

УДК 316.33
DOI: 10.18101/978-5-9793-1682-6-64-68

МОБИЛЬНЫЕ МЕССЕНДЖЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРАВОВОГО ПРОСВЕЩЕНИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ

© **Гунзынов Жаргал Паламович**

старший преподаватель,
Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
gzzr1@yandex.ru

Аннотация. Медиапространство является одной из самых динамично развивающихся сфер общественной жизни. Связано это, в первую очередь, с меняющимися трендами в сети Интернет, технологическим развитием и иными факторами. В этих условиях меняются и предпочтения аудитории в выборе источников и способов получения массовой информации. В этой связи становится актуальным и вопрос реализации государственной информационной политики, в том в вопросах правового просвещения и профилактики правонарушений. В настоящей статье основной акцент сделан на исследовании информационных каналов в мессенджере Telegram, как инструмента профилактики правонарушений и правового просвещения, приводится анализ статистических данных, данных маркетинговых исследований и собственных исследований автора.

Ключевые слова: средства массовой информации, Telegram, телеграм-каналы, профилактика правонарушений, правовое просвещение.

Социальные сети, мобильные мессенджеры уже стали неотъемлемой частью современной жизни. Одной из главных их функций, помимо коммуникативных, стала информационная, связанная, в том числе, с распространением массовой информации. По сути, уже можно с уверенностью говорить о появлении новой формы средств массовой информации. В этой связи возникает вопрос и об их использовании в качестве инструмента правового просвещения и профилактики правонарушений, особенно среди несовершеннолетних и молодежи.

В рамках настоящего исследования особое внимание будет уделено мобильным мессенджерам, как относительно новому и малоисследованному явлению. За довольно короткий промежуток времени, они уже обрели свою постоянную аудиторию и, безусловно, оказывают значительное влияние на государственные и общественные процессы. Данные закономерности будут исследованы на примерах телеграм-каналов, как наиболее яркой, на наш взгляд, пример СМИ нового формата.

Мессенджер Telegram на сегодняшний день является одним из самых популярных. Количество его пользователей во всем мире в 2021 г. перевалило за 500 млн чел.¹ По данным исследования Deloitte «Медиапотреб-

¹ Аудитория Telegram превысила 500 млн человек. URL: <https://kanobu.ru/news/auditoriya-telegram-prevyisila-500-millionov-chelovek-431925>.

ление в России в 2021 г.», активными пользователями Telegram в стране является 52 % всей аудитории рунета. У 61 % пользователей установлено приложение мессенджера¹.

Согласуются данные маркетинговых исследований и с данными опросов, проведенных авторами статьи. Объектом исследования стали студенты Бурятского государственного университета в возрасте от 17 до 20 лет. Количество — 211 чел. Опрос касался предпочтительных источников получения информации.

На вопрос «Смотрите ли вы телевизор?», 168 опрошенных ответили «нет, не смотрю»; 34 ответили, что «смотрят только развлекательные передачи»; и лишь 9 чел. ответили, что «смотрят телевизор постоянно как источник новостей». При этом все 211 опрошенных ответили, что активно используют мобильные мессенджеры, 173 чел. ответили, что используют Telegram. Стоит отметить, что значимость Telegram каналов как источника новостей только возрастает. Агентство социальных исследований Brand Analytics ставит их на первое место рейтинга цитируемости среди всех медиаплатформ. Согласно их данным, на долю Telegram приходится более 61% цитирований новостей в Рунете². Можно говорить о том, что этот мессенджер уже стал неотъемлемым инструментом массовой коммуникации, для которого характерно наличие источника информации, посредника и получателя [1].

Однако вышеуказанное мало согласуется с государственной политикой в России, связанной с правовым просвещением и профилактикой правонарушений. Достаточно обратиться к сайту государственных закупок, то по запросу «профилактика правонарушений» можно будет обнаружить множество закупок в самых разных регионах РФ. При этом их общей чертой будет являться то, что согласно их техзаданию, государственный заказчик (как правило Министерство внутренних дел региона) ставит обязательным условием демонстрацию видеороликов по телевидению, либо публикацию социально-полезной информации в газетах или на сайтах информационных агентств. Интерес к мобильным мессенджерам со стороны органов власти как инструменту распространения массовой информации, остается пониженным. Что объясняется во многом неочевидным правовым статусом информационных каналов в мобильных мессенджерах, в частности, телеграмм-каналов.

Интерес в рамках настоящего исследования вызывает такая форма коммуникации в Telegram, как *каналы*. Именно этот функционал характеризуется следующими возможностями:

- позволяет делиться информацией с неограниченным кругом лиц;
- отсутствует обратная связь, т.е. абоненты каналов не могут вступать в переписку непосредственно в ленте канала и публиковать свои сообщения;

¹ TgStat: Исследование аудитории Telegram. 2021. URL: <https://traff.ink/articles/tgstat-issledovanie-auditorii-telegram-2021>.

² Топ-платформы и 100 виральных русскоязычных медиаресурсов. 2021. URL: <https://br-analytics.ru/blog/top-100-august-2019>.

- анонимность. Функционал каналов позволяет оставаться их создателям и абонентам анонимными. Информация об этом доступна только администраторам канала.

Вышеуказанные характеристики Telegram каналов, по нашему мнению, являются оправданными для оценки возможности использования мессенджера как инструмента профилактики правонарушений и эффективности такого использования.

В законе РФ «О средствах массовой информации» нет прямого указания на информационные каналы мобильных мессенджеров. В тоже время определение понятия «средство массовой информации» оставляет возможность для придания таким каналам статуса СМИ. Так, ст. 2 указанного закона гласит, что «под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, сетевое издание, телеканал, радиоканал, телепрограмма, радиопрограмма, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации под постоянным наименованием (названием)»¹.

Ключевой категорией, по смыслу указанной статьи является «массовая информация». В этой же статье содержится и определение массовой информации, под которой понимаются «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы»². Функционал мессенджера Telegram как раз позволяет:

- во-первых, создавать информационные каналы с открытым для неограниченного круга абонентов доступом;
- во-вторых, распространять информацию во всех формах, перечисленных в вышеуказанном законе формах.

В этой связи нельзя не вспомнить концепцию Г. Лассуэла о политической коммуникации [2]. В его уже ставшую классической схему распространения массовой информации, включены следующие элементы:

1. Источник информации.

При рассмотрении вопроса о распространении информации, направленной на правовое просвещение и профилактику правонарушений основным источником будут являться государственные органы, а также общественные организации и инициативные группы граждан.

2. Сообщение.

Здесь, помимо самой содержательной части, большое значение имеет форма подачи информации. Очевидно, что в зависимости от способа передачи, различаются и формы восприятия у человека. Поэтому необходим учет приемов и способов передачи информации, который бы мог захватить внимание аудитории, позволить социально полезной информации не затеряться.

¹ О средствах массовой информации: закон РФ от 27.12.1991 г. № 2124-1. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/f977773d5130bdc4b8aa5c541d1fa7ca381b18f4.

² Там же.

3. Канал.

Под каналом можно понимать различные СМИ, в том числе социальные сети и информационные каналы в мобильных мессенджерах.

4. Получатель.

В этом пункте акцент необходимо ставить на популярности или наоборот малой востребованности отдельных форм и видов СМИ. Очевидно, что при выборе способа распространения информации необходимо выбирать те из них, которыми пользуются максимальное количество аудитории. В современных условиях таковыми уже стали информационные каналы в мобильных мессенджерах.

5. Эффект коммуникации.

В настоящем исследовании под эффектом стоит понимать итоговое влияние информации, направленной на правовое просвещение и профилактику правонарушений, на аудиторию. Является ли такая информация понятной и запоминающейся? Способна ли она заставить людей задуматься и поменять свое поведение, таким образом предотвращая противоправное или виктимное поведение? Ответы на эти вопросы станут и ответом на вопрос об эффекте коммуникации.

Анализируя приведенную концепцию, можно сделать вывод, что акцент на использовании телевидения и даже сайтов информационных агентств на текущий момент уже можно считать неэффективным способом профилактики правонарушений и правового просвещения. В то же время Telegram каналы на сегодняшний день фактически выполняют функции средств массовой информации и стали неотъемлемым элементом системы массовой коммуникации. Поэтому эффективность их использования как инструмента профилактики правонарушений напрямую связана с эффективностью профилактики в средствах массовой информации в целом.

Неотъемлемым элементом профилактики правонарушений является их информационная составляющая, т.е. формирование правовых знаний, повышение правосознания и правовой культуры у населения.

Указанные выше данные о популярности Telegram и его медиа функционал среди рядовых пользователей позволяет выразить уверенность в том, что распространение в нем информации, направленной на правовое просвещение и профилактику правонарушений будет эффективным.

Литература

1. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика. Москва: Аспект-пресс, 2013. С. 15.
2. Lasswell H. D. The Structure and Function of Communication in Society // Mass Communication - Wilbur Schramm (ed.) Urbana, 1949. P. 103.

MOBILE MESSENGERS AS A TOOL FOR LEGAL EDUCATION
AND CRIME PREVENTION

Gunzynov Zhargal Palamovich

Senior Lecturer

Dorzhi Banzarov Buryat State University

Russia, 670000, Ulan-Ude, st. Smolina 24a

gzzrl@yandex.ru

Abstract. The media space is one of the most dynamically developing spheres of public life. This is due, first of all, to changing trends in the Internet, technological development and other factors. In these conditions, the preferences of the audience in the choice of sources and methods of obtaining mass information also change. In this regard, the issue of the implementation of the state information policy, including in matters of legal education and the prevention of offenses, becomes relevant. This article focuses on the study of information channels in the Telegram messenger as a tool for crime prevention and legal education, provides an analysis of statistical data, marketing research data and the author's own research.

Keywords: mass media, Telegram, telegram channels, crime prevention, legal education.