

Прикладная семиотика и
цифровая антропология в
брэндинге

КОРПОРАТИВНЫЕ ТЕЛЕГРАММ-КАНАЛЫ В ФОКУСЕ КУЛЬТУРАНТРОПОЛОГИИ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ЦИФРОВЫХ ИММИГРАНТОВ И ЦИФРОВЫХ АБОРИГЕНОВ

Выполнил:

Магистрант ТГУ

Чувашова Вера Андреевна

АКТУАЛЬНОСТЬ

Актуальность исследования в том, что корпоративные Телеграмм-каналы становятся важной частью внутреннего бренда работодателя, инструментом формирования доверия и вовлечённости. Но без понимания культурных различий между цифровыми поколениями коммуникация теряет эффективность: публикации читают, но не обсуждают, коллеги воспринимают канал как «доску объявлений», а не как интерактивное пространство, инициатива ограничивается небольшим числом сотрудников.



ПРОБЛЕМА

Проблема исследования заключается в наличии низкой и неравномерной вовлечённости сотрудников в корпоративных Телеграмм-каналах, обусловленной не техническими ограничениями, а культурными различиями в цифровом поведении представителей разных поколений. Цифровые иммигранты воспринимают корпоративный канал преимущественно как формальный рабочий инструмент и избегают публичной активности, тогда как цифровые аборигены относятся к нему как к естественной среде общения. В результате возникает разрыв между потреблением контента и активным участием, что снижает эффективность внутренней цифровой коммуникации.

ИССЛЕДОВАНИЕ

Анкетирование

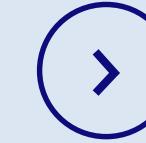
Интервью

Наблюдение

Для своего исследования я выбрала комбинированный подход — частичное анкетирование, полуструктурированное интервью и включенное наблюдение.

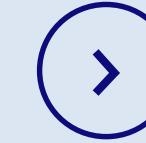
Эти методы позволяют получить не только количественные сведения, но и глубинные описания цифровых привычек сотрудников, что важно для антропологического анализа.

Работая с корпоративным Телеграмм-каналом ежедневно, я наблюдаю, как сотрудники разных возрастов проявляют себя в цифровом пространстве, и именно эти наблюдения стали основой моего исследовательского интереса.



ЦЕЛЬ

Целью исследования является выявление особенностей вовлечённости цифровых аборигенов и цифровых иммигрантов в корпоративном Телеграмм-канале через призму культурно-антропологического подхода, а также определение факторов, влияющих на различия в их цифровом поведении, с целью последующей адаптации коммуникационной стратегии под реальные культурные и поведенческие особенности сотрудников.



ТЕОРИЯ

«Цифровые аборигены» — поколение, ранние этапы взросления и приобретения опыта коммуникаций которого проходили и проходят в ситуации сочетания онлайн- и офлайн-практик.

Таким образом он отчетливо описывает поколение, которые видели большую часть своей жизни цифровую среду, были с полна погружены в нее, что помогло выстроить определенные привычки и понимание «коммуникация через интернет, это не плохо, а естественно». За счет этого молодое поколение без труда вступает в публичное обсуждение онлайн. Что не скажешь о цифровых иммигрантов.

07

«Цифровые иммигранты» — поколение, получившее преобладающую часть коммуникативного опыта вне пользования интернетом, оффлайн, и приступившее к интенсивному пользованию социальными сетями на (сравнительно) позднем этапе взросления/социализации.

Данное поколение росло без социальных сетей, их коммуникация была иной, это были больше личные встречи, разговоры по телефону и написание писем. Освоение цифрового мира проходило со временем и уже после сформировавшегося мышления и восприятия коммуникации во всех аспектах. Они очень осторожны и насторожены к высказываниям в интернете, но активно пользуются интернетом для деловой коммуникации или выполнения рабочих задач.

ТЕЛЕГРАММ-КАНАЛ

Корпоративный ТГ-канал компании: 66 подписчиков из 80 сотрудников.

Контент: новости, поздравления, командировки, мемы, интерактивы.

Старшие сотрудники читают, но не реагируют; молодые — активны онлайн.

Обсуждения проходят чаще онлайн.



РЕСПОНДЕНТЫ

Группа 1 (20–35 лет):

7 человек

Цифровые аборигены



Группа 2 (40–50 лет):

8 человек

Цифровые иммигранты



В исследовании приняли участие 15 человек: 7 сотрудников 20–35 лет и 8 сотрудников 40–50 лет. Молодая группа оказалась подписана на широкий спектр Телеграмм-каналов: рабочие, учебные, развлекательные, авторские блоги. Старшая группа ограничивалась в основном рабочими чатами и каналами для коммуникации с близкими людьми - то есть их цифровой круг значительно уже. Это совпадает с выводами, что старшие поколения используют интернет преимущественно функционально, а младшие - как пространство социальной жизни.

ВОПРОСЫ

- 1. На какое количество Телеграмм каналов вы подписаны, как часто вы просматриваете каждый из них, не мешает ли это вести основную коммуникацию в рабочих чатах/пабликах?**
- 2. Опишите как выглядит ваш обычный день в контексте общения в мессенджерах и соцсетях?**
- 3. Какие чаты или каналы вы обычно просматриваете чаще всего и почему именно их?**
- 4. Заходя в рабочий чат или канал, как вы себя проявляете: пишите, просто просматриваете, не читаете вообще? Каковы причины, назовите несколько.**
- 5. Вспомните случай, когда вы хотели оставить комментарий или реакцию, но не сделали этого — что вас остановило?**
- 6. Как вы чувствуете себя, когда видите обсуждения в рабочих чатах? Комфортно ли включаться? Почему?**
- 7. Замечаете ли вы разницу в том, как люди разного возраста общаются в мессенджерах и социальных сетях? В чём она проявляется?**

ОТВЕТЫ



Группа 1 (20–35 лет):

7 человек

Цифровые аборигены

- подписаны на широкий спектр каналов: рабочие, учебные, развлекательные, авторские блоги;
- постоянная коммуникация в социальных сетях, мгновенные реакции, активное участие;
- ставят реакции, комментируют, участвуют в интерактивах;
- разница поколений: активность, неформальность, использование эмодзи.

Группа 2 (40–50 лет):

8 человек

Цифровые иммигранты

- в основном рабочие чаты и каналы для коммуникации с близкими людьми;
- чтение рабочих чатов и просмотр новостей, но коммуникация чаще по телефону или почте;
- предпочитают не «проявляться»: «звонок быстрее», «лучше при встрече обсудить»;
- разница в поколении: официальность, сдержанность, предпочтение звонков.



На вопрос о повседневном использовании соцсетей обе группы ответили, что находятся в сети почти постоянно, но смысл этих ответов различен. Цифровые аборигены говорят о постоянной коммуникации, мгновенных реакциях, активном участии. Цифровые иммигранты - о чтении рабочих чатов и просмотре новостей. Когда я уточнила, через какие каналы они предпочитают общаться, молодые в большинстве случаев упоминали мессенджеры, старшие - телефон или почту. Это полностью соответствует теории Пренски: «аборигены живут в цифровой среде, а мигранты адаптируются к ней, но сохраняют привычки онлайн-коммуникации.»

Особенно интересны различия в поведении в корпоративном канале. Молодые сотрудники ставят реакции, комментируют, участвуют в интерактивах - для них это естественный способ выразить свое мнение или эмоцию. Старшие коллеги читают, но предпочитают не «проявляться». Многие говорят: «звонок быстрее», «лучше при встрече обсудить». Это говорит о том, что цифровые иммигранты воспринимают рабочий чат не как пространство диалога, а как инструмент передачи информации, где проявление эмоций или личного мнения кажется неуместным.



На вопрос о том, что останавливает от комментариев, цифровые аборигены отвечают: «Если хочу - пишу». Цифровые иммигранты чаще говорят о нежелании привлекать внимание. Это полностью коррелирует с антропологической идеей о различии культурных норм публичности: молодые сотрудники привыкли к видимости и открытости онлайн, старшие же наоборот стремятся к приватности и минимизации цифрового следа.



Вопрос о разнице в стиле цифрового общения разных возрастов дал ожидаемые результаты. «Замечаете ли вы разницу в том, как люди разного возраста общаются в мессенджерах и социальных сетях? В чём она проявляется?», такие ответы были получены от разных групп:

«Да, молодежь любит переписываться , более старшее поколение общаться по звонку»

«Да, люди постарше более официально и формализовано ведут переписку»

«Молодеешь более активна и включается в переписку и любит новые направления, я больше предпочитаю говорить по телефону за живое общение»

«Нет, не замечала»

«Молодые люди чаще и больше общаются в определенных мессенджерах через сообщения, для людей старше важнее живой контакт»

«Много в чём, от лексики до риторики»

«Разница есть. Старшее поколение более сдержанно в эмоциях и оценочном суждении»

«У всех разные интересы, кто-то обменивается картинками, смайликами, реакциями! Время меняется, меняется слэнг, стили общения»

«Я не люблю общаться в соц сетях. Люблю общаться глаза в глаза.»

«Да, эмоции»

«Да. Молодые люди более раскрепощенные в общении.»

Старшая: официальность, сдержанность, предпочтение звонков. Даже те, кто заявлял «я не вижу разницы», в дальнейшем всё равно говорили о своей нелюбви к переписке или предпочтении личного общения. Это демонстрирует, что разница между иммигрантами и аборигенами может быть не всегда осознаваемой, но она присутствует на уровне повседневных ритуалов общения.

Таким образом, собранные данные подтверждают, что цифровое поведение сотрудников определяется не только возрастом, но и культурой общения поколений, в которой формировались их коммуникационные привычки. Цифровые аборигены чувствуют себя в корпоративном канале как в привычной социальной среде. Цифровые иммигранты - как в официальном рабочем инструменте, где нужно соблюдать дистанцию. Из-за этого вовлечённость в едином корпоративном канале оказывается неравномерной: одни активно включаются, другие остаются наблюдателями.

ИТОГИ

- 1. Вовлечённость зависит от культуры общения поколений, а не от возраста как числа.**
- 2. Цифровые аборигены воспринимают канал как пространство общения. Цифровые иммигранты — как официальную площадку для информации.**
- 3. Старшие сотрудники проявляют активность офлайн, молодые — онлайн.**
- 4. Разные нормы уместности - разная видимость активности.**

ВЫВОД

Канал нужно вести с учётом культуры общения поколений.

Исследование помогло понять реальные барьеры: стеснение, боязнь публичности, формальность.

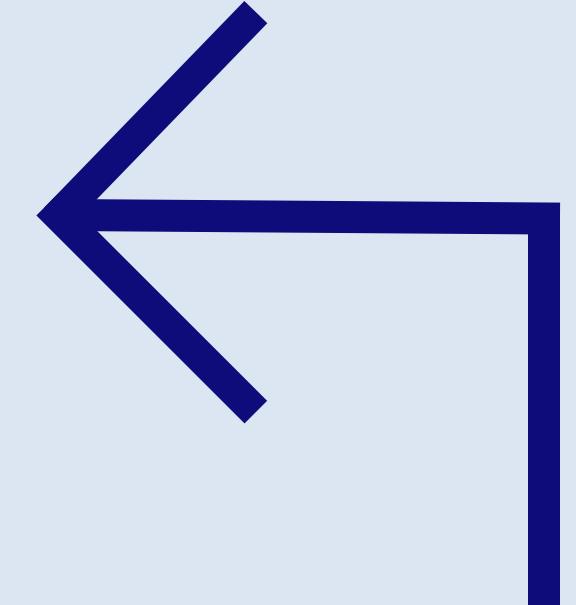
Я смогу адаптировать контент:

- ✓ **баланс официального и неформального;**
- ✓ **опросы и реакции вместо текстовых комментариев;**
- ✓ **чёткие, спокойные формулировки;**
- ✓ **мягкие призывы к взаимодействию;**
- ✓ **чередование визуального и информационного контента;**
- ✓ **поощрение минимальной активности.**

Благодаря исследованию канал станет комфортным и понятным для всех сотрудников, а вовлечённость вырастет.

ИСТОЧНИКИ

1. Чудова И. В. Изучение социальных сетей в перспективе поколений / И. В. Чудова // Наука. Молодёжь. Общество. — 2017. — № .. — С. .. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-sotsialnyh-setey-v-perspektive-pokoleniy>
2. Лебедева Л. Г. О цифровом разрыве поколений россиян в социальных сетях / Л. Г. Лебедева // Социологический журнал. — 2022. — № .. — С. .. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-tsifrovom-razryve-pokoleniy-rossiyan-v-sotsialnyh-setyah>
3. Руденкин Д. В. Эвристический потенциал теории «цифровых аборигенов» М. Пренски при исследовании современной российской молодёжи / Д. В. Руденкин // Социодинамика. — 2019. — № 9. — С. 9-19. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evristicheskiy-potentsial-teorii-tsifrovyh-aborigenov-m-prenski-pri-issledovanii-sovremennoy-rossiyskoy-molodezhi>



**„Воспитание есть искусство, применение
которого должно совершенствоваться
многими поколениями.“**

Иммануил Кант
