. О. та ін. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2021. 124 с.
2. Політологія : навч. енцикл. слов.-довід. для студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації / В. М. Денисенко, В. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін. ; за наук. ред. д-ра політ. н. Хоми Н. М. Львів : Новий Світ – 2000, 2014. 779 с.

3. Entman R., Usher N. Framing in a Fractured Democracy: Impacts of Digital Technology on Ideology, Power and Cascading Network Activation. *Journal of Communication*. 2018. Vol. 68, Issue 3. P. 298–308. DOI:10.1093/joc/jqx019.
4. Zhu Q., Skoric M., Shen F. I Shield Myself From Thee: Selective Avoidance on Social Media During Political Protests. *Political Communication*. 2017. Vol. 34, Issue 1. P. 112–131. DOI:10.1080/10584609.2016.1222471.
5. Pariser E. The filter bubble : what the Internet is hiding from you. New York : Penguin Press, 2011. 294 p.
6. Rodgers R. Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*. 2020. Vol. 35, Issue 3. P. 213–229. DOI:10.1177/0267323120922066.
7. Sutikno T., Handayani L., Stiawan D., Riyadi M. A., Subroto I. M. I. WhatsApp, Viber and Telegram: which is the Best for Instant Messaging. *International Journal of Electrical and Computer Engineering*. 2016. Vol. 6, No. 3. P. 909–914. DOI:10.11591/ijece.v6i3.10271.
8. Baumgartner J., Zannettou S., Squire M., Blackburn J. The Pushshift Telegram Dataset. *Proceedings of the Fourteenth International AAAI Conference on Web and Social Media*. 2020. Vol. 14. P. 840–847. URL: <https://arxiv.org/pdf/2001.08438.pdf> (accessed: 20.12.2021).
9. Hoseini M., Melo P., Benevenuto F., Feldmann A., Zannettou S. On the Globalization of the QAnon Conspiracy Theory Through Telegram. *arXiv: Computers and Society*. 2021. URL: <https://arxiv.org/pdf/2105.13020.pdf> (accessed: 20.12.2021).
10. Marechal N. When Bots Tweet: Toward a Normative Framework for Bots on Social Networking Sites. *International Journal of Communication*. 2016. Vol. 10. P. 5022–5031.
11. Akbari A., Gabdulhakov R. Platform Surveillance and Resistance in Iran and Russia: The Case of Telegram. *Surveillance & Society*. 2019. Vol. 17, No. 1/2. P. 223–231. DOI:10.24908/ss.v17i1/2.12928
12. Salikov A. Telegram as a Means of Political Communication and its use by Russia's Ruling Elite. *Politologija*. 2019. Vol. 95, Issue 3. P. 83–110. DOI:10.15388/Polit.2019.95.2
13. Kermani H. Decoding Telegram: Iranian Users and 'Prodisaging' Discourses in Iran's 2017 Presidential Election. *Asiascape: Digital Asia*. 2020. Vol. 7, Issue 1–2. P. 88–121. DOI:10.1163/22142312-123401.
14. Моніторинг регіональних медіа під час виборів 2020 (звіт). URL: [http://cvu.od.ua/ua/library/monitoring-regionalnihmedia-pid-chas-viboriv-2020-zvit\\_1269/](http://cvu.od.ua/ua/library/monitoring-regionalnihmedia-pid-chas-viboriv-2020-zvit_1269/) (дата звернення: 20.12.2021).
15. Вісім із десяти найпопулярніших Телеграм-каналів в Україні є анонімними – дослідження ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/news/visim-iz-desyaty-najpopulyarnishyh-telegram-kanaliv-v-ukrayini-ye-anonimnuyu-doslidzhennya-imi-i41295> (дата звернення: 20.12.2021).
16. Стеблина Н. Війна олігархів у Телеграм-каналах, або Як видання Ахметова та Коломойського писали про топових українських політиків. *Інститут демократії ім. Пилипа Орлика*. 08.12. 2021. URL: <https://idpo.org.ua/analytics/4427-vijna-oligarxiv-u-telegram-kanalax-abo-yak-vidannya-ahmetova-ta-kolomojskogo-pisali-pro-topovih-ukra%1%97nskix-politikiv.html> (дата звернення: 20.12.2021).

17. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія / за ред. В. А. Кротюка. Харків : Федорко М. Ю., 2021. 558 с.
18. Кондратова В. Кто владеет популярными СМИ в Украине и как это отражается на их информационной политике. *LIGA.net*. 27.11.2019. URL: <https://www.liga.net/politics/articles/oboz-strana-znaj-kto-stoit-za-angajirovannymi-i-ne-ochen-smi-v-ukraine-mediagigiena> (дата обращения: 20.12.2021).
19. Смирнов Д. От «Комсомольской правды» до Нобелевской премии: история Дмитрия Муратова и «Новой газеты». *The Bell*. 08.10.2021. URL: <https://thebell.io/ot-komsomolskoj-pravdy-do-nobelevskoj-premii-istoriya-dmitriya-muratova-i-novoj-gazety> (дата звернення: 20.12.2021).
20. Стеблина Н. О. Цифровізація політики в контексті трансформації сучасного світопорядку : монографія. Одеса : Фенікс, 2020. 358 с.
21. Стеблина Н. Компаративний аналіз дискурсів колишніх радянських республік і динаміка української цифрової політики. *Вісник Львівського університету. Серія: Філософсько-політологічні студії*. 2020. Вип. 32. С. 152–157.

## REFERENCES

1. Berezovska-Chmil, O. B., Chernyshova, T. O., & Kuchyn, S. P., et al. (2021). *Spetsyfika rozvytku suchasnoho sotsialno-humanitarnoho seredovyshcha* [The specifics of the development of the modern social and humanitarian environment]: kol. monohr. Kharkiv: SH NTM «Novyi kurs» [in Ukrainian].
2. Khoma, N. M. (Ed.) (2014). *Politolohiia: navchalnyi entsyklopedychnyi slovnyk dovidnyk dlia studentiv VNZ I-IV rivniv akredytatsii* [Political Science: educational encyclopedic dictionary reference book for university students of I-IV levels of accreditation] / [V. M. Denysenko, O. M. Sorba, L. Ya. Uhryn ta in.]. Lviv : «Novyi Svit – 2000» [in Ukrainian].
3. Entman, R., & Usher, N. (2018). Framing in a Fractured Democracy: Impacts of Digital Technology on Ideology, Power and Cascading Network Activation. *Journal of Communication*, 68 (3), 298-308. DOI:10.1093/joc/jqx019.
4. Zhu, Q., Skoric, M., Shen, F. (2017). I Shield Myself From Thee: Selective Avoidance on Social Media During Political Protests. *Political Communication*, 34 (1), 112-131. DOI:10.1080/10584609.2016.1222471.
5. Pariser, E. (2011). *The filter bubble : what the Internet is hiding from you*. New York: Penguin Press.
6. Rodgers, R. (2020). Deplatforming: Following extreme Internet celebrities to Telegram and alternative social media. *European Journal of Communication*, 35 (3), 213–229. DOI:10.1177/0267323120922066.
7. Sutikno, T., Handayani, L., Stiawan, D., Riyadi, M. A., & Subroto, I. M. I. (2016). WhatsApp, Viber and Telegram: which is the Best for Instant Messaging. *International Journal of Electrical and Computer Engineering*, 6 (3), 909-914. DOI:10.11591/ijece.v6i3.10271.

8. Baumgartner, J., Zannettou, S., Squire, M., & Blackburn, J. (2020). The Pushshift Telegram Dataset. *Proceedings of the Fourteenth International AAAI Conference on Web and Social Media, 14*, 840–847. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/2001.08438.pdf>.
9. Hoseini, M., Melo, P., Benevenuto, F., Feldmann, A., & Zannettou, S. (2021). On the Globalization of the QAnon Conspiracy Theory Through Telegram. *arXiv: Computers and Society*. Retrieved from <https://arxiv.org/pdf/2105.13020.pdf>
10. Marechal, N. (2016). When Bots Tweet: Toward a Normative Framework for Bots on Social Networking Sites. *International Journal of Communication, 10*, 5022–5031.
11. Akbari, A., & Gabdulhakov, R. (2019). Platform Surveillance and Resistance in Iran and Russia: The Case of Telegram. *Surveillance & Society, 17* (1-2), 223-231. DOI:10.24908/ss.v17i1/2.12928.
12. Salikov, A. (2019). Telegram as a Means of Political Communication and its use by Russia's Ruling Elite. *Politologija, 95* (3), 83–110. DOI:10.15388/Polit.2019.95.2
13. Kermani, H. (2020). Decoding Telegram: Iranian Users and 'Prodisaging' Discourses in Iran's 2017 Presidential Election. *Asiascape: Digital Asia, 7* (1-2), 88-121. DOI:10.1163/22142312-123401.
14. Monitorynh rehionalnykh media pid chas vyboriv 2020 (zvit) [Monitoring of regional media during the 2020 elections (report)]. Retrieved from [http://cvu.od.ua/ua/library/monitoring-regionalnihmedia-pid-chas-vivoriv-2020-zvit\\_1269/](http://cvu.od.ua/ua/library/monitoring-regionalnihmedia-pid-chas-vivoriv-2020-zvit_1269/) [in Ukrainian].
15. Visim iz desiaty naipopuliarnishykh Telehram-kanaliv v Ukraini ye anonimnymy – doslidzhennia IMI [Eight of the ten most popular Telegram channels in Ukraine are anonymous IMI research.]. Retrieved from <https://imi.org.ua/news/visim-iz-desyaty-najpopulyarnishyh-telegram-kanaliv-v-ukrayini-ye-anonimnymy-doslidzhennya-imi-i41295> [in Ukrainian].
16. Steblyna, N. (2021). Viina oliharkhiv u Telehram-kanalakh, abo yak vydannia Akhmetova ta Kolomoiskoho pysaly pro topovykh ukrainskykh politykiv [The war of oligarchs in the Telegram channels, or as the publications of Akhmetov and Kolomoisky wrote about the top Ukrainian politicians]. *Instytut demokratii im. Pylypa Orlyka*. Retrieved from <https://idpo.org.ua/analitics/4427-vijna-oligarxiv-u-telegram-kanalax-abo-yak-vidannya-axmetova-ta-kolomojskogo-pisali-pro-topovix-ukra%d1%97niskix-politikiv.html> [in Ukrainian].
17. Krotiuk, V. A. (Ed.) (2021). *Viiny informatsiinoi epokhy: mizhdystsyplinaryni dyskurs* [Wars of the information age: interdisciplinary discourse]: monohrafiia. Kharkiv: FOP Fedorko M. Yu. [in Ukrainian].
18. Kondratova, V. (2019). Kto vladeet populjarnymi SMI v Ukraine i kak jeto otrazhaetsja na ih informacionnoj politike [Who owns the popular media in Ukraine and how does this affect their information policy.]. *LIGA.net*. Retrieved from <https://www.liga.net/politics/articles/oboz-strana-znaj-kto-stoit-za-angajirovannymi-i-ne-ochen-smi-v-ukraine-mediagigiena> [in Russian].

19. Smirnov, D. (2021). Ot “Komsomol’skoj pravdy” do Nobelevskoj premii: istorija Dmitrija Muratova i “Novoj gazety” [From ‘Komsomolskaya Pravda’ to the Nobel Prize: the story of Dmitry Muratov and ‘Novaya Gazeta’]. *The Bell*. Retrieved from <https://thebell.io/ot-komsomolskoj-pravdy-do-nobelevskoj-premii-istoriya-dmitriya-muratova-i-novoj-gazety> [in Russian].
20. Steblyna, N. O. (2020). *Tsyfrovizatsiia polityky v konteksti transformatsii suchasnoho svitoporiadku* [Digitization of politics in the context of the transformation of the modern world order]: monohrafiia. Odesa: Feniks [in Ukrainian].
21. Steblyna, N. (2020). Komparatyvnyi analiz diskursiv kolyshnykh radianskykh respublik i dynamika ukrainskoj tsyfrovoy polityky [Comparative analysis of the discourses of the former Soviet republics and the dynamics of Ukrainian digital policy]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia filosofsko-politohichni studii Bulletin of Lviv University. A series of philosophical and political studies*, Issue 32, 152–157 [in Ukrainian].

**Стеблина Наталия Александровна**, доктор политических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и социальных коммуникаций, Донецкий национальный университет имени Василя Стуса, г. Винница, Украина

## **РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ АКТОРОВ В НОВЫХ МЕДИА ГОСУДАРСТВ С ПЕРЕХОДНЫМИ И АВТОРИТАРНЫМИ РЕЖИМАМИ (НА ПРИМЕРЕ УКРАИНЫ И РФ)**

*В статье предлагаются критерии для различения политических дискурсов в государствах с переходным (Украина) и авторитарным (РФ) режимами. Материалом для исследования стали телеграмм-каналы ведущих СМИ этих государств (тексты за осень 2021 г.). Формальный анализ политического контента показал, что политические акторы в Украине гораздо активнее, они постоянно присутствуют в новостях, генерируют контент для новых медиа и т.д. В то же время в РФ такая ситуация не наблюдается. Анализ состава политических акторов, входящих в тройку самых популярных, показал также, что существует значительное различие в присутствии первого лица государства: Зеленский в украинских каналах появлялся в 8,9–38,8 % сообщений, Путин в российских – в 2,3–5,5 % сообщений. Также отличалась принадлежность политических акторов. В Украине преобладали отечественные политики, в прокремлевских каналах – зарубежные, что может свидетельствовать о постоянных попытках переключать внимание подписчиков на внешние угрозы. Также наблюдается разница по фреймам «скандалы» и «деятельность».*

**Ключевые слова:** политический дискурс, политический режим, телеграмм, политический контент, политические акторы.

***Steblyna Nataliia Oleksandrivna***, Doctor of Political Sciences,  
Associate Professor, Professor at Journalism and Social Communications  
Department, Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsya, Ukraine

**POLITICAL ACTORS REPRESENTATION  
IN NEW MEDIA OF THE STATES  
WITH TRANSITIONAL AND AUTHORITATIVE REGIMES  
(CASES OF UKRAINE AND RUSSIA)**

*The criteria for political discourses differentiation in the states of transitional (Ukraine) and authoritative (Russia) regimes are proposed in the paper. Material for the research is Telegram-channels of the states' leading mass media (posts for Autumn 2021). In the political discourses different activity of political actors and different approach for the actors selection is defined. Formal analysis of political content has shown that political actors in Ukraine are much more active, they are constantly present in the news, generate content for new media etc. Instead, in Russia such a situation is not observed. Analysis of the list of the most popular political actors also showed that there is a significant difference in the presence of the presidents: Zelensky appeared in Ukrainian channels in 8.9–38.8 % of posts, Putin in Russian in 2.3–5.5 % of posts. The affiliation of political actors also differed. In Ukraine domestic politicians dominated, while pro-Kremlin channels gave preference to foreign ones, which may indicate constant attempts to divert subscribers' attention to external threats. There is also a difference in the frames of “scandals” and “activities”.*

**Keywords:** *political discourse, political regime, Telegram, political content, political actors.*

