

Цифровая дипломатия в Telegram: сравнительный анализ вовлеченности аудитории и активности посольств России и США

М. М. Базлуцкая

Московский государственный институт международных отношений
(университет) МИД Российской Федерации,
Российская Федерация, 119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Для цитирования: *Базлуцкая М. М.* Цифровая дипломатия в Telegram: сравнительный анализ вовлеченности аудитории и активности посольств России и США // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2024. Т. 17. Вып. 4. С. 431–456.
<https://doi.org/10.21638/spbu06.2024.403>

Обострение двусторонних отношений России и США на фоне украинского кризиса, наложенные американскими платформами ограничения против аккаунтов российских госорганов и СМИ, а также блокировка подотчетных правительству Соединенных Штатов социальных сетей на территории Российской Федерации вынудили эти страны прибегнуть к стратегии обхода и перенести общение со своей аудиторией в рамках цифровой дипломатии в Telegram. В результате в марте 2022 г. были созданы каналы Посольства России в США @EmbUSA и Посольства США в России @USEmbRussia. Автор проводит комплексный сравнительный анализ активности этих аккаунтов и вовлеченности их читателей. Период анализа охватывает временной промежуток с даты основания каналов по дату начала исследования (январь 2024 г.). В ходе работы проведен анализ вовлеченности более 6 000 публикаций с использованием специализированных сервисов popsters.ru и tgstat.ru, а также тематический анализ 600 самых популярных публикаций. Автор вносит вклад в развитие исследований цифровой дипломатии за счет применения семантического анализа эмодзи на основе словаря emoji11.com, ранее не используемого метода, который позволяет оценить влияние накопленного мнения на продвигаемую повестку. Telegram-канал @EmbUSA оказался активнее с точки зрения количества публикаций и просмотров, однако уступил @USEmbRussia первенство в категориях «репосты» и «реакции». Ни один из каналов нельзя назвать бесспорным лидером по расширению присутствия на платформе. Целевой аудиторией как Россия, так и США выбрали русскоязычное население. Семантический анализ эмодзи демонстрирует, что доминирующим трендом у российской стороны была позитивная тональность, у американской — негативная. Это могло повлечь за собой подстраивание США под настроения аудитории, смягчение риторики и одновременную блокировку на использование наиболее популярных у читателей канала негативных реакций. Тематический анализ выборки постов показал, что Россия и США информируют граждан «зеркально», что лишь усиливает поляризацию русскоязычного сообщества. При этом Россия, скорее, использует оборонительную стратегию и стремится к разъяснению своей позиции онлайн, а США активно использует цифровую дипломатию как инструмент навязывания своего видения проводимой в России внутренней политики.

Ключевые слова: цифровая дипломатия, Telegram, социальные сети, деплатформизация, Россия, США, посольство.

Введение

С 2022 г. цифровая дипломатия медленно, но верно расширяет свое присутствие в мессенджере Telegram. На то есть ряд причин. Во-первых, это размер аудитории платформы и ее рост. Суммарно в 2023 г. она составила 800 млн пользователей, что на 100 млн больше, чем было годом ранее. При этом 55,2 млн аккаунтов активны на платформе ежедневно, генерируя за сутки около 15 млрд сообщений [1]. Приток аудитории в Telegram, в свою очередь, стимулирует появление каналов государственных органов, аффилированных с ними лиц и структур. Сегодня в мессенджере можно найти канал первого заместителя председателя Военно-промышленной комиссии России Дмитрия Медведева [2], президента Турции Реджепа Тайипа Эрдогана [3], бывшего президента Бразилии Жаира Болсонаро [4] и др. В 2023 г. ряды политиков в Telegram пополнил на тот момент действующий премьер-министр Камбоджи Хун Сен [5], предварительно удалив свой аккаунт в одной из запрещенных в России соцсетей. Во-вторых, в условиях соперничества государств в информационном пространстве, фрагментации интернета и деплатформизации [6] цифровая дипломатия находится в поиске новых каналов продвижения повестки, коим и выступает Telegram. Наиболее ярким примером дипломатической активности в мессенджере является работа МИД России и Госдепартамента США с 2022 г.

Как у России, так и у США одной из приоритетных задач цифровой дипломатии выступает защита и продвижение национальных интересов через поддержание взаимодействия с зарубежной аудиторией в условиях ограничений и взаимного недоверия. При этом через отношения этих стран проходит одно из направлений геополитического противостояния за новый миропорядок. В Стратегии национальной безопасности 2022 г. администрации Байден–Харрис Россия охарактеризована как «угроза свободной и открытой международной системе» [7], а в Концепции внешней политики России 2023 г. подчеркивается, что Соединенные Штаты ведут против страны «гибридную войну нового типа» [8].

В условиях крайнего охлаждения двусторонних отношений в 2022 г. российские медиаресурсы и госорганы были вытеснены из американских соцсетей [9; 10]. Одновременно с этим ИТ-гиганты США были заблокированы в России по причине распространения на их платформах экстремизма и недостоверной информации о российской армии [11]. Эти факторы повлияли на расширение дипломатического присутствия как США, так и России в Telegram. 16 марта 2022 г. был впервые создан telegram-аккаунт Посольства США в России (@USEmbRussia) [12]. Ранее прямые представительства Госдепартамента не работали в мессенджере совсем, либо работали крайне ограничено из-за приверженности «родным» (американским) платформам. Так, например, Госдепартамент США пользовался Telegram с 2015 по 2021 г. только на фарси [13], однако на русском языке основное общение проходило в X. На другом конце Атлантического океана всего на 8 дней раньше, чем Соединенные Штаты — 8 марта 2022 г., — российское посольство в Вашингтоне открыло свой telegram-канал @EmbUSA. На тот момент у России уже был накопленный опыт использования мессенджера: официальный telegram-аккаунт МИД России появился еще в 2016 г. [14].

Все вышеперечисленные факторы обусловили выбор каналов этих государств для последующего сравнительного анализа. Кроме того, аккаунты этих дипведомств появились одновременно, что ставит работу заграничных учреждений в мессенджере в прибли-

зительно равные условия. Однако необходимо отметить, что расширение присутствия российского посольства в США сковывается небольшим охватом в 10 миллионов американских пользователей [15]. Поэтому переход в Telegram для российской дипмиссии, несмотря на опыт работы с платформой, мог оказаться затруднительным с точки зрения охвата аудитории. Для западного сообщества эта задача изначально облегчалась тем, что их целевая аудитория пришла в мессенджер самостоятельно и ее необходимо было лишь убедить подписаться и удержать у себя на канале. Русскоязычный сегмент Telegram увидел качественный прирост активных пользователей начиная с февраля 2022 г. По данным Brand Analytics, число авторов в промежутке между 24 февраля и 15 мая 2022 г. в Telegram увеличилось на 23 % [16]. С 2022 по 2023 г. русскоязычная аудитория Telegram увеличилась вдвое и достигла 75 млн пользователей [17].

Telegram на фоне кризиса доверия в международных отношениях и деплатформизации остается чуть ли не единственной площадкой двустороннего обмена мнениями в условиях формирования цифровых границ и альянсов, что представляет крайнюю важность для дипломатии обеих стран. Поэтому автор задается *вопросом*: какое из посольств продемонстрировало более высокий уровень вовлеченности собственной аудитории, реакций пользователей и тематического разнообразия в Telegram, начиная с даты появления их ресурсов?

С целью ответить на этот вопрос проводится сравнение онлайн-активности дипломатических миссий с помощью анализа вовлеченности (англ. engagement analysis), оценивается тематическое разнообразие сообщений и исследуются реакции пользователей на публикации посредством семантического анализа эмодзи. Автор статьи предполагает:

Гипотеза 1. В силу того, что структуры Госдепартамента были слабо представлены в Telegram, Посольство США в Москве будет проявлять большую активность при ведении аккаунта, нежели российское Посольство в Вашингтоне, с целью закрепить на платформе свое постоянное присутствие.

Гипотеза 2. На фоне глубокого кризиса российско-американских отношений тематика и российский, и американский каналы будет направлена на критику позиций, заявлений и действий противоположной стороны.

Гипотеза 3. Так как одной из целей цифровой дипломатии является реализация внешнеполитических задач, в число которых входит поддержание отношений с противоположным государством на должном уровне, то посты, касающиеся двусторонних отношений России и США, будут наиболее популярны среди подписчиков.

Гипотеза 4. Реакция читателей на контент на обоих каналах будет позитивной как выражение поддержки в отношении публикуемого контента.

В первой части статьи представлен обзор актуальных тенденций и методов в изучении цифровой дипломатии, затем проведены анализ работы посольств России и США в Telegram и проверка гипотез, после чего описаны результаты исследования и подведены итоги.

Цифровая дипломатия: подходы к изучению

Цифровая дипломатия своими корнями уходит в практику публичной дипломатии [18] и представляет собой инструмент «мягкой силы» [19]. Термин «публичная дипломатия», в свою очередь, был введен как фрейм-противопоставление

тому, что в США называли «пропаганда» и «дезинформация» Советского Союза [20]. А ее отличительной особенностью должен был стать диалог с зарубежной аудиторией [21]. Со временем развивались информационно-коммуникационные технологии, публичная дипломатия перешла в онлайн, и эта активность получила название «цифровая дипломатия» [22]. В различных работах можно встретить использование таких словосочетаний, как «дипломатия 2.0» [23], «твиттер-дипломатия» [24]. Сегодня также говорят о «дипломатии данных» [25], «гибридной дипломатии» [26] и «смешанной дипломатии» [27]. Единого определения феномена до сих пор не существует. Как нет и устоявшегося термина, который бы определял весь спектр исследований по данному направлению. В российском научном дискурсе отдельные ученые относят цифровую дипломатию к сфере цифровых международных отношений [28].

Автор статьи понимает под цифровой дипломатией один из инструментов коммуникации государственных и (в отдельных случаях) негосударственных акторов, исторически появившийся в рамках развития публичной дипломатии, но не ограниченный ей, направленный на достижение или помощь в достижении целей государства на международной арене и на внутреннем треке, функционирующий на основе диалога с одновременным применением технологий влияния на общественное мнение и использованием цифровых средств создания и передачи сообщений, включая социальные сети, мессенджеры, официальные сайты, теле- и радиоканалы в интернете, онлайн-игры, большие языковые модели (искусственный интеллект).

Основной пласт работ, посвященных изучению цифровой дипломатии, относится к анализу социальной сети X [29–32]. В каталоге научных статей Google Scholar количество публикаций по запросу «twitter digital diplomasy» составляет более 64 тысяч, по ключевому слову «twiplomasy» находится 1 690 результатов. Второе место по популярности следует отдать изучению китайской платформы Weibo [33; 34] с более чем 10 тыс. результатов и «weibo diplomasy» с 71 результатом. Российские соцсети представлены в англоязычной научной литературе по цифровой дипломатии еще реже — чуть более 3200 публикаций по ключевой фразе «VK digital diplomasy», меньше релевантных результатов можно получить при поиске «цифровая дипломатия ВКонтакте». При этом, даже если учитывать фактор нерелевантности большинства поисковых результатов во всех категориях, тренд на доминирование X очевиден.

Международная платформа Telegram и ее особенности на сегодняшний день мало изучены. Отдельные запросы в Google Scholar выдают единичные результаты, например, анализ работы диппредставительств Израиля на русском [35]. В поисковых системах Yandex и Google можно найти анализ трендов и тенденций цифровой дипломатии в Telegram [36]. И все же, несмотря на то что Telegram может показаться очередной соцсетью, анализ активности дипломатических ведомств в ней актуален в силу формата взаимодействия, который не предполагает выдачу информации на основе алгоритмов, но одновременно сохраняет возможность пользователя создать «эхо-комнату» на основе собственных предпочтений.

Одна из ключевых характеристик цифровой дипломатии — это вовлечение аудитории в диалог (dialogic engagement) [37]. Степень его успешности принято определять с помощью анализа вовлеченности, который в большинстве случаев основывается на количественной оценке доступных показателей. К ним относятся оценка активности с помощью подсчета частотности публикаций; анализ одобрения/неодо-

бления, удовлетворенности и интереса аудитории посредством подсчета количества реакций и комментариев и исследование усиления влияния канала за счет репостов и упоминаний на других страницах [38]. Отдельные научные работы предлагают учитывать географический охват при оценке эффективности выстраиваемых взаимодействий [39]. Однако это работает только с теми публикациями, где пользователь самостоятельно ставит геометку. Есть и работы, в которых встречается подсчет охвата канала через определение общего количества подписчиков исследуемого аккаунта и учета в статистике читателей тех каналов, где был сделан репост [40].

Контент-анализ цифровой дипломатии позволяет заглянуть немного глубже во взаимодействие пользователя и владельца канала цифровой дипломатии. Тематическое моделирование помогает рассмотреть повестку, продвигаемую дипломатическими представительствами [41]. Сентимент-анализ комментариев необходим для понимания успешности выстраиваемой внешнеполитической коммуникации онлайн. Он помогает узнать, как пользователи реагируют на предоставленный контент и что их волнует, а также сделать выводы о том, как улучшить информационную работу ведомства. В последние годы набирает тренд семантический анализ *текста комментариев вместе с эмодзи и/или эмотиконами* (типографическое изображение эмоций) [42], которые позволяют углубить понимание общения пользователей в сети за счет интерпретации выражаемых в сообщении эмоций. Ученые из Санкт-Петербургского горного университета подчеркивают, что у такого подхода две задачи — распознавание самих эмоций через приписывание единицам анализа (слову, предложению или эмодзи) эмоционального тега (печаль, радость, удивление и проч.) и определение полярности через подразделение единиц анализа на категории «позитивный» — «нейтральный» — «негативный» [43]. Здесь же можно выделять подкатегории. Например, отдельные работы исследуют только эмодзи «со стилизованным изображением лица» и рассматривают их сквозь призму одобрения или неодобрения предложений, высказанных в глобальной сети [44].

С помощью зашифрованных в картинке эмоций можно не просто подчеркнуть мысль в предложении, но поменять его значение на противоположное, добавив всего лишь смеющийся или грустный смайл. В этой связи активно к сентимент-анализу текста и эмодзи прибегают исследователи языка вражды. Представитель Орхусского университета София Лазарева считает, что эмодзи играют роль вспомогательного механизма, который не просто передает негатив, но помогает «установить властную иерархию, сплотить пользователей-единомышленников и передать бесчеловечный юмор» [45, р. 42].

Специалист в области анализа тональности текстов социальных сетей Сергей Сметанин считает, что «реакции к публикациям типа “мне нравится” и другие могут потенциально считаться дополнительным источником сентимента, выраженным читателем поста» [46, с. 110712]. Для цифровой дипломатии в Telegram семантический анализ эмодзи актуален, так как каналы могут отключать комментарии, оставляя лишь реакции к публикациям. При этом пользователям на выбор могут быть предоставлены как всего лишь несколько вариантов реагирования, так и полный список эмоций, доступных на устройстве. Таким образом, исследователь в отсутствие текста для анализа может обратиться к эмодзи, оставленными пользователем после прочтения сообщения, что поможет сформировать общее впечатление о реакции аудитории.

Метод

При формировании рамки исследования каналов цифровой дипломатии России и США в Telegram автор опиралась на работы, рассматривающие проявления цифровой дипломатии всеобъемлюще с задействованием смешанных методов анализа [47; 48]. В настоящей статье проводится комплексное исследование, охватывающее широкий спектр данных, включая эмодзи, темы и метрики. Такое многоаспектное рассмотрение исключает узкую оценку отдельных показателей, что обеспечивает репрезентативность и полноту полученных результатов.

Для проведения количественного анализа вовлеченности каналов посольств России и США автор обратилась к сервисам ropsters.ru и tgstat.ru. Для выгрузки данных с каналов был выбран период с первого дня их создания (у российской дипмиссии — 8 марта 2022 г., у США — 16 марта 2022 г.) по дату начала анализа — 2 января 2024 г. (последняя доступная на тот момент публикация). В сумме для @EmbUSA это составило 665 дней, за которые было опубликовано 4019 сообщений, а для @USEmbRussia — 657 дней и 1959 постов. Благодаря выгрузке из Telegram с помощью ropsters.ru была дополнительно получена информация о количестве реакций, репостов, комментариев, просмотров и подписчиков на канале. Последующее сравнение проводилось с помощью Google-таблиц. Ограничением стала невозможность получить данные о геолокации аудитории каналов, так как они не предоставляются Telegram. С помощью платформы tgstat.ru была получена информация о вовлеченности подписчиков каналов, которая рассчитывается как среднее число просмотров, деленное на количество подписчиков и выраженное в процентах.

Дополнительно ChatGPT версии 4.0 помог подсчитать процент использования английского и русского языков в публикациях с целью определить, на какую аудиторию направляют свое воздействие посольства. На платформу были закружены все публикации каналов (каждого отдельно), после чего ИИ был дан запрос: «Пожалуйста, очисти текст от эмодзи, ссылок и от хештегов. Затем посчитай процент текста, который написан на русском языке, и процент текста, который написан на английском». Стоп-слова не удалялись, так как это могло повлиять на статистику использования языков¹.

Сайт ropsters.ru не смог предоставить информацию о распределении реакций по эмодзи, поэтому автор провела сентимент-анализ реакций к публикациям вручную. Текст комментариев не рассматривался, так как на обеих страницах возможность комментировать отключена для подписчиков. Для минимизации временных затрат исследователем была подготовлена выборка. Все публикации были ранжированы по количеству полученных реакций от наиболее популярной к наименее, после чего отмечено 10 % публикаций с начала списка, которые и вошли в последующий анализ. В результате было получено 196 постов у telegram-канала @USEmbRu и 402 поста — у @EmbUSA. Эти числа были округлены до сотен. Таким образом, получилось 200 публикаций американского посольства и 400 — российского.

Семантический анализ эмодзи был проведен с помощью многоязычного словаря emojiall.com. Платформа строится на готовом анализе 50 млн общедоступных

¹ Запрос о проведении анализа для ChatGPT: <https://chat.openai.com/share/9c7832e6-b8c8-414c-8736-525a226f0a69> (дата обращения: 14.01.2024). С записью экрана и документами, предоставленными автором ChatGPT для анализа, можно также ознакомиться по ссылке: <https://clck.ru/3BVcev>.

твитов на английском языке с помощью методов обработки естественного языка и интеллектуального анализа мнений, в результате которого тональность эмодзи связывается с набором значений, после чего происходит ее визуализация [49]. Выбор был сделан в пользу этого словаря из-за его особенности — сохранения стоп-слов и знаков препинания при определении тональности текста, которая лежит в основе трактовки значения эмодзи.

В силу того, что словарь emoji11.com предоставляет информацию о тональности *всех* эмодзи последней версии Unicode 15.0, автор создала его мини-версию — кодовую книгу с использованием только тех пиктограмм, которые были представлены в сообщениях выборки. Автор готова предоставить ее по запросу. Всего в кодовую книгу вошло 63 эмодзи, 16 из которых присутствовали под публикациями российского посольства и 63 — посольства США. Для упрощения последующего анализа для каждого смайла была указана тональность (положительная, нейтральная, негативная) и категория (лицо, стихия, руки и т. п.) для облегчения последующего кодирования. Тональность приписывалась смайлу по словарю emoji11.com. В случае, если значения тона были примерно равны, выбор делался в пользу того настроения, у которого стоит наибольший процент использования. Например, у эмодзи «зевает» распределение тона было следующим: 29,83 % — положительно; 38,95 % — нейтрально; 31,22 % — отрицательно. Следовательно, в кодовую книгу записывалось значение «нейтрально».

Тематическое моделирование публикаций дипломатических каналов было проведено автором также вручную. Готовая выборка публикаций была разделена на три группы: получившие наибольшее количество позитивных, нейтральных и негативных реакций. В полученных списках были определены рубрики и темы сообщений и проведено их сравнение.

Результаты анализа

Анализ уровня вовлечения на страницах посольств России и США демонстрирует, что почти за два года @EmbUSA набрало 6 202 подписчика, а @USEmbRussia — 10 114 подписчиков. В свою очередь, просмотры у российской дипмиссии были выше, нежели у американской (10 млн 653 тыс. против 8 млн 640 тыс.), что может объясняться бóльшим числом публикаций (4019 постов у России против 1959 у США) и наличием читателей, которые не подписываются, но интересуются новостями канала и репостами. Количество последних (26 041 — @EmbUSA и 36 017 — @USEmbRussia) вместе с информацией о просмотрах может говорить о том, что сообщениями российского посольства делились более крупные каналы, нежели в случае с американской дипмиссией (см. рис. 1–4). Это предположение, однако, требует дополнительной верификации. В категории «реакции» @EmbUSA сильно уступает @USEmbRussia: пользователи в 6,4 раза чаще оставляли реакции под публикациями американского диппредставительства. И все же в случае с реакциями однозначного вывода об эффективности цифровой дипломатии сделать невозможно без семантического анализа, речь о котором ниже.

График вовлеченности, составленный сервисом tgstat.ru, показывает, что за весь период существования каналов пик активности подписчиков и постоянных читателей без подписки пришелся на 2022 г. (см. рис. 5). Однако здесь стоит подчеркнуть,

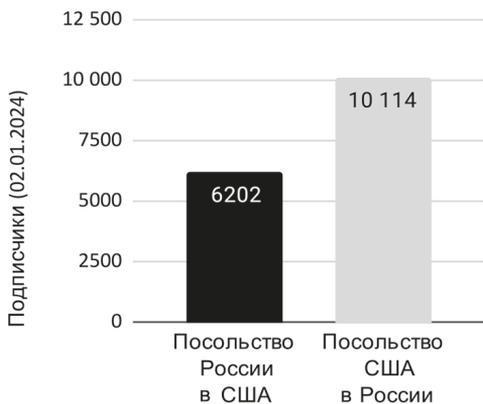


Рис. 1. Количество подписчиков Посольства России в США и Посольства США в России в Telegram за период с марта 2022 по январь 2024 г.

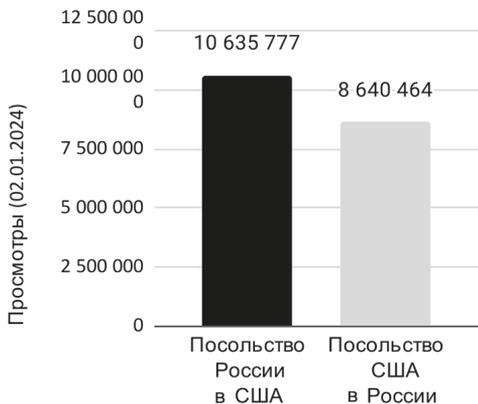


Рис. 2. Количество просмотров Посольства России в США и Посольства США в России в Telegram за период с марта 2022 по январь 2024 г.

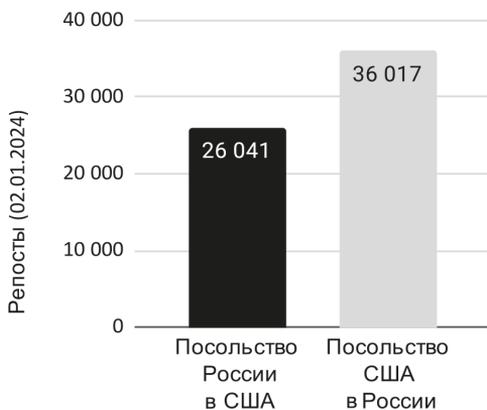


Рис. 3. Количество репостов со страницы Посольства России в США и Посольства США в России в Telegram за период с марта 2022 по январь 2024 г.

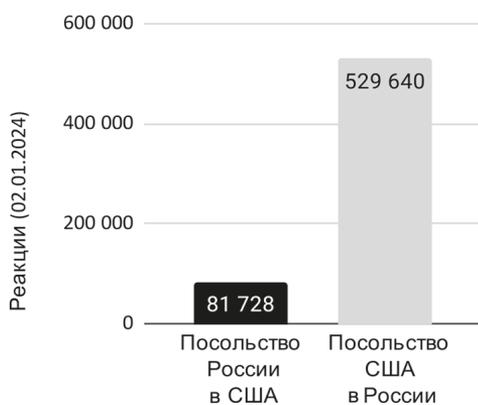


Рис. 4. Количество реакций на публикации Посольства России в США и Посольства США в России в Telegram за период с марта 2022 по январь 2024 г.

что на момент создания каналов у них практически не было подписчиков, что в сумме дает крайне высокие показатели вовлеченности, достигающие 180%. Начиная с февраля 2023 г. активность подписчиков начала стагнировать (к этому моменту каналы набрали свою основную аудиторию), и в январе 2024 г. закрепились на уровне 56,3% у российского посольства и 34,7% у американского. На основе этих данных можно предположить, что примерно каждый второй подписчик @EmbUSA и каждый третий — @USEmbRussia продолжают следить за новостями каналов. Это достаточно высокий показатель, который говорит нам о том, что, вероятно, у обоих каналов есть постоянная аудитория. Вместе с тем это свидетельствует о не очень высоком среднем охвате публикаций. Фактически, каналы не расширяют свое присутствие.

Рисунок 6 с распределением используемых на каналах языков демонстрирует, что для цифровой дипломатии США целевой аудиторией выступают русскогов-

ERR — вовлеченность по просмотрам



ERR — вовлеченность по просмотрам



Рис. 5. Вовлеченность подписчиков

Сверху — канал @EmbUSA, снизу — канал @USEmbRU.

Источник: tgstat.ru.

рящие пользователи. Около 91 % текста на канале публикуется на русском языке, 6,88 % — на английском. Парадоксально на этом фоне выглядит результат российского посольства. Фактически, его целевой аудиторией также являются русскоговорящие пользователи, так как около 70 % публикаций написаны на этом языке, и лишь около 27 % приходится на английский. Это может говорить о том, что @EmbUSA направляет свое влияние на русскоязычную диаспору в Соединенных Штатах, что может быть связано в том числе со слабой популярностью Telegram среди американцев (и высокой популярностью в России и в целом в русскоговорящем сегменте сети) или же работает как часть внутренней цифровой дипломатии за счет репостов из основного канала МИД России.

Семантический анализ эмодзи, оставленных читателями канала @EmbUSA, показал, что у 400 самых популярных публикаций доминирующим был тренд на позитивные эмоции (21833 положительных против 1707 отрицательных). При этом одними из самых часто встречающихся позитивных реакций были «большой

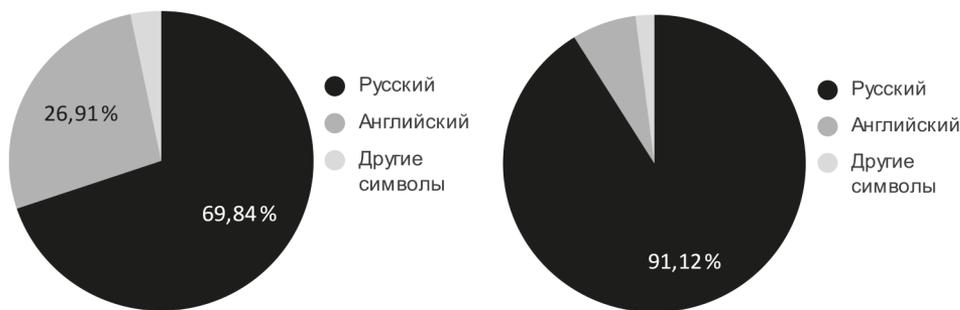


Рис. 6. Используемые языки для общения с аудиторией в Telegram.
Слева — Посольство России в США, справа — Посольство США в России



Рис. 7. Распределение эмоций под 400 наиболее популярными публикациями Посольства России в США в соответствии с тональностью

палец вверх» (👍), «аплодисменты» (👏), «огонь» (🔥) и «сердце» (❤️). К самым используемым негативным эмодзи стоит отнести «плачет» (😭), «большой палец вниз» (👎) и «злится» (😡). Нейтральные эмодзи практически не присутствовали среди реакций: среди всей выборки их количество составило 153 штуки. Эти данные могут свидетельствовать о высокой лояльности читателей к контенту, который распространяет российская дипломатическая миссия (см. рис. 7).

Всплески реакций на канале замечены в марте–апреле 2022 г., сентябре 2022 г. и в мае 2023 г. (см. рис. 8). Первый период предположительно связан с эскалацией украинского кризиса. Выборка публикаций за второй период имеет совершенно разную тематическую направленность, которую невозможно связать с какими-либо событиями. Так, например, в этот период встречаются посты о программах для соотечественников, о Второй мировой войне, о космосе, комментарии посла относительно заявлений чиновников США и др. Третий отмеченный период вероятно, связан с празднованием Дня Победы (19 из 40 постов выборки посвящены этой теме).

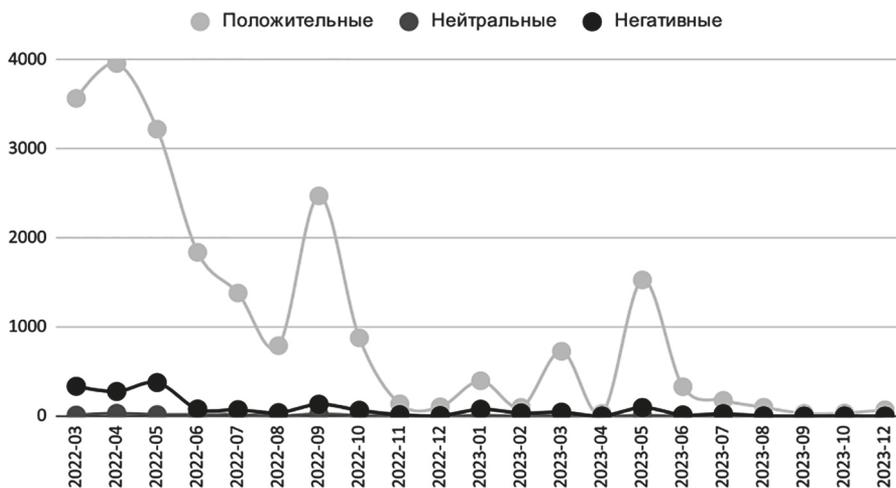


Рис. 8. Распределение реакций под 400 наиболее популярными публикациями Посольства России в США по месяцам

Самой популярной среди всех российских публикаций оказался пост Посольства от 28 сентября 2022 г. [50], а *все* 1043 реакции читателей к нему — положительными. В частности, в посте затрагивается вопрос поддержки политики РФ со стороны обычных граждан в сети, которые за свои взгляды могут подвергнуться гонениям, и противоречие этого принципу свободы слова, провозглашенному одной из важнейших ценностей Соединенных Штатов. В данном случае положительные реакции можно считать способом сплочения пользователей вокруг высказанных дипломатами идей. Тем не менее стоит подчеркнуть, что эти реакции отражают мнение лишь 2% читателей, просмотревших публикацию, остальные не выразили своего мнения.

Самое большое число негативных комментариев (102) у российского посольства собрал пост, рассказывающий о трагических событиях в Одессе 2 мая 2014 г. — 100 эмодзи «плачет» (😭) и 2 «пумоджи» (💩) [51]. В данном случае, однако, негативную реакцию «плачет» можно трактовать как выражение сопереживания со стороны читателей (см. рис. 9). Похожая ситуация возникает и с реакцией на сообщение о ненадлежащей медицинской помощи, предоставленной на тот момент заключенному в США россиянину В. А. Буту [52]. Автор не может отнести эти эмоции к позитивным в соответствии с кодовой книгой, однако конкретно в данном случае можно трактовать их в таком ключе.

У канала @USEmbRussia ситуация выглядит иначе. Здесь прослеживается большая полярность мнений при доминировании негативных комментариев (113890 негативных эмодзи против 44331 позитивных и 2210 нейтральных) (см. рис. 10). Самыми часто встречающимися среди негативных эмодзи были «рвота» (🤮), «пумоджи» (💩), «клоун» (🤡), «средний палец» (👎). Среди положительных выделялись «сердце» (❤️), «большой палец вверх» (👍), «голубь» (🕊️). На рисунке 13 виден всплеск негативных реакций в июне 2022 г., а также негатива и позитива в период с января по март 2023 г., что не коррелирует с таковой статистикой у российского посольства (см. рис. 11).

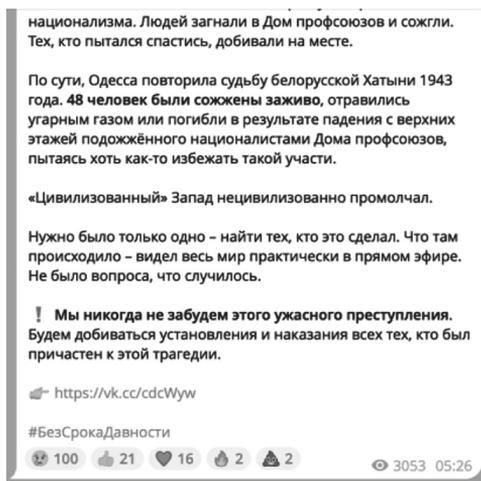
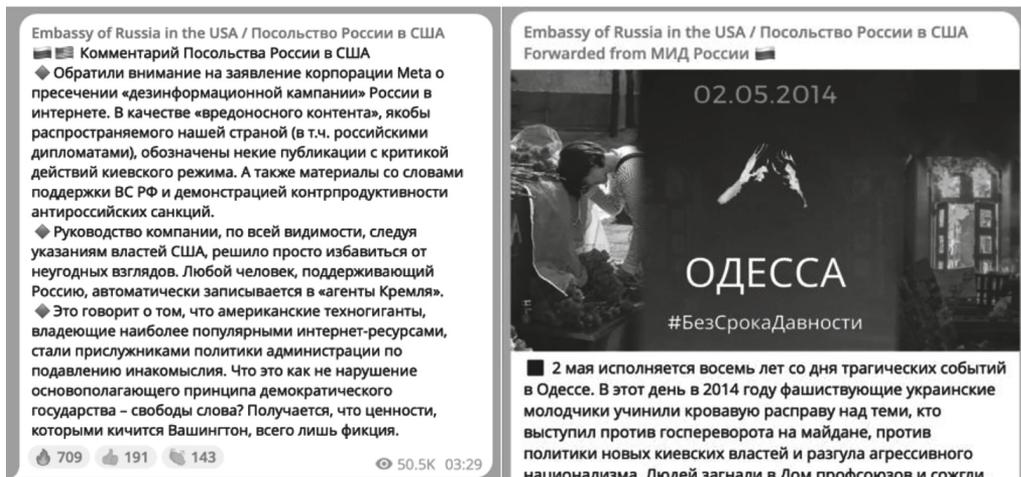


Рис. 9. Публикации Посольства России в США, набравшие наибольшее количество положительных (слева) и отрицательных (в центре и снизу) реакций

Пик активности пользователей пришелся на первый месяц 2023 г., когда 4 января Посольство США в Москве опубликовало «Обращение к народу России» (см. рис. 12). Эта публикация была просмотрена более 156 000 раз и получила в сумме 20 137 реакций (12,9 % от всех прочитавших). Она стала одновременно и самой позитивной, и самой негативной.

Из всех эмодзи читатели использовали 17 300 негативных: 10 000 «рвота» (🤮), 2200 «клоун» (🤡), 2000 «большой палец вниз» (👎), 1600 «пумоджи» (👊) и 1500 «средний палец» (👉); 2499 позитивных, из которых 1000 — это символ мира «голубь» (🕊); и всего лишь 76 нейтральных — «не верит» (🙄). Причина такого распределения эмоций, вероятно, кроется в содержании ролика, в котором текст о сотрудничестве СССР и США и архивные кадры рукопожатий первых лиц двух стран на 33-й секунде (всего в ролике 50 секунд) сменяется кадрами военных дей-

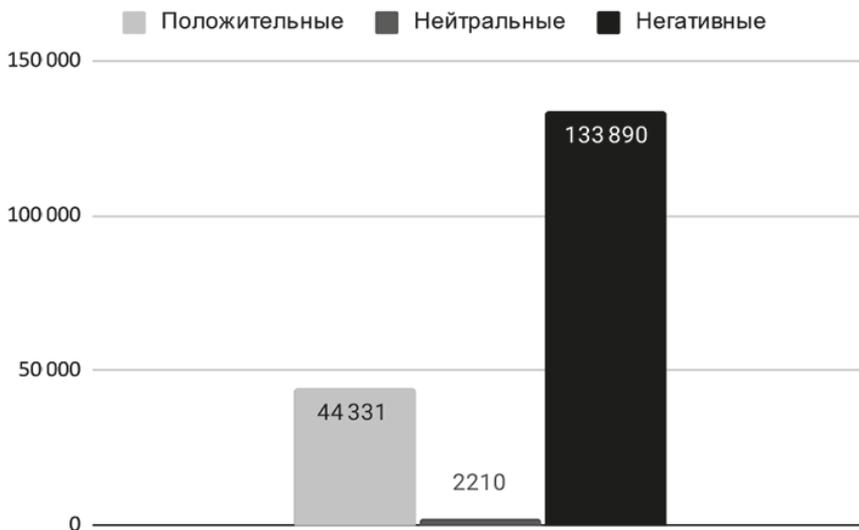


Рис. 10. Распределение эмоций под 200 наиболее популярными публикациями Посольства США в России в соответствии с тональностью

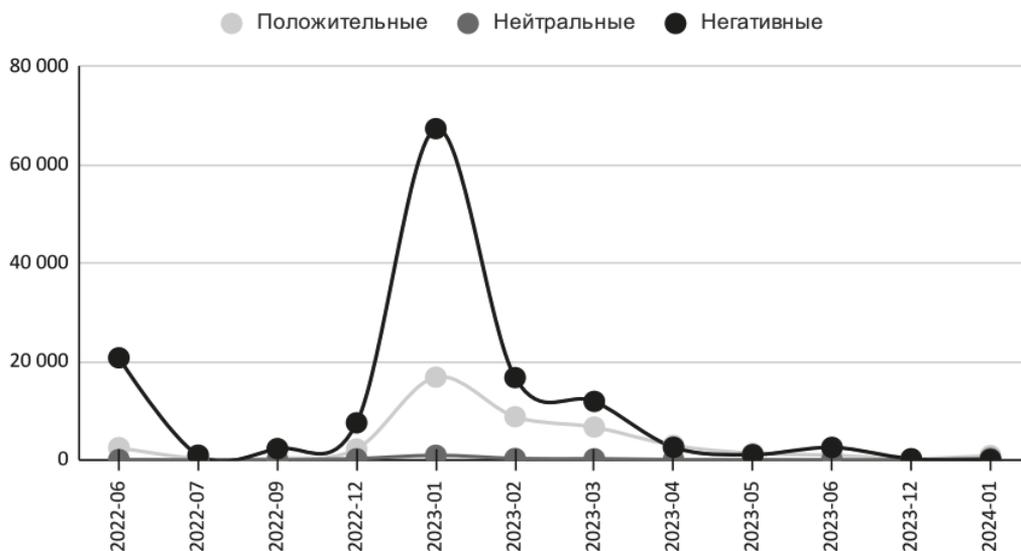


Рис. 11. Распределение реакций под 200 наиболее популярными публикациями Посольства США в России по месяцам

ствий на Украине и протестов россиян в марте 2022 г. При этом съемка идет фоном к тексту «Мы считаем, что происходящее вас не достойно, и солидарны с каждым из вас, кто стремится создать более мирное будущее» [53]. Содержание ролика и подобранного к нему текста наводит на мысль о том, что присутствующие негативные комментарии выражают неодобрение со стороны пользователей. Условно можно расшифровать общий фон реакций как «не нравится».

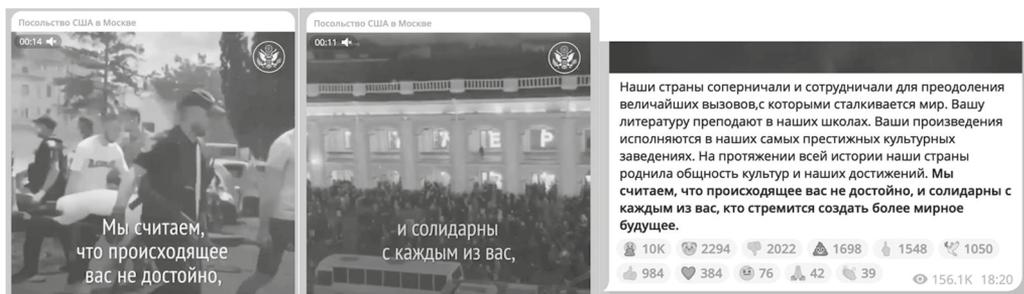


Рис. 12. Публикация Посольства США в России, набравшая одновременно наибольшее количество положительных и отрицательных реакций. Скриншоты сопроводительного видео. 00:36 секунда (слева) и 00:39 секунда (в центре)

В свете реакций на эту публикацию стоит обратить внимание на новогоднее поздравление Посольства США в Москве по случаю наступления 2024 г. [54]. В отличие от первого видео, второе называется уже не «обращение», а «поздравление». Оно также содержит отсылки к русской культуре в США, однако украинский кризис более не присутствует в видеоряде, хотя текст все еще сохраняет атмосферу напряженности за счет использования фраз «и в это трудное время», «российские граждане заслуживают жить в мире, процветании и безопасности». Второе видео также не делает отсылок к протестам в России с фразами «мы солидарны с каждым из вас», но говорит, что США «готовы к общению со всеми россиянами, мечтающими о конструктивном будущем». В результате у поста отсутствуют негативные реакции, позитивных реакций 874, а нейтральных — 293 (по состоянию на 2 января 2024 г.). В первую очередь такое изменение риторики может свидетельствовать о постепенном снижении градуса напряженности в российско-американских отношениях. Не стоит полностью исключать и того фактора, что американское посольство прислушивается к русскоязычным читателям, которые выразили коллективное неудовлетворение первой публикацией, приуроченной к Новому году и несущей в себе негативный эмоциональный заряд. Тем не менее, на резкую перемену в настроениях пользователей могли повлиять новые настройки telegram-канала @USEmbRussia.

В январе 2024 г. в аккаунтах как американского, так и российского посольства стали недоступны некоторые негативные эмодзи, которые были зафиксированы в ходе анализа старых публикаций. Во-первых, исчезли пиктограммы «рвота» (🤮) и «пумоджи» (💩). Во-вторых, США удалили из списка популярные у своей аудитории негативные эмодзи «клоун» (🤡) и «средний палец» (👎). Это крайне интересно с той точки зрения, что именно эти смайлики были использованы читателями для выражения неодобрения/несогласия с содержанием поста. В комментариях к записям российского посольства эмодзи подобного оттенка все еще представлен в большинстве случаев «большим пальцем вниз» (👇).

При дальнейшем сравнении вариативности эмодзи на каналах @EmbUSA и @USEmbRussia становится очевидно, что выбор реакций, предоставляемых читателям канала Посольства России в Вашингтоне в 4,5 раза меньше набора эмодзи канала Посольства США в Москве. На странице @EmbUSA доступны 14 реакций, из которых 3 негативных (~21%), 3 нейтральных (~21%) и 8 позитивных (~57%),

а на канале @USEmbRussia — 60 реакций, из которых 25 положительных (41 %), 27 нейтральных (45 %) и 5 отрицательных (8 %). Несмотря на малое разнообразие, процент представленных на выбор эмодзи более сбалансирован в процентном соотношении у России, в то время как у США отрицательные реакции практически незаметны на фоне большого числа позитивных и нейтральных. Часть последних при этом тематически относит читателей к новогодним праздникам, что, вероятно, зависит от даты анализа (14 января 2024 г.).

Темы наиболее популярных публикаций у выбранных дипломатических представительств крайне полярны. Из 14 рубрик, которые можно встретить среди 90 публикаций обоих посольств (по 30 самых популярных в каждой категории реакций), 10 тем представлены на каналах в *противоположном ключе*. Фактически информационное поле между Россией и США представляет собой не что иное, как поле для «игры в пинг-понг».

Так, США подает украинский конфликт как разрушительные действия российской армии, сообщает о содержании украинских детей на подконтрольных РФ территориях в «спецлагерях» [55], «неутешительных последствиях» мобилизации для будущего России [56], «вероятных зверствах российской армии в Буче» [57]. Санкции против российских компаний описываются как инструмент для «привлечения российского правительства к ответственности» [58]. Россия, в свою очередь, делает акцент на ответственности США за спонсирование войны на Украине [59], напоминает о периоде начала украинского конфликта (например, через почтение памяти жертв трагедии в Одессе 2 мая 2014 г.) и готовности выстоять перед угрозой санкционного давления [60].

Обе стороны обвиняют друг друга в распространении дезинформации, одностороннем видении событий и разоблачают фейки. США ведут дополнительно рубрику «медиаграмотность», где обучают читателей определять достоверность информации онлайн [61]. Блокировка Meta* рассматривается в России как наказание за распространение экстремизма, а в США трактуется как ограничение свободы слова наряду с признанием отдельных СМИ в России иноагентами. В американской рубрике «цензура» можно даже встретить 30 практически идентичных постов [62].

Сообщения на каналах посольств также говорят о все большем отдалении позиций России и США друг от друга в сфере космоса. На фоне очередной гонки в освоении внеземного пространства каждая сторона подчеркивает, скорее, свои успехи в общении с иностранной аудиторией, нежели говорит о нынешнем и грядущем сотрудничестве. Обе дипмиссии также выражают (или выражали) недовольство в связи с содержанием под стражей своих граждан в стране пребывания (Россия — В. А. Бут до освобождения, Р. В. Селезнев; США — П. Уилан).

В то время как Россия напоминает своим читателям о военных интервенциях США [63], Посольство США в Москве публикует фотографии и видео Украины «до и после». В отдельной рубрике «Освободители» текст к публикациям и вовсе отсутствует, все внимание сосредотачивается на последствиях военных действий на Украине в графическом формате [64].

В российском аккаунте также представлена тема русофобии (для нее даже создан отдельный хештег), которую США парируют, говоря о преподавании и изуче-

* Meta признана экстремистской организацией в Российской Федерации.

нии русской культуры в школах, университетах, о роли российских культурных деятелей в досуге американцев.

Не получили зеркального отражения темы, касающиеся биологических лабораторий США на Украине (@EmbUSA), а также повестка запрещенного в России движения ЛГБТИК+* (@USEmbRussia). Стоит отметить и отсутствие со стороны России призывов получать в стране образование и проходить курсы — тема, которая широко освещается посольством США.

Все еще объединяют каналы рубрика «мировая история», поздравления с Днем Победы и Новым годом, российское поселение Форт Росс в Калифорнии, а также сотрудничество СССР и США в годы Второй мировой войны (см. табл.).

Выводы

Из результатов анализа следует, что посольство России, как и посольство США смогли встроить платформу Telegram в свою систему цифровой дипломатии и набрать аудиторию. При этом невозможно дать однозначного ответа на вопрос, кто из них оказался более успешным. С точки зрения охвата постоянной аудитории (подписчиков), использования нативных функций платформы, количества реакций и репостов посольство США действительно проявило бóльшую активность, что частично подтверждает первую гипотезу. Однако Посольство России в Вашингтоне оказалось не менее активно с точки зрения частотности публикаций и количества общих просмотров. Важно подчеркнуть, что процент охваченной Посольством РФ зарубежной аудитории в Telegram выше, чем у Посольства США. Тем не менее, его посты, в отличие от посольства США, были в меньшей степени направлены на расширение влияния среди американцев из-за доминирования русского языка в информировании пользователей. Около 70% постов, вероятно, предназначалось для прочтения соотечественниками (в том числе за рубежом). В то же время цифровая дипломатия Соединенных Штатов в Telegram активно работала с русскоязычным населением на привычном ему языке и продвигала среди читателей собственную повестку. В итоге неочевидным выводом можно считать то, что посольства США и РФ в Telegram фактически борются за одну и ту же аудиторию русскоговорящих граждан. С целью улучшить свое представительство среди обычных американцев российское посольство могло бы провести информационную кампанию по привлечению их на те платформы, где российское представительство работает без ограничений.

Тематический анализ наиболее популярных публикаций подтвердил второе предположение — о том, что оба канала критикуют противника за его действия и решения. Это делает контент на анализируемых каналах тематически «зеркальным». При этом кардинально отличается подача: в то время как Россия занимает, скорее, оборонительную позицию и стремится объяснить принимаемые решения (осуждение русофобии, ненадлежащей риторики противника, пояснение мотивов блокировок платформ, освещение причин украинского кризиса), США проводят точечные информационные кампании. Последние широко дискредитируют внутреннюю политику России (поднимается тема мобилизации, высмеиваются позиции российских экспертов, подчеркиваются действия государства в отношении

* Движение ЛГБТ признано экстремистским в Российской Федерации.

Таблица. Темы, присутствующие на каналах Посольства США в России и Посольства России в США

№	@EmbUSA	@USEmbRussia
Темы, получившие зеркальное представление на каналах России и США		
1	Украинский кризис: <ul style="list-style-type: none"> • осуждение американских поставок вооружения; • события в Одессе 2 мая 2014; • готовность выстоять перед любыми угрозами (в том числе санкции); • военные интервенции США 	Украинский кризис: <ul style="list-style-type: none"> • «депортация» детей; • Буча; • санкции, чтобы привлечь Россию к ответственности; • действия России на Украине, мобилизация в России; • Украина до — после и рубрика «освободители» (фото и видео последствий украинского кризиса)
2	Дезинформация со стороны США Разоблачение фейков Осуждение ненадлежащей риторики США и одностороннего представления информации	Российская пропаганда Разоблачение фейков Критика выступлений представителей российских органов власти и экспертов; осуждение однобокого представления информации в поисковых системах
3	Русофобия	Русская культура в США (преподавание и история)
4	Россияне, заключенные в США	Американцы, заключенные в России
5	Блокировка Meta* за экстремизм	Ограничение свободы слова и получения информации в России
6	Россия в космосе	США в космосе
Темы, освещаемые примерно под одним углом		
7	Мировая история	Исторические события (СССР/Россия и США)
8	Форт Росс	Форт Росс
9	Сотрудничество СССР и США во время Второй мировой войны	Сотрудничество России и США в ходе Второй мировой войны (встреча на Эльбе), при Ельцине и Горбачеве
10	Поздравления с Днем Победы, Днем России, с Новым годом, с днем рождения (выдающиеся личности)	Поздравления с Днем Победы, Новым годом
Темы, которые не получили зеркального представления		
11	Биолаборатории США на Украине	–
12	–	ЛГБТИК+**
13	–	Образование в США

* Meta признана экстремистской организацией в Российской Федерации. ** Движение ЛГБТ признано экстремистским в Российской Федерации.

СМИ и т. п.). Цифровая дипломатия США, таким образом, выступает инструментом вмешательства во внутренние дела РФ с задействованием нарративов, которые нацелены на повышение социальной поляризации российского общества.

Наиболее популярными публикациями в соответствии с третьей гипотезой автора оказались посты, затрагивающие двусторонние отношения России и США, в том числе взаимоотношения стран в рамках украинского кризиса. Предположение подтвердилось несмотря на то, что публикации о культуре, традициях и связях с другими странами также освещались. Однако в данном случае культурная дипломатия не произвела заметного впечатления на пользователей.

Четвертая гипотеза — о том, что основные реакции на контент на обоих каналах будут позитивными как выражение поддержки в отношении публикуемого контента, подтвердилась в отношении российского посольства, но не может быть подтверждена в случае американской дипмиссии. У последней доминируют негативные эмодзи, которые, вероятнее всего, выражают неодобрение/несогласие с предоставленной информацией. Тем не менее на странице посольства США сохраняется достаточно высокая доля положительных реакций, что может также свидетельствовать о поляризации аудитории.

Отдельно отметим, что реакции под постами могут потенциально влиять как на технологический, так и на содержательный аспект цифровой дипломатии. В условиях отсутствия комментариев они остаются единственным мостом для построения диалога. На примере новогодних поздравлений посольства США 2023 и 2024 гг. в Москве видно, как ведомство подстраивается под запросы аудитории (выраженные в формате реакций к публикациям) и сглаживает свою риторику. Одновременно с этим меняется политика канала в отношении пользователей, которым закрывается доступ к определенным эмодзи для выражения позиции. Эти факты требуют дальнейшего изучения с точки зрения роли эмодзи в кумулятивной делиберации [65].

Наконец, семантический анализ реакций в Telegram показал, что в случае с цифровой дипломатией негативные эмодзи могут коренным образом менять свое значение. Так было, например, в случае с пиктограммой «плачет», через которую пользователи выражали сопереживание, лишь усиливая посыл публикации. То есть для таких постов эмодзи фактически были «позитивными», если смотреть со стороны канала. Исходя из этих наблюдений можно сделать вывод, что в используемый автором инструмент кодирования эмодзи необходимо внесение дополнительных уточнений. Требуется проведение отдельного анализа тональности эмодзи на основе машинного обучения и методов естественной обработки языка с дополнительной проверкой кодировщиками с учетом особенностей взаимодействия людей в Telegram на русском языке.

Заключение

Цифровая дипломатия в Telegram на фоне фрагментации глобальной сети становится все более актуальной для посольств России и США. За почти два года оба ведомства приспособились к общению со своей аудиторией в мессенджере, однако все еще пользуются ограниченным набором функций. Тема украинского кризиса проходит красной линией на каналах цифровой дипломатии России и США, что лишь спо-

способствует усилению геополитического противостояния между странами и негативно влияет на поддержание диалога. Если для России цифровая дипломатия служит, скорее, инструментом, который позволяет разъяснить собственную позицию и донести ее до аудитории, то США использует ее как еще одно средство для вмешательства во внутренние дела России и усиления социальной поляризации.

Подчеркнем, что Telegram стал одной из первых платформ, на которой можно полностью отключить комментарии, но оставить доступными реакции под постами, что говорит об уходе диалога из практики цифровой дипломатии и делает востребованным анализ тональности эмодзи с целью получения информации о приблизительных настроениях населения. Данная работа призвана продемонстрировать, что возможно использовать пиктограммы не просто для улучшения глубокого анализа текста, но как самостоятельный метод исследования. Усилить эффект от такого подхода могла бы «умная» выгрузка данных из программного интерфейса мессенджера, которая бы не просто выдавала общее количество реакций как в случае с ropsters.ru или tgstat.ru, но делила бы эмодзи на отдельные группы. Это бы также облегчило работу исследователям, заинтересованным в изучении связи конкретных пиктограмм с настроением самого поста.

Данная работа не лишена ограничений. Основное из них заключается в исследуемой выборке, которая включает только наиболее популярные публикации, а также использовании готового инструмента анализа эмодзи emoji11.com, изначально подготовленного для социальной сети X и твитов на английском языке. Кроме того, тематический анализ постов мог пострадать от фактора предвзятости кодировщика. Автор также не учитывала контекст публикации при исследовании настроения каждого поста, что оставляет простор для дальнейших исследований в этом направлении.

Литература

1. Shewale. R. 80+ Telegram Statistics For 2024 (2023), November 28. URL: <https://www.demandsage.com/telegram-statistics/> (дата обращения: 03.01.2024).
2. Дмитрий Медведев. *Официальный канал в Telegram*. URL: https://t.me/medvedev_telegram (дата обращения: 03.01.2024).
3. Recep Tayyip Erdoğan *Официальный канал в Telegram*. URL: <https://t.me/RTErdoğan> (дата обращения: 03.01.2024).
4. Jair M. Bolsonaro 1. *Официальный канал в Telegram*. URL: <https://t.me/jairbolsonarobrasil> (дата обращения: 03.01.2024).
5. Samdech Hun Sen of Cambodia. *Официальный канал в Telegram*. URL: <https://t.me/spmhunsen> (дата обращения: 03.01.2024).
6. Володенков, С. В. и Федорченко, С. Н. (2022), Традиционные политические институты в условиях цифровизации: риски и перспективы трансформации, *Дискурс-Пи*, т. 19, № 1, с. 84–103. https://doi.org/10.17506/18179568_2022_19_1_84
7. National Security Strategy (2022), *The White House*. URL: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/10/Biden-Harris-Administrations-National-Security-Strategy-10.2022.pdf> (дата обращения: 15.06.2024).
8. *Концепция внешней политики Российской Федерации* (2023), 31 марта. URL: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/> (дата обращения: 15.06.2024).
9. Россия запретила Instagram* и Meta** за экстремизм, *TACC*. URL: <https://tass.ru/obschestvo/14135927> (дата обращения: 03.01.2024).

* Продукт компании Meta, деятельность которой признана экстремистской в Российской Федерации.

** Meta признана экстремистской организацией в Российской Федерации.

10. Meta's* Ongoing Efforts Regarding Russia's Invasion of Ukraine (2022), February 26. URL: <https://about.fb.com/news/2022/02/metas-ongoing-efforts-regarding-russias-invasion-of-ukraine/> (дата обращения: 03.01.2024).
11. McSweeney S. *Our ongoing approach to the war in Ukraine* (2022), March 16. URL: https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2022/our-ongoing-approach-to-the-war-in-ukraine (дата обращения: 03.01.2024).
12. Официальный Telegram-канал Посольства США в России. URL: <https://t.me/USEmbRussia>. (дата обращения: 03.01.2024).
13. USAbehFarsi. Официальный Telegram-канал Госдепартамента на персидском. URL: <https://t.me/USAdarFarsi> (дата обращения: 03.01.2024).
14. МИД РФ запустил канал в Telegram на русском и английском языках (2016), 3 ноября. URL: <https://tass.ru/politika/3757802> (дата обращения: 03.01.2024).
15. Bosze, A. *Most Popular Messaging Apps in the US*. URL: <https://www.doofinder.com/en/statistics/most-popular-messaging-apps> (дата обращения: 03.01.2024).
16. Чёрный, В. (2022), Несмотря на блокировки, число авторов в соцсетях снизилось лишь на 10%, *Brand Analytics*, 21 мая. URL: <https://brandanalytics.ru/blog/changing-social-networks/> (дата обращения: 04.01.2024).
17. Проценко, А. Исследование аудитории Telegram 2023, *TGStat*. URL: <https://tgstat.ru/research-2023> (дата обращения: 04.01.2024).
18. Gregory, V. (2011), American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 6, no. 3–4, pp. 351–372.
19. Nye, J. S. (2004), *Soft power: The means to success in world politics*, New York: Public Affairs Books.
20. Cull, N. J. (2009), *Public diplomacy: Lessons from the past*. Los Angeles: Figueroa Press.
21. Осипка, В. (2012), Impact of new technologies on international communication: The case of public diplomacy, *Informacijos mokslai*, no. 59, pp. 24–36.
22. Сурма, И. В. (2015), Цифровая дипломатия в мировой политике, *Государственное управление. Электронный вестник*, № 49, с. 220–249.
23. Harris, B. (2013), Diplomacy 2.0: the future of social media in nation branding, *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, vol. 4, no. 1, art. 3. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol4/iss1/3/> (дата обращения: 03.01.2024).
24. Кузьмин, В. А. (2020), Твиттер-дипломатия во внешнеполитической деятельности США: «Великая мексиканская стена» в твиттере Д. Трампа, *Социально-гуманитарные знания*, № 1, с. 318–323.
25. Федорова И. В. и Цветкова Н. А. (2021), Дипломатия данных США: цели, механизм, содержание, в: *США & Канада: экономика — политика — культура*, № 1, с. 104–116. URL: <https://usacanada.jes.su/s268667300013205-5-1/> (дата обращения: 03.01.2024).
26. Bjola, C. and Manor, I. (2022), The rise of hybrid diplomacy: From digital adaptation to digital adoption, *International Affairs*, vol. 98, no. 2, pp. 471–491.
27. Adler-Nissen, R., and Eggeling, K. A. (2022), Blended diplomacy: The entanglement and contestation of digital technologies in everyday diplomatic practice, *European Journal of International Relations*, vol. 28, no. 3, pp. 640–666.
28. Цветкова, Н. А., Сытник, А. Н. и Гришанина, Т. А. (2022), Цифровая дипломатия и digital international relations: вызовы и новые возможности, *Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения*, т. 15, вып. 2, с. 174–196.
29. Сытник, А. Н., Цветкова, Н. А. и Цветков, И. А. (2022), Цифровая дипломатия США в зеркале больших данных: Уроки венесуэльского кризиса 2018–2019 годов, *Вестник Волгоградского Государственного Университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные Отношения*, т. 27, № 2, с. 192–203. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.16>
30. Bjola, C. and Manor, I. (2018), Revisiting Putnam's two-level game theory in the digital age: Domestic digital diplomacy and the Iran nuclear deal, *Cambridge Review of International Affairs*, vol. 31, no. 1, pp. 3–32. <https://doi.org/10.1080/09557571.2018.1476836>
31. Pamment, J. (2016), *British Public Diplomacy and Soft Power: Diplomatic Influence and the Digital Revolution*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-43240-3>
32. Manor, I. (2015), Framing Adversaries: Digital Diplomacy and Moral De-Legitimization. In 9th Pan-European Conference on International Relations. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ilan-Manor/publication/282704015_Framing_Adversaries_Digital_Diplomacy_and_Moral_De-Legitimization/links/56192a5008ae044edba8a41/Framing-Adversaries-Digital-Diplomacy-and-Moral-

* Мета признана экстремистской организацией в Российской Федерации.

- De-Legitimization.pdf?_tp=eyJjb250ZXh0Jjp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmXPY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmXPY2F0aW9uIn19 (дата обращения: 03.01.2024).
33. Luqiu, L. R. and Yang, F. (2020), Weibo diplomacy: Foreign embassies communicating on Chinese social media. *Government Information Quarterly*, vol. 37, no. 3, art. 101477. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101477>
34. Simeng, Y. (2023), Russian Digital Diplomacy Towards China in the Context of the Russian Special Military Operation in Ukraine: The Instance of the Official Weibo Account of the Embassy of the Russian Federation in China, *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 4: История. Регионоведение. Международные отношения*, т. 28, № 3, с. 76–84.
35. Казаков, К. А. (2022), Telegram как инструментом цифровой дипломатии Израиля на русском языке, *Молодежная (онлайн) дискуссия «Цифровой Левиафан: трансформация государства, общества и институтов в эпоху диджитализации»* URL: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/95032/1/Kazakov_K.A._s_108_112.pdf (дата обращения: 03.01.2024).
36. Lüfkens, M. (2022), World Leaders, War & Digital Diplomacy on Telegram, *DigiTips*, April 4. URL: <https://digitips.ch/world-leaders-on-telegram/> (дата обращения: 14.01.2024).
37. Manor, I. (2017), America's selfie — Three years later, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 13, no. 4, pp. 308–324. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0060-z>
38. Ittefaq, M. (2019), Digital Diplomacy via Social Networks: A Cross-National Analysis of Governmental Usage of Facebook* and Twitter for Digital Engagement, *Journal of Contemporary Eastern Asia*, vol. 18, no. 1, pp. 49–69. <https://doi.org/10.17477/JCEA.2019.18.1.049>
39. Spry, D. (2018), Facebook* diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook* use by diplomatic missions, *Media International Australia*, vol. 168, no. 1, pp. 62–80. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783029>
40. Bolgov, R., Bogdanovich, S., Yag'ya, V. and Ermolina, M. (2016), How to measure the digital diplomacy efficiency: problems and constraints, in: *Digital Transformation and Global Society: First International Conference, DTGS 2016, St. Petersburg, Russia, June 22–24, 2016*. Springer, pp. 180–188.
41. Garud-Patkar, N. (2022), Is Digital Diplomacy an Effective Foreign Policy Tool? Evaluating India's Digital Diplomacy through Agenda-Building in South Asia, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 18, no. 2, pp. 128–143. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00199-2>
42. Kralj Novak, P., Smailović, J., Sluban, B. and Mozetič, I. (2015), Sentiment of emojis, *PLoS one*, no. 10(12), e0144296. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>
43. Иванова, И. В. и Пальмина, К. С. (2021), Влияние эмодзи и эмотиконов на итоговую эмоциональную окраску текста при сентимент-анализе, в: *Научные исследования в современном мире, в: Теория и практика: Сборник избранных статей Всероссийской (национальной) научно-практической конференции*, СПб.: НАЦРАЗВИТИЕ, с. 79–82.
44. Grosz, P. G., Greenberg, G., De Leon, C. and Kaiser, E. (2023), A semantics of face emoji in discourse, *Linguistics and Philosophy*, vol. 46, no. 4, pp. 905–957. <https://doi.org/10.1007/s10988-022-09369-8>
45. Lazareva, S. (2023), Emojis as Graphical Hate Speech Markers. *Journal of Language Works, Sprogvidenskabeligt Studentertidsskrift*, vol. 8, no. 1, pp. 29–44.
46. Smetanin, S. (2020), The applications of sentiment analysis for Russian language texts: Current challenges and future perspectives, *IEEE Access*, no. 8, pp. 110693–110719.
47. Kampf, R., Manor, I. and Segev, E. (2015), Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook* and Twitter, *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 10, no. 4, pp. 331–362. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341318>
48. Bjola, C. and Jiang, L., (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China, in: *Digital diplomacy*, Routledge, pp. 71–88. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
49. Анализ настроений эмодзи, *EmojiAll 2019–2024*. URL: <https://www.emojiall.com/ru/blog/341> (дата обращения: 14.01.2024).
50. Комментарий Посольства России в США. Обратили внимание на заявление корпорации..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/1103> (дата обращения: 15.01.2024).
51. 2 мая исполняется восемь лет со дня трагических событий в Одессе..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/209> (дата обращения: 15.01.2024).
52. Обращаем внимание на неприемлемую ситуацию, связанную с отказом в предоставлении медицинской помощи российским гражданам В. А. Буту..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/281> (дата обращения: 15.01.2024).

* Продукт компании Meta, деятельность которой признана экстремистской в Российской Федерации.

53. Наши страны соперничали и сотрудничали для преодоления величайших вызовов, с которыми сталкивается мир..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/1097> (дата обращения: 15.01.2024).
54. Новогоднее поздравление из Америки народу России..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/2340> (дата обращения: 15.01.2024).
55. Исследователи Йельского университета опубликовали доклад..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/1313> (дата обращения: 15.01.2024).
56. В России было мобилизовано около 300 тысяч человек, но, кроме этого, ещё 700 тысяч человек..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/1080> (дата обращения: 15.01.2024).
57. Посол США Салливан: что произошло в Буче?, *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/112> (дата обращения: 15.01.2024).
58. Соединенные Штаты продолжают привлекать Правительство России к ответственности..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/699> (дата обращения: 15.01.2024).
59. Ответ Посла России в США А. И. Антонова на вопрос СМИ..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/5314> (дата обращения: 15.01.2024).
60. Ответ Посла Российской Федерации в США А. И. Антонова на вопрос СМИ..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/4839> (дата обращения: 15.01.2024).
61. Как распознать дезинформацию..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/1846> (дата обращения: 15.01.2024).
62. Российское правительство довело цензуру до новой крайности..., *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/2126> (дата обращения: 15.01.2024).
63. Ответ Посла А. И. Антонова на вопрос СМИ..., *Официальный telegram-канал Посольства России в США*. URL: <https://t.me/EmbUSA/107> (дата обращения: 15.01.2024).
64. «Освободители», *Официальный telegram-канал Посольства США в России*. URL: <https://t.me/USEmbRussia/1137> (дата обращения: 15.01.2024).
65. Бодрунова, С. С. (2023), Кумулятивная делиберация: новая нормативность в изучении публичных сфер онлайн. *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*, № 1 (48), с. 87–122. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2023.87122>

Статья поступила в редакцию 30 июля 2024 г.;
рекомендована к печати 5 сентября 2024 г.

Контактная информация:

Базлуцкая Мария Михайловна — аспирант; <https://orcid.org/0000-0002-7118-8632>,
m.bazlutskaya@gmail.com

Digital diplomacy in Telegram: A comparative analysis of audience engagement and activity of the Russian and US embassies

M. M. Bazlutckaia

MGIMO University,
76, pr. Vernadskogo, Moscow, 119454, Russian Federation

For citation: Bazlutckaia M. M. Digital diplomacy in Telegram: A comparative analysis of audience engagement and activity of the Russian and US embassies. *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2024, vol. 17, issue 4, pp. 431–456. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2024.403> (In Russian)

Aggravation of bilateral relations between Russia and the United States against the backdrop of the Ukrainian crisis, restrictions imposed on Russian government agencies on American IT-platforms and the blocking of social networks accountable to the US on the territory of the

Russian Federation forced diplomats of these countries to employ a circumvention strategy and transfer communication with their digital diplomacy audiences to the Telegram messenger. As a result, in March 2022 the channels of the Russian Embassy in Washington @EmbUSA and the U.S. Embassy in Moscow @USEmbRussia were created. The paper conducts a comprehensive comparative analysis of their activity and reader engagement from the date of channel creation to January 2024. The work involves methods of machine engagement-analysis of more than 6,000 publications using SMM-services popsters.ru and tgstat.ru, and topic modelling of 600 most popular publications with the help of human coding. The author contributes to the development of digital diplomacy research by applying semantic analysis of emoji based on the emoji.all.com dictionary, a previously unused method that allows us to assess the impact of accumulated opinion on the promoted agenda. The Telegram channel @EmbUSA turned out to be more active in terms of the number of publications and views, but lost the lead to @USEmbRussia in audience engagement through reposts and reactions. None of the channels can be called the undisputed leader in terms of expanding presence on the platform. Both Russia and the U.S. chose Russian-speaking people as their target audience, as evidenced by the percentage of language usage in publications. Semantic analysis of emoji demonstrates that the dominant trend on the Russian side was positive tone of the target audience, while on the U.S. side it was negative. This could entail the US adjusting to the mood of its readers, softening its rhetoric and simultaneously constraining the choice of the most popular negative reactions. The thematic analysis of the posts sample showed that Russia and the U.S. inform citizens in a «mirror-like» manner, which only reinforces polarization of the Russian-speaking community. While Russia uses a defensive strategy and seeks to clarify its position online, the U.S. actively uses digital diplomacy as a tool to impose its vision of Russia's domestic policy.

Keywords: digital diplomacy, Telegram, social networks, deplatformisation, Russia, USA, embassy.

References

1. Shewale, R. (2023), 80+ Telegram Statistics For 2024, November 28. Available at: <https://www.demandstage.com/telegram-statistics/> (accessed: 03.01.2024).
2. Official Telegram-channel of Dmitri Medvedev. Available at: https://t.me/medvedev_telegram (accessed: 03.01.2024)
3. Official Telegram-channel of Recep Tayyip Erdoğan. Available at: <https://t.me/RT Erdogan> (accessed: 03.01.2024).
4. Official Telegram-channel of Jair Bolsonaro. Available at: <https://t.me/jairbolsonarobrasil> (accessed: 03.01.2024).
5. Official Telegram-channel of Hun Sen. Available at: <https://t.me/spmhunsen> (accessed: 03.01.2024).
6. Volodenkov, S. V. and Fedorchenko, S. N. (2022), Traditional Political Institutions in the Context of Digitalization: Risks and Prospects of Transformation, *Discourse-P*, vol. 19, no. 1, pp. 84–103. https://doi.org/10.17506/18179568_2022_19_1_84 (In Russian)
7. National Security Strategy (2022), *The White House*. Available at: <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/10/Biden-Harris-Administrations-National-Security-Strategy-10.2022.pdf> (accessed: 15.06.2024).
8. The Concept of the Foreign Policy of the Russian Federation (2023), March 31. Available at: <https://www.mid.ru/ru/detail-material-page/1860586/?lang=en> (accessed: 15.06.2024).
9. McSweeney, S. (2022), Our ongoing approach to the war in Ukraine, March 16. Available at: https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2022/our-ongoing-approach-to-the-war-in-ukraine (accessed: 03.01.2024).
10. Meta's* Ongoing Efforts Regarding Russia's Invasion of Ukraine (2022), February 26. Available at: <https://about.fb.com/news/2022/02/metass-ongoing-efforts-regarding-russias-invasion-of-ukraine/> (accessed: 03.01.2024).

* Meta is recognized as an extremist organization in the Russian Federation.

11. Russia blocks Instagram* and Meta** for extremism (2022), TASS, March 21. Available at: <https://tass.ru/obschestvo/14135927> (accessed: 03.01.2024). (In Russian)
12. *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia> (accessed: 03.01.2024).
13. *USAbehFarsi. Official Telegram-channel of US State Department in farsi*. Available at: <https://t.me/USAdarFarsi> (accessed: 03.01.2024).
14. Russian Ministry of Foreign Affairs opens its Telegram-channel (2016), TASS, November 3. Available at: <https://tass.ru/politika/3757802> (accessed: 03.01.2024). (In Russian)
15. Bosze, A. *Most Popular Messaging Apps in the US*. Available at: <https://www.doofinder.com/en/statistics/most-popular-messaging-apps> (accessed: 03.01.2024).
16. Chyorny, V. (2022), Despite restrictions, the number of authors in social networks decreased by only 10 %, *Brand Analytics*. Available at: <https://brandanalytics.ru/blog/changing-social-networks/> (accessed: 04.01.2024). (In Russian)
17. Protsenko, A., Telegram audience research 2023, *TGStat*. Available at: <https://tgstat.ru/research-2023> (accessed: 04.01.2024). (In Russian)
18. Gregory, B. (2011), American public diplomacy: Enduring characteristics, elusive transformation. *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 6, no. 3–4, pp. 351–372.
19. Nye, J. S. (2004), *Soft power: The means to success in world politics*, New York: Public Affairs Books.
20. Cull, N. J. (2009), *Public diplomacy: Lessons from the past*, Los Angeles: Figueroa Press.
21. Ociepka, B. (2012), Impact of new technologies on international communication: The case of public diplomacy, *Informacijos mokslai*, no. 59, pp. 24–36.
22. Surma, I. V. (2015), Digital Diplomacy in World Politics, *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyi vestnik*, no. 4), pp. 220–249. (In Russian)
23. Harris, B. (2013), Diplomacy 2.0: The future of social media in nation branding, *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, vol. 4, no. 1, art. 3. Available at: <https://surface.syr.edu/exchange/vol4/iss1/3/> (accessed: 03.01.2024).
24. Kuzmin, V. A. (2020), Twitter diplomacy in US foreign policy: the “Great Mexican Wall” in D. Trump’s tweet, *Sotsial’no-gumanitarnye znaniia*, no. 1, pp. 318–323.
25. Fedorova, I. V. and Tsvetkova, N. A. (2021), U.S. Data Diplomacy: Imperatives, Apparatus, and Scope, *USA & Canada: Economics — Politics — Culture*, no. 1, pp. 104–116. (In Russian)
26. Bjola, C. and Manor, I. (2022), The rise of hybrid diplomacy: From digital adaptation to digital adoption, *International Affairs*, vol. 98, no. 2, pp. 471–491.
27. Adler-Nissen, R., and Eggeling, K. A. (2022), Blended diplomacy: The entanglement and contestation of digital technologies in everyday diplomatic practice, *European Journal of International Relations*, vol. 28, no. 3, pp. 640–666.
28. Tsvetkova, N. A., Sytnik, A. N. and Grishanina, T. A. (2022), Digital diplomacy and digital international relations: Challenges and new advantages, *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, vol. 15, iss. 2, pp. 174–196. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.204> (In Russian)
29. Sytnik, A. N., Tsvetkova, N. A. and Tsvetkov, I. A. (2022), U.S. Digital Diplomacy and Big Data: Lessons from the Political Crisis in Venezuela, 2018–2019, *Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta. Seriya 4: Istorii. Regionovedenie. Mezhdunarodnye Otnosheniia*, vol. 27, no. 2, pp. 192–203. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2022.2.16> (In Russian)
30. Bjola, C. and Manor, I. (2018), Revisiting Putnam’s two-level game theory in the digital age: Domestic digital diplomacy and the Iran nuclear deal, *Cambridge Review of International Affairs*, vol. 31, no. 1, pp. 3–32. <https://doi.org/10.1080/09557571.2018.1476836>
31. Pamment, J. (2016), *British Public Diplomacy and Soft Power: Diplomatic Influence and the Digital Revolution*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-43240-3>
32. Manor, I. (2015), Framing Adversaries: Digital Diplomacy and Moral De-Legitimization. In 9th Pan-European Conference on *International Relations*. Available at: https://www.researchgate.net/profile/Ilan-Manor/publication/282704015_Framing_Adversaries_Digital_Diplomacy_and_Moral_De-Legitimization/links/56192a5008ae044edbf8a41/Framing-Adversaries-Digital-Diplomacy-and-Moral-De-Legitimization.pdf?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxyY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxyY2F0aW9uIn19 (accessed: 03.01.2024).

* The product of the Meta company, whose activities are recognized as extremist in the Russian Federation.

** Meta is recognized as an extremist organization in the Russian Federation.

33. Luqiu, L.R. and Yang, F. (2020), Weibo diplomacy: Foreign embassies communicating on Chinese social media. *Government Information Quarterly*, vol. 37, no. 3, art. 101477. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101477>
34. Simeng, Y. (2023), Russian Digital Diplomacy Towards China in the Context of the Russian Special Military Operation in Ukraine: The Instance of the Official Weibo Account of the Embassy of the Russian Federation in China. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 4: Istorii. Regionovedenie. Mezhdunarodnye otnosheniia*, vol. 28, no. 3, pp. 76–84. <https://doi.org/10.15688/jvolsu4.2023.3.7>
35. Kazakov, K.A. (2022), Telegram as a tool of Israel's digital diplomacy in Russian, *Molodezhnaia (onlain) diskussiia "Tsifrovoi Levafan: transformatsiia gosudarstva, obshchestva i institutov v epokhu didzhitalizatsii"*. Available at: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/95032/1/Kazakov_K.A._s_108_112.pdf (In Russian)
36. Lufkens, M. (2022), World Leaders, War & Digital Diplomacy on Telegram, *DigiTips*, April 4. Available at: <https://digitips.ch/world-leaders-on-telegram/> (дата обращения: 14.01.2024).
37. Manor, I. (2017), America's selfie — Three years later, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 13, no. 4, pp. 308–324. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0060-z>
38. Ittefaq, M. (2019), Digital Diplomacy via Social Networks: A Cross-National Analysis of Governmental Usage of Facebook* and Twitter for Digital Engagement, *Journal of Contemporary Eastern Asia*, vol. 18, no. 1, pp. 49–69. <https://doi.org/10.17477/JCEA.2019.18.1.049>
39. Spry, D. (2018), Facebook* diplomacy: A data-driven, user-focused approach to Facebook* use by diplomatic missions, *Media International Australia*, vol. 168, no. 1, pp. 62–80. <https://doi.org/10.1177/1329878X18783029>
40. Bolgov, R., Bogdanovich, S., Yag'ya, V. and Ermolina, M. (2016), How to measure the digital diplomacy efficiency: problems and constraints, in: *Digital Transformation and Global Society: First International Conference, DTGS 2016, St. Petersburg, Russia, June 22–24, 2016*. Springer, pp. 180–188.
41. Garud-Patkar, N. (2022), Is Digital Diplomacy an Effective Foreign Policy Tool? Evaluating India's Digital Diplomacy through Agenda-Building in South Asia, *Place Branding and Public Diplomacy*, vol. 18, no. 2, pp. 128–143. <https://doi.org/10.1057/s41254-021-00199-2>
42. Kralj Novak, P., Smailović, J., Sluban, B. and Mozetič, I. (2015), Sentiment of emojis, *PLoS one*, no. 10 (12), e0144296. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0144296>
43. Ivanova, I. V. and Palmina, K. S. (2021), The influence of emoji and emoticons on the final emotional coloring of text in sentiment analysis, in: *Nauchnye issledovaniia v sovremennom mire, v: Teoriia i praktika: Sbornik izbrannykh statei Vserossiiskoi (natsional'noi) nauchno-prakticheskoi konferentsii*, St. Petersburg: NATsRAZVITIE Publ., pp. 79–82. (In Russian)
44. Grosz, P.G., Greenberg, G., De Leon, C. and Kaiser, E. (2023), A semantics of face emoji in discourse, *Linguistics and Philosophy*, vol. 46, no. 4, pp. 905–957. <https://doi.org/10.1007/s10988-022-09369-8>
45. Lazareva, S. (2023), Emojis as Graphical Hate Speech Markers. *Journal of Language Works, Sprogvidenskabeligt Studentertidsskrift*, vol. 8, no. 1, pp. 29–44.
46. Smetanin, S. (2020), The applications of sentiment analysis for Russian language texts: Current challenges and future perspectives, *IEEE Access*, no. 8, pp. 110693–110719.
47. Kampf, R., Manor, I. and Segev, E. (2015), Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook* and Twitter, *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 10, no. 4, pp. 331–362. <https://doi.org/10.1163/1871191X-12341318>
48. Bjola, C. and Jiang, L., (2015). Social media and public diplomacy: A comparative analysis of the digital diplomatic strategies of the EU, US and Japan in China, in: *Digital diplomacy*, Routledge, pp. 71–88. <https://doi.org/10.4324/9781315730844>
49. *Emojiall analytical tool 2019–2024*. Available at: <https://www.emojiall.com/ru/blog/341> (accessed: 14.01.2024).
50. Commentary of the Russian Embassy in the USA. We have drawn attention to the statement of the corporation..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/1103> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
51. May 2 marks the eighth anniversary of the tragic events in Odessa..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/209> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
52. We draw attention to the unacceptable situation concerning the refusal to provide medical assistance to Russian citizens V.A. But..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/281> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)

* The product of the Meta company, whose activities are recognized as extremist in the Russian Federation.

53. Our countries have competed and cooperated to overcome the greatest challenges facing the world..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/1097> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
54. New Year's greeting from America to the people of Russia..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/2340> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
55. Yale University researchers have published a report..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/1313> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
56. About 300 thousand people were mobilized in Russia, but, in addition to that, another 700 thousand people..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/1080> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
57. US Ambassador Sullivan: what happened in Bucha?, *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/112> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
58. The United States continues to hold the Russian Government accountable..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/699> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
59. Ambassador A. I. Antonov's reply to the media..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/5314> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
60. Ambassador A. I. Antonov's reply to the media..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/4839> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
61. How to spot disinformation..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/1846> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
62. The Russian government has taken censorship to a new extreme..., *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/2126> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
63. Ambassador A. I. Antonov's reply to the media..., *Official Telegram-channel of Russian embassy in USA*. Available at: <https://t.me/EmbUSA/107> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
64. «Liberators», *Official Telegram-channel of US Embassy in Russia*. Available at: <https://t.me/USEmbRussia/1137> (accessed: 15.01.2024). (In Russian)
65. Bodrunova, S. S. (2023), Cumulative Deliberation: New Normativity in Studying Public Spheres Online, *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, no. 1, pp. 87–122. <https://doi.org/10.30547/vestnik.journ.1.2023.87122> (In Russian)

Received: July 30, 2024

Accepted: September 5, 2024

Author's information:

Mariia M. Bazlutckaia — Postgraduate Student; <https://orcid.org/0000-0002-7118-8632>,
m.bazlutskaia@gmail.com