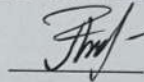


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Филологический факультет
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики
Направление подготовки 42.03.02 – Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы Журналистика

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

И.о зав. кафедрой

 А.В. Блохинская

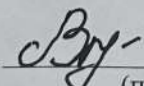
« 20 » 06 2025 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Информационные телеграм-каналы как новый тип медиа

Исполнитель

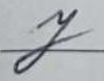
студент группы 190-об

 17.06.2025
(подпись, дата)

П.С. Васильева

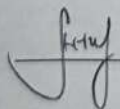
Руководитель

доцент, канд. филол. наук

 17.06.2025
(подпись, дата)

Е.Г. Иващенко

Нормоконтроль

 18.06.2025
(подпись, дата)

А.Г. Сайфулина

Благовещенск 2025

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет филологический
Кафедра русского языка, коммуникации и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

И.о. зав. кафедрой

Е.Г. Иващенко
подпись И.О. Фамилия

«24» октябрь 2024 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе студента Восильевой Полины
Сергеевны

1. Тема выпускной квалификационной работы:

Информационное телеграм-канал как новый тип медиа
(утверждено приказом от 26.03.25 № 783-уч.)

2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта): 17.06.2025

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе: отсутствуют

4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих разработке вопросов): Телеграм канал как платформа для современного медиа;
специфический контент в телеграм-каналах «Осторожно, новости»
и «Красноярская правда»

5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программ-ных продуктов, иллюстрированного материала и т.п.) 27 рисунков,
2 таблицы

6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) —

7. Дата выдачи задания 24.10.2024

Руководитель выпускной

квалификационной работы (проекта)

Е.Г. Иващенко, руководитель, доцент, канд. филол. н.
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)

); 24.10.2024

Восильева П.С.
(подпись студента)

Задание принял к исполнению (

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 67 с., 27 рисунков, 2 таблицы, 43 источника.

ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ, НОВЫЕ МЕДИА, «ОСТОРОЖНО, НОВОСТИ», «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА», СМИ

Цель бакалаврской работы: выявить различия в подаче контента между официально зарегистрированными СМИ и неофициальными медиаресурсами в «Телеграм».

Задачи бакалаврской работы:

- изучить использование телеграм-каналов в качестве медиаресурса;
- проанализировать «Телеграм» как платформу для официальных СМИ;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Осторожно, новости»;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Комсомольская правда»;
- провести сравнительный анализ контента и подачи информации в телеграм-каналах «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда».

Цель будет достигнута с помощью использования таких методов как сравнительный анализ, контент-анализ и синтез.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Телеграм-каналы как площадка для современных медиа	8
1.1 Использование «Телеграм» как медиаресурса	8
1.2 Особенности присутствия СМИ в «Телеграм»	15
2 Специфика контента в телеграм-каналах «осторожно, новости» и «комсомольская правда»	27
2.1 Специфика контента и особенности функционирования в телеграм-канале «Осторожно, новости»	27
2.2 Специфика контента и особенности функционирования в телеграм-канале «Комсомольская правда»	46
Заключение	60
Библиографический список	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной бакалаврской работы заключается в том, что телеграм-каналы как новый тип медиа являются малоизученным явлением несмотря на то, что их роль в современном медиапространстве стремительно возрастает.

В последние годы сфера медиа претерпевает значительные изменения. Одним из наиболее ярких примеров этих изменений становится появление на просторах медиасреды все большего количества информационных телеграм-каналов, ориентированных на массовую аудиторию и одновременно теряющих признаки традиционных медиа. Данный тренд порождает ряд вопросов, связанных с разграничением официально зарегистрированных СМИ и неофициальных СМИ на просторах «Телеграм».

Многие телеграм-каналы по своей структуре похожи на официальные СМИ и работают, подчиняясь стандартам профессиональной журналистики, но при этом они не обязаны действовать в рамках закона и не несут ответственность за нарушения. В настоящее время ведутся споры о том, что подобные телеграм-каналы необходимо приравнять к официально зарегистрированным СМИ и уравнивать их ответственность перед законом за возможные нарушения.

Благодаря своему функционалу и особенностям потребления контента «Телеграм» стал значимой площадкой для распространения информации и обсуждения актуальных вопросов, что делает его важным объектом исследования в современном медиапространстве.

Цель исследования – рассмотреть специфику функционирования телеграм-каналов как нового типа медиа.

Задачи:

- изучить использование телеграм-каналов в качестве медиаресурса;
- проанализировать «Телеграм» как платформу для официальных СМИ;

- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Осторожно, новости»;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Комсомольская правда»;
- провести сравнительный анализ контента и подачи информации в телеграм-каналах «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда»;

Объектом исследования является мессенджер «Telegram» как современное медиaprостранство.

Эмпирическая база: публикации в телеграм-канале «Осторожно, новости» и в телеграм-канале «Комсомольская правда» за период с марта по апрель 2025.

Предмет исследования: телеграм-канал «Осторожно, новости» и телеграм-канал «Комсомольская правда».

Степень изученности темы бакалаврской работы. Тема бакалаврской работы частично затрагивалась в следующих научных трудах. В первую группу входят научные труды, посвященные специфике социальных сетей и работе журналистов: А.С. Аксенова «Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях», Я.В. Солдаткина «Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров». Во вторую группу следует включить литературу, рассматривающую непосредственно «Telegram» как новый тип медиа: А.Р. Яшина «Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ», А.С. Татаринцевой «Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента».

Методы: сравнительный анализ, количественно-качественный контент-анализ и синтез.

Теоретическая значимость: изучение телеграм-каналов (на примере «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда») поможет расширить знания о «Telegram» как новом типе медиа, исследовать его роль в формировании контента на широкую аудиторию.

Практическая значимость работы: бакалаврская работа по данной теме может стать источником в разработке рекомендаций для журналистов и медиа профессионалов по эффективному использованию «Телеграм» в качестве источника распространения информации.

Структура работы: введение, две главы, заключение и библиографический список.

1 ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЫ КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

1.1 Использование «Телеграм» как медиаресурса

В современном мире сфера медиа и журналистики активно развивается и меняется. Вместе с тем, появляются и осваиваются новые платформы для публикации контента на массовую аудиторию. В свою очередь, СМИ подстраиваются под реалии и уходят за своей аудиторией, начиная вести деятельность на тех платформах, которые пользуются у них спросом.

Сегодня в число платформ, активно используемых пользователями, входит «Телеграм». В связи с этим, редакции газет, журналов, сайтов, телеканалов и другие медиа вынуждены перенести и адаптировать свой контент на платформу «Телеграм», создав там собственный публичный канал.

Новые возможности в ведении контента появились еще в 2013 году, когда российский предприниматель и программист Павел Дуров начал постепенно внедрять мессенджер «Телеграм» в медиaprостранство. С каждым днем наблюдался значительный прирост интереса пользователей к данному мессенджеру¹.

В самом начале своего существования мессенджер «Телеграм» использовался преимущественно для обмена сообщениями между отдельными пользователями. С течением времени и с каждым новым обновлением мессенджера он дополнялся все новыми возможностями, к числу которых можно отнести и непосредственно создание собственного публичного канала².

¹Бардин С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности [Электронный ресурс]. 2020. С. 3. URL: <https://www.litres.ru/book/sergey-aleksandrovic/telegram-ot-a-do-ya-istoriya-kriterii-raboty-vozmozhn-63074317/> (дата обращения: 13.04.2025).

²Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3(25). С. 198-200.

В марте этого года создатель «Телеграм» Павел Дуров высказался на своем официальном канале в «Телеграм» о количестве активных пользователей за месяц. По его словам, «Телеграм» имеет «значительно более 1 миллиарда активных пользователей в месяц», тем самым став вторым по популярности приложением для обмена сообщениями в мире, после мессенджера WhatsApp. Создатель «Телеграм» в своем обращении также отметил высокий прирост вовлеченности пользователей и заявил, что «в среднем каждый пользователь открывает «Телеграм» 21 раз в день и проводит в приложении 41 минуту каждый день»³.

Стоит отметить, что блокировка и запрет некоторых популярных зарубежных социальных сетей на территории Российской Федерации поспособствовала увеличению количества пользователей-россиян в «Телеграм». А массовый переход россиян к мессенджеру «Телеграм» побудил СМИ и другие медиа начать работать с ним и создать там свой уникальный канал, отвечающий предпочтениям своей аудитории.

По данным технологичной исследовательской компании «Mediascope», на октябрь 2024 года среднемесячное количество пользователей Telegram составляют 72 % населения России. Причем, это значение ежемесячно увеличивается, что говорит о равномерном росте вовлеченности и интереса к данному мессенджеру среди россиян⁴.

Также, за предыдущий год увеличилось и количество авторов телеграм-каналов. По данным исследовательской компании «Mediascope», количество авторов увеличилось на 72 % за последний год и достигло рекордного показателя – 24 миллиона. Удобство пользования мессенджером авторы каналов оценивают в среднем на 8.6 баллов⁵.

³ Павел Дуров, view@durov [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

⁴ Как изменилась аудитория соцсетей в России в 2024 году – исследование [Электронный ресурс]. URL: <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75-mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry> (дата обращения: 13.04.2025).

⁵Brand Analytics [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/BrandAnalytics/371> (дата обращения: 13.04.2025).

Многочисленные исследования пользовательской вовлеченности и активности в «Телеграм» подтверждают тот факт, что данный мессенджер все прочнее входит в современное медиапространство. Это обусловлено и поведением современных пользователей, которые чаще предпочитают традиционным медиа экраны собственных смартфонов⁶. В связи с этим формат коротких новостей в мессенджере «Телеграм» становится все более популярным и актуальным среди пользователей.

В 2023 году главный редактор сайта Sobaka.Ru Михаил Стацюк на своем мастер-классе объяснил причину успеха «Телеграм» как нового типа медиа тем, что «Каждый человек теперь СМИ, и в «Телеграм» на первое место вышла аутентичность контента, эмоциональность. У аудитории повысился запрос на честность. Когда ты не заложник издательских домов и брендов, а сам оцениваешь рестораны или образы знаменитостей, то можешь позволить себе всё, что угодно»⁷.

Стремительно растущая популярность «Телеграм» как медиаресурса обусловлена рядом удобных функций и преимуществ внутри самого мессенджера, которые позволяют использовать его в рамках создания собственного, уникального и разнородного контента как отдельными пользователями, так и целыми медиагруппами.

«Телеграм» предоставляет своим пользователям возможность быстро ознакомиться с краткой сводкой новостей и актуальными событиями по той или иной теме. Кроме того, пользователь может самостоятельно сформировать свое мнение о том, насколько важно перейти к ознакомлению с полным содержанием данного сообщения на сайт. Еще одной чертой, привлекающей пользователей к мессенджеру, является то, что платформа интерактивна и

⁶Лосева Н. С. Аудитория новых медиа // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет. С.31-86.

⁷ Журналист Михаил Стацюк объяснил причины успеха новых медиа [Электронный ресурс] // URL: <https://spbfriends.ru/media/news/zhurnalist-mihail-staczyuk-obyasnil-prichiny-uspeha-novyh-media> (дата обращения: 13.04.2025)

побуждает к обсуждению и выражению собственного мнения через комментарии, пересылки и эмодзи-символы⁸.

В условиях быстро меняющегося медиапространства создание и развитие собственного телеграм-канала для различных медиа является необходимым и стратегически обоснованным действием. Благодаря этому шагу они значительно расширяют свою аудиторию и сохраняют конкурентоспособность.

Для авторов контента «Телеграм» как инструмент вещания на массовую аудиторию интересен прежде всего тем, что он позволяет создавать собственные каналы, которые по своему функционалу являются аналогией с сообществами в других социальных сетях⁹.

«Телеграм» не имеет ограничений по адаптации контента. Каждый автор канала может использовать при создании контента самые разнообразные способы подачи информации: фото, видео, голосовые и видео сообщения в реальном времени, прямые трансляции, текст со встроенными гиперссылками и другие.

Для удобства работы «Телеграм» добавил возможность создания собственного «бота» – специальной программы, которая автоматизирует многие процессы в работе с собственным каналом. Например, с помощью данной программы можно выстроить свой алгоритм работы и настроить его на отложенную публикацию контента и модерацию в чате канала¹⁰.

Кроме того, «Телеграм» интересен авторам и пользователям возможностью оперативного распространения информации. Понятный и простой интерфейс помогает моментально делиться полученной информацией, что становится особенно актуальным в условиях чрезвычайно важных общественных событий, которые требуют моментального освещения. Пользователи, в свою очередь, сразу заметят то или иное сообщение, так как уведомление о нем попадает пользователю прямо в телефон в качестве личного

⁸ Кузьменко А. А. Актуальные возможности использования социальных сетей для развития современных СМИ // Студенческая наука и XXI век. Т. 17. № 2-2 (20). С. 4.

⁹ Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Челябинский государственный университет. 2017. № 3(25). С. 198-200.

¹⁰ Там же.

сообщения, которое можно открыть в любое удобное время. В отличие от других социальных сетей, где «умная» лента новостей постоянно обновляется, в мессенджере «Телеграм» не

теряется новостной поток¹¹.

Одной из ключевых особенностей «Телеграм» является то, что новостную ленту того или иного канала невозможно читать без подписки на сам канал. Это преимущество позволяет собрать в своем канале только заинтересованных в представленном контенте пользователей и упрощает исследование и анализ аудитории¹².

Отдельно стоит отметить то, что «Телеграм» позволяет создателям публичных каналов выстраивать одностороннюю коммуникацию со своей аудиторией. Благодаря этой особенности авторы могут публиковать сообщения, аудио, видео и фото в своем канале без обратной связи от своей аудитории. В противовес этой функции, «Телеграм» помогает выстроить и самые разнообразные способы обратной связи от аудитории. К числу этих способов можно отнести: создание отдельного чата, в котором заинтересованные пользователи смогут коммуницировать между собой на любую тему, размещение эмодзи-реакций, которые помогут пользователям показать наглядно свое отношение к размещенному контенту, а также комментирование под каждой публикацией¹³.

Еще одной характерной особенностью для «Телеграм» как медиаресурса является возможность авторов при желании оставаться анонимным, что становится особенно актуальным при распространении слишком доверительного и восприимчивого контента. Благодаря усиленному коду

¹¹Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. Саранск: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2021. С. 327-334.

¹²Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика [Электронный ресурс] // URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения: 13.04.2025).

¹³Бардин С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности, 2020. С. 29.

шифрования «Телеграм» делает коммуникацию внутри мессенджера более безопасной и защищенной от излишнего внимания¹⁴. Авторы каналов могут запретить копирование своих публикаций другими пользователями, что позволяет распространять абсолютно уникальный контент без возможности его плагиата другими авторами.

«Телеграм» как медиаресурс позволяет своим авторам создавать разные каналы – публичные и приватные. Доступ к первым открыт абсолютно для всех пользователей, что позволяет любому человеку найти этот канал во встроенной системе поиска внутри мессенджера. Что касается частных каналов, то в данном случае доступ к информации смогут получить только определенные пользователи, у которых есть специальная ссылка-приглашение на вступление в данный канал¹⁵. Такое новаторство позволяет пользователям создавать закрытые сообщества с ограниченным количеством аудитории.

К другим особенностям мессенджера «Телеграм» можно отнести возможность монетизации собственного канала за счет «звезд» и рекламы. Авторы популярных каналов могут получить от своей аудитории материальную поддержку, так называемые «донаты» в виде реакции звезды под каждым постом.¹⁶ Любой пользователь может приобрести себе звезды за реальные деньги и впоследствии отправлять их любимым каналам в виде реакции или подарка, который также можно приобрести внутри самого мессенджера.

Кроме того, с недавнего времени пользователи «Телеграм» с подпиской premium могут получить дополнительные возможности в ведении контента: публикация так называемых «историй», по аналогии с Instagram, размещение в своем профиле адреса и часов работы, а также создание автоматических

¹⁴Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года./ Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

¹⁵Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

¹⁶Telegram-канал Павел Дуров, view@durov[Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

приветствий и быстрых ответов в общении с другими пользователями. Согласно информации, представленной в официальном канале создателя «Телеграм» Павла Дурова, количество подписчиков подписки премиум превысило 12 миллионов за 2024 год, что говорит о высокой степени вовлеченности пользователей в создание уникального контента¹⁷.

Благодаря своему функционалу «Телеграм» за все время своего существования в медиапространстве собрал вокруг себя множество самых разнообразных авторов. В последнее время широкое распространение получила тенденция создания телеграм-каналов как объединения аудитории по определенной тематике, где пользователи-единомышленники могут регулярно следить за обновлениями и принимать участие в обсуждениях. В силу этого, различные медиагруппы, такие как журналисты и блогеры, политические и коммерческие организации, а также образовательные учреждения стали активно применять весь функционал «Телеграм» для создания собственного контента¹⁸.

Журналисты используют телеграм-каналы для создания общественно-значимого контента и оперативного распространения информации, а также для прямого контакта со своей аудиторией. Блогеры используют «Телеграм» в целях увеличения своей аудитории и объединения пользователей по схожим интересам. Политические и государственные структуры, в свою очередь, используют мессенджер для освещения общественно-значимой информации, мобилизации поддержки власти и проектов, а также для освещения информации о актуальных общественных акциях и событиях. Образовательные учреждения – для выстраивания контакта с учениками, а коммерческие организации – для повышения продаж и роста потенциальных покупателей.

¹⁷Telegram-канал Павел Дуров, [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

¹⁸ Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «Телеграм» как медиаресурс является инструментом для создания контента, обмена информацией и взаимодействия с неограниченной по количеству аудиторией. Функциональные возможности «Телеграм» позволяют авторам создавать самый разнообразный контент и выстраивать обратную связь с пользователями. В современном мире использование такого мессенджера, как «Телеграм», становится все более актуальным как для отдельных пользователей, так и для различных организаций и медиагрупп. «Телеграм» не только меняет подход к массовой коммуникации, но также формирует новые стандарты взаимодействия в современную цифровую эпоху.

1.2 Особенности присутствия СМИ в «Телеграм»

В последние годы наблюдаются заметные трансформационные процессы в сфере массовых коммуникаций, связанные со стремительным развитием цифровых технологий и изменением потребительских привычек. Традиционные СМИ, такие как радио, телевидение и печатные издания, сталкиваются с рядом трудностей, обусловленных падением интереса аудитории и развитием новых форматов потребления контента.

В этом контексте социальные сети и мессенджеры становятся наиболее удобными и более оперативными форматами публикации и потребления контента. Официальные СМИ, которые прочно закрепили свое имя в медиапространстве, начинают осваивать альтернативные варианты создания контента и адаптируются к новым форматам. Этим обусловлен массовый процесс перехода СМИ в мессенджер «Телеграм» – платформу, которая становится все более популярной среди пользователей, что делает ее привлекательной альтернативой для официальных СМИ¹⁹.

Тенденция перехода СМИ в соцмедиа связана и с обилием возможностей, которые они предоставляют авторам контента и его потребителям. Большинство СМИ под влиянием быстро растущих соцмедиа осознали, что

¹⁹Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23, №3. С. 327.

нужно идти к аудитории, в те места, где наблюдается ее массовое скопление²⁰. Так называемыми «местами скопления аудитории» и стали социальные сети и мессенджеры. Таким образом, в настоящее время соцмедиа могут рассматриваться как новые медиа с собственной и уникальной спецификой вещания и подачей контента.

К этой тенденции относится активное развитие журналистских проектов в «Телеграм». Данный мессенджер является альтернативой традиционным СМИ, в которой посредством функции создания каналов можно сформировать собственную площадку для передачи контента на широкую аудиторию²¹.

Однако телеграм-каналы по-прежнему не могут создать конкуренцию другим видам СМИ. В первую очередь, это связано с тем, что пользователями телеграм-каналов являются преимущественно молодые люди в возрасте до 35 лет. В свою очередь, традиционные виды СМИ имеют некоторые преимущества над телеграм-каналами, основным из которых является достоверность опубликованной информации. Как правило, на сайтах СМИ публикации появляются несколько позже, что обусловлено техническими особенностями создания контента для сайтов, вследствие чего публикуемая информация может быть тщательнее проверена с помощью разных источников. Однако в то же время, не всем пользователям удобно заходить на сайт, чтобы узнать актуальную сводку новостей за сегодня, а гораздо удобнее получить уведомление о новости на свой смартфон сразу же после ее размещения в телеграм-канале²².

О том, насколько «Телеграм» способен заменить традиционные медиа высказался секретарь Союза журналистов России Тимур Шафира. По его словам, «разговоры о том, что соцсети вот-вот ликвидируют классическую журналистику, схожи с известным рассуждением о том, что скоро не останется

²⁰ Алексеев А. В., Дубинин А. И. Использование Telegram-каналов в региональной прессе // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 6 С. 579-586.

²¹ Татаринцева А. С. Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Воронеж: 2022. С. 95.

²² Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. №3. С. 327.

ни театра, ни кино, а будет сплошное телевидение». В своем рассуждении он отметил тот факт, что массовое осваивание СМИ социальных сетей и мессенджеров являются лишь эволюционным этапом развития²³.

В настоящее время телеграм-каналы СМИ можно условно разделить на следующие категории: те СМИ, для которых «Телеграм» по своей сути является неким связующим звеном между читателем и основным сайтом, и те СМИ, для которых телеграм-каналы являются основным источником распространения информации. Так или иначе, СМИ с переходом на новую платформу в мессенджер «Телеграм» вынуждены были адаптировать свой контент под новый формат и подстроиться под новые условия своего существования.

В первую очередь, СМИ окончательно перестают быть «текстоцентричной» системой. Письменный или устный текст, который доминировал в сфере журналистики целые столетия, теряет свою актуальность с переходом в новый мессенджер. Этому явлению есть свое объяснение: во-первых, «Телеграм» имеет ограничения по количеству текстовых символов в одном сообщении, а во-вторых, современные пользователи с внедрением социальных сетей в жизнь привыкли к потреблению краткого и лаконичного контента «между делом». Письменный и устный текст теперь воспринимается в формате короткого сообщения, дополненного по смыслу фотографией, видео, аудио или инфографикой²⁴.

Вместе с тем, СМИ в «Телеграм» приобрели интерактивность. Существовавшие ранее рубрики писем от читателей в газетах и звонок в студию на радио заменились комментированием в реальном времени. Современный пользователь «Телеграм» сам выбирает в какой очередности потреблять опубликованный контент, а также с помощью репостов, реакций и комментариев высказывает свое отношение к публикуемому контенту. Кроме

²³ Эксперты рассказали, как мессенджеры влияют на журналистику [Электронный ресурс] // РИА Новости: сетевое издание. URL: <https://ria.ru/20170811/1500183953.html> (дата обращения: 13.04.2025).

²⁴Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.

того, СМИ могут легко проводить опросы среди своей аудитории по актуальным проблемам, что позволяет ознакомиться с мнением пользователей по тому или иному вопросу²⁵. Также, «Telegram» предоставляет СМИ возможность устраивать автоматизированные розыгрыши и викторины, тем самым привлекая к своему каналу все большее количество пользователей. Фактически СМИ значительно расширили зону взаимодействия со своей аудиторией посредством внедрения собственного телеграм-канала.

«Telegram» помогает СМИ быстрее собирать инфоповоды для своих сообщений. Зачастую сообщения от СМИ публикуются на основании информации, полученной либо от отдельных пользователей, либо из обычных новостных каналов в «Telegram». Это связано с тем, что актуальная информация в таких каналах появляется мгновенно, и также мгновенно она схватывается СМИ. В связи с тем, что пользователь по своей сути может стать «соавтором» публикуемого контента в СМИ, возрастает интерес к их телеграм-каналам²⁶.

Кроме этого, СМИ сегодня существуют в совершенно новой конкурентной среде. Если годами ранее конкуренция существовала в основном между различными видами СМИ как разного типа, так и единого направления, то сегодня конкуренция становится в своем роде уникальной и объединяет не только различные СМИ, но и отдельных авторов, не являющихся официально зарегистрированным СМИ²⁷.

Границы в медиа пространстве «Telegram» становятся все более размытыми. Многие телеграм-каналы не являются официально зарегистрированным СМИ, но тем не менее мало чем отличаются от официальных СМИ на данной платформе. Создатели пользовательского

²⁵ Там же.

²⁶ Аксенова А. С. Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2021): Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва. 6-10 декабря 2021 года. С. 138.

²⁷ Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. С. 145.

контента впитывают все черты профессиональной журналистики и выступают информаторами на широкую аудиторию, тем самым становятся все меньше отличимы от официальных СМИ²⁸.

В настоящее время ведутся разговоры о том, что телеграм-каналы необходимо приравнять к СМИ. По данным источника «Право.RU», с данной идеей выступил глава совета по правам человека Валерий Фадеев. Он отметил, что сейчас деятельность таких телеграм-каналов никаким образом не регулируется законом.²⁹ Причем они по своей структуре и по своему содержанию похожи на официальные СМИ, но не действуют в рамках закона и не несут никакой ответственности за нарушения. При этом, официально зарегистрированные СМИ продолжают работать в рамках закона и в случае чего подвергаются ответственности за клевету и нарушение тайны. Кроме того, публикации в такого рода телеграм-каналах не всегда соответствуют действительности и могут вводить в заблуждение огромное число пользователей, которые в силу неосведомлённости не могут отличить их от официальных СМИ, которым можно доверять. Те каналы, которые не имеют регистрацию как СМИ, зачастую позволяют себе публиковать недостоверную информацию, которую после ее опровержения просто удаляют из своей новостной ленты, заявляя при этом о том, что данная новость не нашла своего подтверждения³⁰.

Для того, чтобы СМИ успешно конкурировать с подобного рода телеграм-каналами необходимо соблюдать ряд определенных правил. Во-первых, СМИ необходимо продолжать освещать актуальные новости одними из первых, так как именно этот фактор является одним из решающих в выборе того канала, который будет интересен пользователям. Во-вторых, СМИ в «Телеграм», несмотря на важность оперативности публикации, должны продолжать публиковать достоверную информацию и перепроверять все

²⁸ Там же.

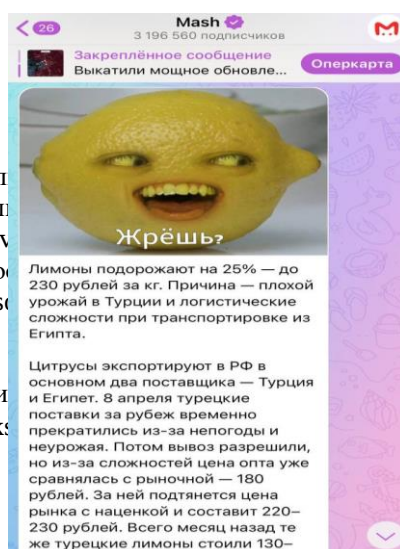
²⁹ Телеграм-каналы предложили приравнять к СМИ – Новости Право.ру [Электронный ресурс] // pravo.ru. URL: <https://pravo.ru/news/246367/> (дата обращения: 13.04.2025).

³⁰ Там же.

сведения в различных надежных источниках. В-третьих, СМИ в «Телеграм» должны сохранять разнообразие в публикуемом контенте и подстраиваться под появившиеся обновления, придавая своему контенту уникальность³¹.

По данным сервиса аналитики «TGStat» на 2025 год в категории «Новости и СМИ» насчитывается свыше 65 тысяч каналов, что указывает на интерес отдельных пользователей и целых медиагрупп к освещению актуальных новостей на широкую аудиторию. Рейтинг самых популярных телеграм-каналов по охвату аудитории в категории «Новости и СМИ» составляют следующие каналы: на первом месте – телеграм-канал «Mash», на втором – «Readovka», на третьем – «Прямой эфир. Новости», на четвертом – «Новости Москвы» и замыкает пятерку телеграм-канал «РИА Новости»³².

Телеграм-канал «Mash» входит в состав «News Media Holding». Он построен на оперативных новостях и является одним из самых популярных русскоязычных каналов в «Телеграм». На сегодняшний день телеграм-канал «Mash» насчитывает свыше 3 миллионов подписчиков, а его индекс цитирования равняется 13,5 тысячам³³. Активный рост популярности данного канала приходится на 2017 год. В первые месяца работы на телеграм-канал «Mash» ссылались в информационном портале «Life», а в последствии материалами данного канала пользуются многие другие СМИ. В настоящее время «Mash» является основным и официальным источником контента для информационного портала «Life» и также предоставляет контент для других СМИ, в том числе и для федеральных³⁴. Внутреннее оформление телеграмм-канала продемонстрировано на рисунке 1.



³¹Олешкевич В. В. Телеграм-журнал [Электронный ресурс] // Меди@листика. URL: <https://medialistika-informatsionnye-proekty-v>

³²Рейтинг Telegram-каналов. Рейтинг Telegram-каналов. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=views>

³³Статистика Telegram-канала Mash. URL: <https://tgstat.ru/channel/@mash/stat> (дата обращения: 13.04.2025).

³⁴Максим Иксанов: «Шутки – это лирика». URL: <https://www.ok-magazine.ru/stars/interview/89553-maksim-iksanov>

в мессенджерах как новые массмедиа. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-i-messenger-kak-novye-massmedia> (дата обращения: 16.04.2025).

Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=views> (дата обращения: 14.04.2025).

URL: <https://tgstat.ru/channel/@mash/stat>

URL: <https://www.ok-magazine.ru/stars/interview/89553-maksim-iksanov> (дата обращения: 13.04.2025).

Рисунок 1 – Телеграмм-канал «Mash»

Как можно заметить, телеграм-канал «Mash» использует в своем контенте не только сухое изложение фактов и событий, но и фотографии в шуточной форме, что характеризует манеру введения данного канала как неформальную, но в то же время информативную.

Телеграм-канал «Readovka» (рисунок 2), занимающий второе место в рейтинге популярных каналов в категории «Новости и СМИ», является официально зарегистрированным СМИ. Количество подписчиков в данном канале равняется 2.7 миллионам человек, а индекс цитирования – 10 тысячам³⁵. В рамках своего канала создатели делятся резонансными новостями и смелыми расследованиями, оперативно транслируют главные новости дня и оповещают аудиторию актуальными событиями³⁶.

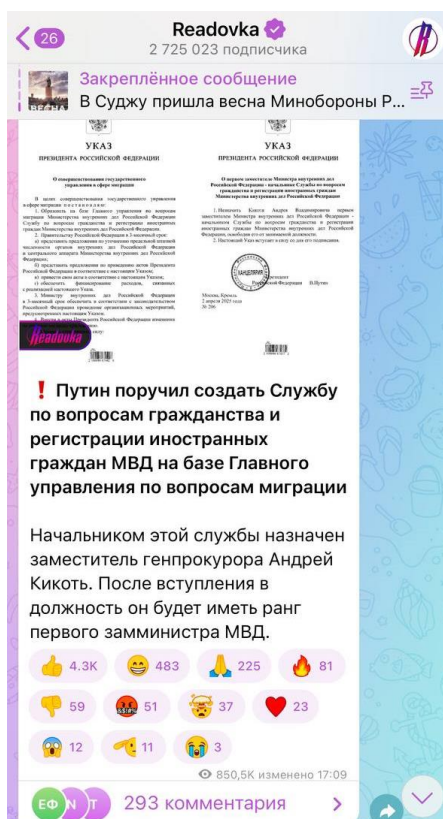


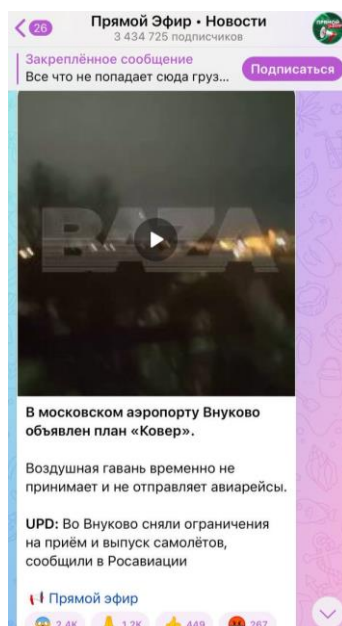
Рисунок 2 – Телеграмм-канал «Readovka»

³⁵Статистика Telegram-канала «Readovka» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@readovkanews/stat> (дата обращения: 13.04.2025).

³⁶Telegram-канал Readovka, View@readovkanews [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/readovkanews> (дата обращения: 13.04.2025).

Telegram-канал «Readovka», как можно заметить, использует в ведении своего канала всевозможные способы взаимодействия со своей аудиторией – и комментарии, и эмодзи-реакции. Это позволяет наладить контакт со своей аудиторией и предоставляет каждому из пользователей возможность выразить свое отношение к той или иной публикации.

Telegram-каналы «Прямой эфир», Новости» (рисунк 3) и «Новости Москвы» не являются официально зарегистрированными СМИ, но, тем не менее, данные каналы собрали вокруг себя большое количество пользователей: 3,5 миллиона подписчиков и 2 миллиона подписчиков соответственно³⁷. Стоит отметить, что в описании вышеупомянутых телеграм-каналов представлена активная ссылка на перечень зарегистрированных персональных страниц и каналов, что подтверждает факт того, что они внесены в перечень Роскомнадзора, благодаря чему владельцам данных каналов разрешено размещать информацию о сборах пожертвований на свою деятельность, размещать рекламу по заявкам рекламодателей, а также другие каналы и отдельные пользователи могут делать репосты публикаций из данных ресурсов³⁸.



³⁷ Статистика Telegram-канала «Прямой эфир. Новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@novosti_efir/stat. (дата обращения: 13.04.2025).

³⁸Статистика Telegram-канала «Новости Москвы» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@moscowmap/stat> (дата обращения: 13.04.2025).

Рисунок 3 – Телеграм-канал «Прямой эфир. Новости»

Телеграм-канал «Прямой эфир. Новости», не имеющий регистрации как СМИ, в ведении своего контента также использует всевозможные способы взаимодействия со своей аудиторией. К тому же, для создания своего контента использует видео и фото других информационных каналов в Телеграм.

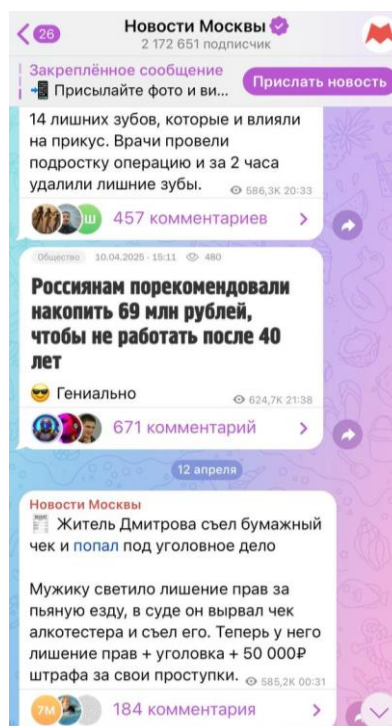


Рисунок 4 – Телеграм-канал «Новости Москвы»

Телеграм-канал «Новости Москвы», продемонстрированный на рисунке 4, также не имеет регистрации как СМИ. Канал строит свой контент как на публикации актуальных новостей и происшествий, так и предлагает темы для размышления своим пользователям, высказывая свое личное мнение, касаясь того или иного события. Возможность взаимодействия с аудиторией проявляется через свободное комментирование. Как можно заметить, данный канал принимает информацию для создания контента от своих пользователей, что может говорить о том, что аудитория данного канала выступает в роли «соавтора» для публикаций.

Телеграм-канал крупнейшего информационного агентства «РИА Новости» (рисунок 5) уступает по охватам аудитории другим телеграм-

каналам, но тем не менее имеет самый высокий уровень цитируемости, который равняется 15 тысячам³⁹. Это говорит о том, что канал «РИА Новости» является более надежным и достоверным источником для цитирования другими каналами. На телеграм-канал подписано свыше 3.5 миллиона пользователей. Контент, публикуемый в данном канале, напоминает краткие оперативные сводки размером чаще в 1-2 строки, посвященные актуальным новостям России и всего мира.

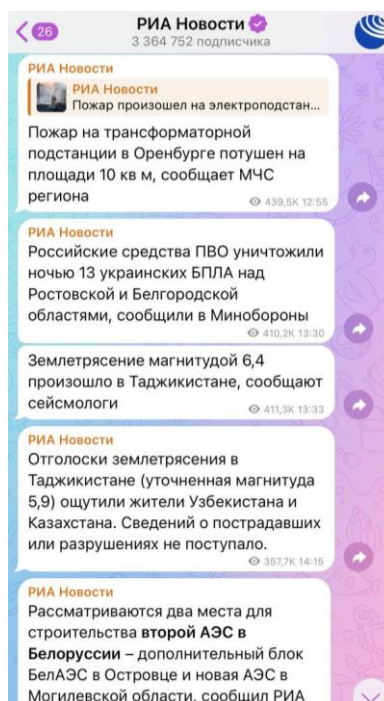


Рисунок 5 – Телеграм-канал «РИА Новости»

Телеграм-канал крупнейшего информационного агентства России содержит в себе строго информационный контент и оперативные сообщения о тех или иных событиях.

Как можно заметить, в рейтинг популярных телеграм-каналов в категории «Новости и СМИ» вошли не только официально зарегистрированные СМИ, но и каналы с так называемым пользовательским контентом, построенные по принципам журналистики, но, тем не менее, не имеющие официальной

³⁹ Статистика Telegram-канала «РИА Новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@rian_ru/stat (дата обращения: 13.04.2025).

регистрации как СМИ. Исходя из этого, можно говорить о том, что популярностью и доверием среди пользователей пользуются не только официальные источники информации.

Это в свою очередь может привести к неправильному восприятию информации пользователями. Как правило, телеграм-каналы, не имеющие официальной регистрации как СМИ, имеют больше свободы в своем контенте и не всегда размещают то, что является правдой. Некоторые сообщения могут быть слегка искажены в своем смысле намеренно или непреднамеренно, или вовсе содержать полностью недостоверную информацию. Это происходит потому, что подобные телеграм-каналы не подчиняются в полной мере всем законам, которым подчиняются СМИ с официальной регистрацией.

Но тем не менее, данный рейтинг телеграм-каналов из категории «Новости и СМИ» подтверждает тот факт, что у пользователей наблюдается интерес к прочтению новостей и актуальных событий страны и мира в целом. «Телеграм» в данной категории собрал внутри себя большое количество пользователей, что еще раз подчеркивает важность перехода СМИ в мессенджер «Телеграм» и адаптацию контента для его пользователей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время присутствие СМИ в «Телеграм» является крайне значимым шагом, обусловленным развитием медиапространства и изменением в потребительских привычках. Телеграм-каналы становятся для СМИ функциональным инструментом в мгновенном распространении контента на широкую аудиторию, а также для распространения уникального мультимедийного контента и развитию интерактивности внутри своего канала. Благодаря использованию СМИ телеграм-каналов они обладают возможностью оперативно реагировать на актуальные события мира, что особенно актуально в условиях быстрого новостного потока, когда традиционные форматы СМИ зачастую оказываются неэффективными. Кроме того, телеграм-каналы для СМИ стали инструментом более тесного взаимодействия со своей аудиторией: возможность проводить опросы и викторины, запускать прямые трансляции и

вступать в обсуждения позволяют СМИ не только информировать своих читателей, но и формировать вокруг своего канала активное сообщество пользователей.

Тем не менее, присутствие СМИ в «Телеграм» также связано и с внутренней конкуренцией за внимание аудитории. Многие каналы, не имеющие официальной регистрации как СМИ, превосходят по количеству подписчиков те телеграм-каналы, которые имеют официальную регистрацию СМИ. Этот фактор приводит к тому, что на просторах «Телеграм» становятся фактически неотделимы друг от друга по своей структуре и содержанию официальные и неофициальные СМИ. Поэтому, для официальных СМИ остается крайне важной задачей сохранение высоких журналистских стандартов.

2 СПЕЦИФИКА КОНТЕНТА В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЕ «ОСТОРОЖНО, НОВОСТИ» И «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»

2.1 Особенности контента в телеграмм-канале «Осторожно, новости»

Telegram-канал «Осторожно, новости» в настоящее время относится к числу крупнейших новостных проектов на русскоязычном сегменте «Telegram». Канал был зарегистрирован на просторах мессенджера 12 апреля 2021 года, то есть более 4 лет назад. За этот промежуток времени аудитория канала увеличилась до 1 602 404 пользователей и продолжает расти. К примеру, в прошлом году количество подписанных на данный ресурс пользователей равнялось 1 478 202, то есть практически за год аудитория в канале выросла свыше чем на 124 тысячи пользователей, что указывает на интерес к данному телеграм-каналу отдельных пользователей. За все время своего существования редакционная коллегия выпустила 34 834 публикации.

Канал «Осторожно, новости» в «Telegram» входит в состав холдинга «Осторожно, медиа», принадлежащего российской журналистке, теле- и радиоведущей Ксении Собчак.

Главный редактор «Осторожно, новости» Сергей Титов в подкасте для проекта «Давай голосом» высказал свое мнение о том, какое место занимает данный канал в современном медиaprостранстве. По его словам, «Осторожно, новости» – это канал, который старательно отстраивается от других медиа, работающих в России, и пытается быть чем-то отдельным и уникальным⁴⁰.

Telegram-канал «Осторожно, новости» не имеет регистрацию как СМИ, но по своему содержанию соответствует журналистским стандартам. Стоит отметить, что 7 января 2025 года данный канал был включен в реестр

⁴⁰ Разговор с главредом «Осторожно, новости» Сергеем Титовым [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://youtu.be/tjc2pWu94GY?si=FkUAQp5egO1H9bd9> (дата обращения: 13.04.2025).

персональных страниц Роскомнадзора⁴¹. Этот шаг обусловлен тем, что согласно № 303-ФЗ от 8 августа 2024 года – «все страницы в соцсетях, блоги и каналы в РФ с количеством подписчиков более 10 000 должны передавать о себе данные в Роскомнадзор»⁴². Такой шаг предоставляет право владельцам публичных каналов размещать информацию о сборах пожертвований на свою деятельность и рекламу по заявкам от рекламодателей. В случае непрохождения верификации телеграм-каналы лишаются данной возможности, а за несоблюдение условий авторы таких каналов получают штраф⁴³.

Медиаресурс «Осторожно, новости» имеет собственный логотип, на котором изображено непосредственно само название канала – «Осторожно, новости», оформленное в выпуклом стиле с протяженной на два слова буквой «О». Кроме того, все видео и фото, размещенные в данном канале, содержат на себе специальный водный знак с названием самого канала. Эти вещи делают телеграм-канал «Осторожно, новости» узнаваемым среди пользователей. Стоит также отметить, что наличие вышеупомянутых элементов характерно прежде всего для крупных официальных СМИ, так как они помогают пользователям в восприятии информации как надежной и помогают выделиться на фоне неофициальных каналов и поддельных публикаций.

Согласно данным «TGStat», 30 % подписанных на канал пользователей читают публикации, размещенные в канале, а 26 % читают их в первые 24 часа после публикации. Средний охват одного опубликованного сообщения равняется 475 164 просмотрам. Эти цифры указывают на то, что телеграм-канал «Осторожно, новости» занимает внимание определенного количества пользователей и своим содержанием вызывает интерес к прочтению опубликованных сообщений⁴⁴.

⁴¹ Портал государственных услуг Российской Федерации. [Электронный ресурс] // www.gosuslugi.ru. URL: <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> (дата обращения 13.04.2025).

⁴² Роскомнадзор разработал порядок ведения реестра каналов с аудиторией больше 10 тыс. человек [Электронный ресурс] // www.interfax.ru. URL: <https://www.interfax.ru/russia/979763> (дата обращения 13.04.2025).

⁴³ Там же.

⁴⁴ Там же.

Кроме того, телеграм-канал «Осторожно, новости» является приоритетным для других информационных каналов. Это подтверждает уровень цитирования, который приходится на этот канал. По данным сервиса аналитики TGStat, уровень цитирования в настоящее время равняется 4 986, что является хорошим показателем. В общей сложности 14 617 других каналов в «Телеграм» упоминают телеграм-канал «Осторожно, новости» в своем контенте и репостят их публикации на свой канал. Причем, более 58 % этих упоминаний приходится на категорию «Новости и СМИ». Эти показатели могут говорить о хорошем уровне доверия к данному медиаресурсу со стороны других информационных каналов⁴⁵.

Данный медиаресурс не имеет своего собственного сайта в сети Интернет, а значит не может быть зарегистрирован в качестве официального СМИ, из чего следует то, что он не подчиняется тем законам, которым подчиняются официально зарегистрированные СМИ. Несмотря на то, что телеграм-канал «Осторожно, новости» обладает сферой влияния, практически аналогичной традиционным официальным СМИ.

Для того, чтобы понять, как статус данного медиаресурса отражается на публикуемом контенте, обратимся к его анализу. Были изучены материалы за период с марта по апрель 2025 года, но в выборку для анализа попали 3 случайно отобранных дня – 9, 10 и 11 апреля 2025 года.

За эти дни в телеграм-канале «Осторожно, новости» было опубликовано 64 сообщения на самые разнообразные темы. В целом, публикации за выбранный промежуток времени можно разделить на несколько тематических групп: происшествия, политика, зарубежные новости, СВО, общество и культура. Результаты анализа приведены в таблице 1. Стоит отметить, что рекламные публикации также размещаются внутри данного телеграм-канала, причем реклама маркируется авторами канала согласно всем требованиям.

⁴⁵ Статистика Telegram-канала «Осторожно, новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@ostorozhno_novosti/stat (дата обращения: 13.04.2025).

Таблица 1 – Тематика публикаций в телеграм-канале «Осторожно, новости»

Тематика	Количество публикаций	Пример
Происшествия	23	«Москвичка пыталась выломать битой дверь и угрожала соседке убийством» (09.04.25), «В Ижевске подростки избили сверстника» (10.04.25).
Политика	11	«В Госдуме обсудили запрет рекламы эзотерических услуг» (10.04.25), «Россия предложила США снять санкции с «Аэрофлота» (11.04.25).
Зарубежные новости	7	«Вертолет рухнул в реку Гудзон в Нью-Йорке, один человек погиб» (11.04.25), «Состояние Трампа сократилось на 500 миллионов долларов из-за тарифов, которые США ввели против других стран» (09.04.25).
СВО	9	«В Аксае во время ночной атаки БПЛА повис на бельевой веревке» (09.04.25), «Жители подмосковного Наро-Фоминска сообщили о предположительной работе ПВО.» (10.04.25)
Общество	6	«Семьи из Ростова-на-Дону пожаловались, что не могут получить иглы для детей с сахарным диабетом несколько месяцев.» (11.04.25)
Реклама	4	«Забирайте наш фирменный мерч – с кешбэком до 40% на Альфа-Маркете.»

Как можно заметить, основное пространство в информационном поле телеграм-канала «Осторожно, новости» занимают публикации, освещающие различного рода происшествия. Вопросы политики занимают второе место по количеству публикаций за выбранный промежуток времени. Стоит также отметить, что телеграм-канал «Осторожно, новости» не останавливается на освещении событий, происходящих исключительно на территории России, но и затрагивает события, происходящие зарубежом. Выбор таких тематических

блоков связан с потребностями аудитории канала. Публикации на тему происшествий с сенсационным содержанием, как правило, набирают больше всего просмотров и пересылок. Так, согласно данным сервиса аналитики TGStat, публикация от 10.09.25 под названием «В Ижевске подростки избили сверстника: они стреляли в него из пневматического пистолета, избили ремнем и надругались над ним с помощью швабры «ради забавы» набрала больше всего репостов – 6 016. Кроме того, эта публикация стала самой просматриваемой другими пользователями среди всех публикаций за выбранный для анализа промежуток времени. Число просмотров у данной публикации равняется 557 тысячам, в то время как количество просмотров на других публикациях, не затрагивающих тему громких происшествий, в среднем равняется 450 тысячам просмотров. Например, вышедшая немного ранее публикация от 09.04.25 под названием «В Улан-Удэ студентки института культуры поставят спектакль против абортов» набрала 436 тысяч просмотров. Таким образом, разница в просмотрах на отдельных публикациях позволяет сделать вывод о том, что контент в телеграм-канале «Осторожно, новости» строится на потребностях аудитории. Авторы канала выстраивают свой новостной поток исходя из того, что будет более просматриваемым другими пользователями, и именно поэтому тематический блог о происшествиях занимает первое место по количеству вышедших публикаций за выбранный для анализа промежуток времени.

Если говорить о жанровом разнообразии публикаций, то чаще всего здесь встречаются заметки, так называемые новостные сводки, по тому или иному событию. Публикации не содержат в себе элементы художественно-публицистических жанров. Авторы канала используют жанр заметки для наиболее оперативного освещения того или иного факта. Публикации в телеграм-канале небольшого размера, в них кратко упоминается источник и иногда содержатся элементы аналитики. Например, за данный период времени была опубликована новость под заглавием: «Девять преподавателей уволились из киновуза в Санкт-Петербурге, протестуя против администрации» (рисунок

б). Новость полностью построена на комментариях от нескольких человек, и подкреплена видеоматериалами, на которых люди выражают свое мнение касательно вопроса и объясняют свою позицию.

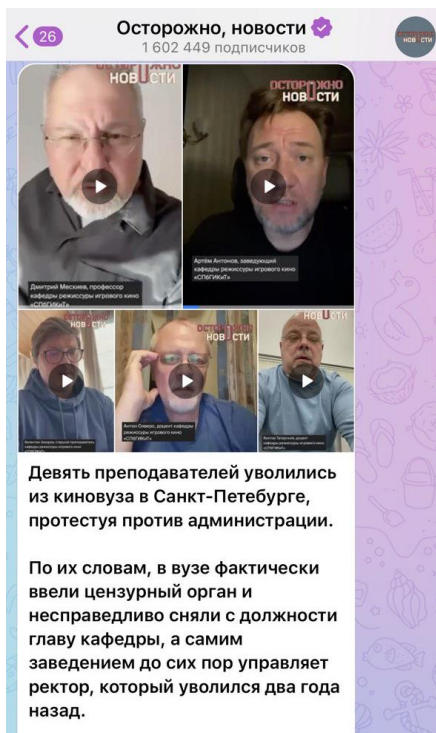


Рисунок 6 – Публикация от 09.04.25, № 1

В данном случае, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» построили свою публикацию полностью на комментариях от третьих лиц, прикрепив 5 видеороликов. Протяженность каждого из них превышает одну минуту и звучит как обращение, направленное напрямую авторам данного медиаресурса.

Стоит отметить, что за выбранный для анализа промежуток времени, в телеграм-канале «Осторожно, новости» были рассмотрены в публикациях несколько резонансных тем с провокационным подтекстом. Например, в публикации за то же 9 апреля 2025 года (рисунок 7) авторы данного канала подняли в своей публикации вопрос, касающийся обращения депутата Государственной Думы по вопросу маркировки телеграм-каналов. В своем обращении он заявил о том, что на просторах мессенджера «Телеграм» появился специальный бот для маркировки зарегистрированных аккаунтов,

который доступен к пользованию. В свою очередь, авторы канала «Осторожно, новости» решили поставить под сомнение заявление депутата посредством отсылки на речь правозащитного проекта «Первый отдел», признанного иноагентом на территории РФ.

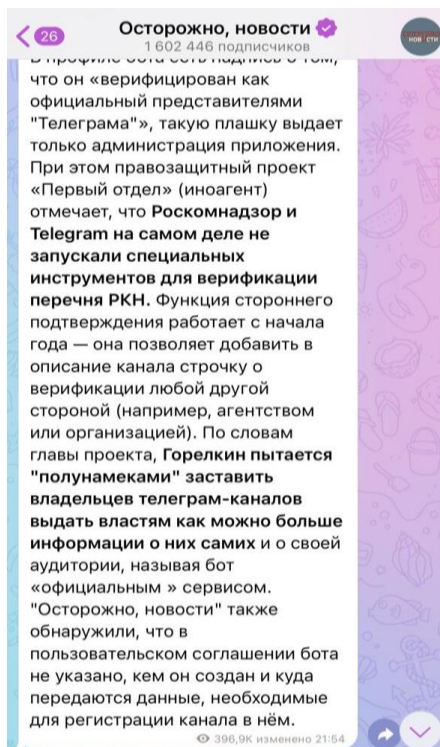


Рисунок 7 – Публикация от 09.04.25, № 2

Как можно заметить, в качестве опровержения слов депутата Государственной Думы, авторы канала приводят слова организации, признанной иноагентом на территории РФ. Причем, акцентное выделение текста они применили исключительно на тех словах, которые касаются опровержения информации не в самом корректном ее изложении. Например, фраза «заставить владельцев телеграм-канала выдать властям как можно больше информации о них самих», по мнению авторов канала, должна быть акцентной и привлечь внимание пользователей. Кроме того, в данной публикации присутствует косвенное согласие авторов канала со словами правозащитной организации, признанной иноагентом на территории РФ, которые подтверждаются следующими словами: «Осторожно, новости» тоже не обнаружили...»

Вместе с тем, в этот же день в телеграм-канале «Осторожно, новости» в продолжение данной темы была обнародована еще одна публикация, содержащая провокационный подтекст. Публикация приведена на рисунке 8.

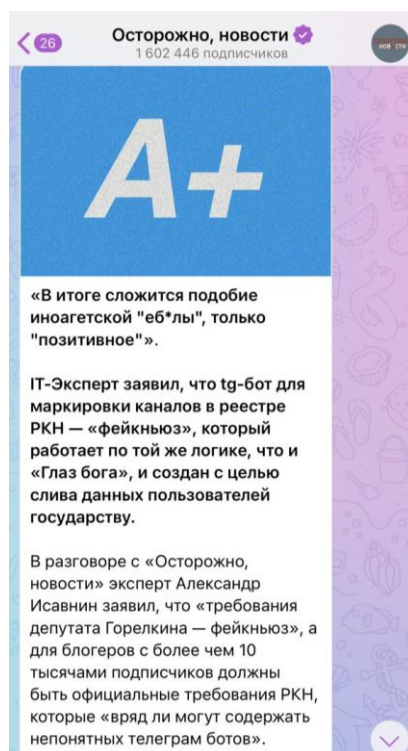


Рисунок 8 – Публикация от 09.04.25, № 3

Как можно заметить, авторы канала вынесли в заголовок резонансную цитату, имеющую в своем контексте завуалированную нецензурную лексику. В опровержении слов председателя Городской Думы авторы канала приводят высказывания IT-эксперта. Причем, авторы канала снова прибегают к акцентированию текста в самых провокационных его частях. Например, следующее высказывание – «Заявление представителя Госдумы являются на самом деле утечкой данных в пользу государства». За счет того, что авторы вынесли в заголовок не самое корректное высказывание IT-эксперта и подчеркнули жирным противоречивую цитату, можно судить о том, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в данном случае создали провокационную тему, показав ее исключительно с одной стороны – со стороны опровержения. Авторы канала могли обратиться за комментарием в более статусные инстанции для получения комментария противоположной

стороны. Метод акцентирования текста в данном случае является также проявлением провокационного подтекста, с помощью которого авторы канала показали не только свое отношение к освещаемой проблеме, но и указали своему читателю, какая часть текста должна быть воспринята в первую очередь.

Еще одним примером провокационного подтекста в телеграм-канале «Осторожно, новости» является публикация от 10 апреля 2025 года (рисунок 9). Данный материал посвящен выходу второго сезона сериала «Белый лотос» на территории России. Авторская коллегия канала провела собственное независимое расследование на тему цензурирования сериала, сопроводив публикацию подтверждающими видеороликами.

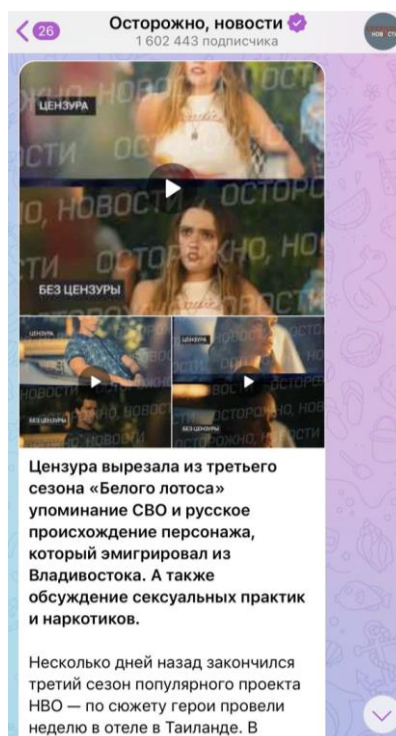


Рисунок 9 – Публикация от 10.04.25, № 1

Исходя из текста публикации, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в ходе своего расследования обнаружили, что версия сериала «Белый лотос» для России намного отличается по содержанию и переводу, чем оригинальная версия этого сериала. Как заявляют авторы канала, сериал в России подвергся цензуре, и из него были вырезаны следующие сцены:

упоминание СВО, русское происхождение одного из персонажей-эмигрантов, обсуждение наркотических веществ и действия, отражающие нетрадиционные любовные отношения. Авторы канала не только сообщают об этом, но и наглядно показывают в видео как выглядела та или иная сцена до цензуры и после цензуры. К тому же, и в данном контексте авторская коллегия прибегает к методам акцентирования текста в тех местах, которые в буквальном смысле слова отражают факт жестокой цензуры над сериалом российскими специалистами. Вместе с тем, авторы высказывают и свое собственное мнение, заявляя, что на территории России данный сериал «сильно отцензурировали, лишив всякого смысла сцену, которая ранее сильно разошлась в соцсетях». Из этого следует, что авторы канала, повествуя о своем расследовании на широкую аудиторию, стараются привлечь внимание пользователей к данной проблеме и заостряют их внимание на провокационных частях текста.

Несмотря на то, что в целом авторы канала «Осторожно, новости» следуют многим требованиям вещания на широкую аудиторию и не допускают в своем контенте явных и жестоких нарушений, присутствуют и такие моменты, которые официальные СМИ не оставили бы без внимания. Например, в сообщении, опубликованном 10 апреля 2025 года (рисунок 10), авторы канала разместили видеоконтент, который является по своей сути жестоким, восприимчивым и чувствительным.

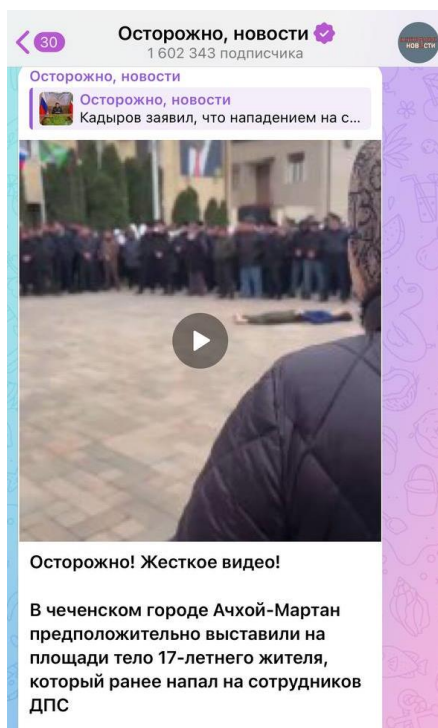


Рисунок 10 – Публикация от 10.04.25, № 2

Так, в публикации сообщается о том, что в чеченском городе выставили на площади тело 17-летнего парня. Несмотря на то, что авторы канала в начале повествования сделали пометку с предупреждением о том, что видео содержит в себе жестокие кадры, само изображение погибшего 17-летнего юноши они никаким образом не закрыли, как это делают многие официальные СМИ.

Кроме того, в публикации от 11 апреля 2025 (рисунок 11) года авторы канала «Осторожно, новости» в публикации, посвященной похоронам артиста Паши Техника также прикрепили видео, содержащее в себе нецензурную лексику в открытом виде.

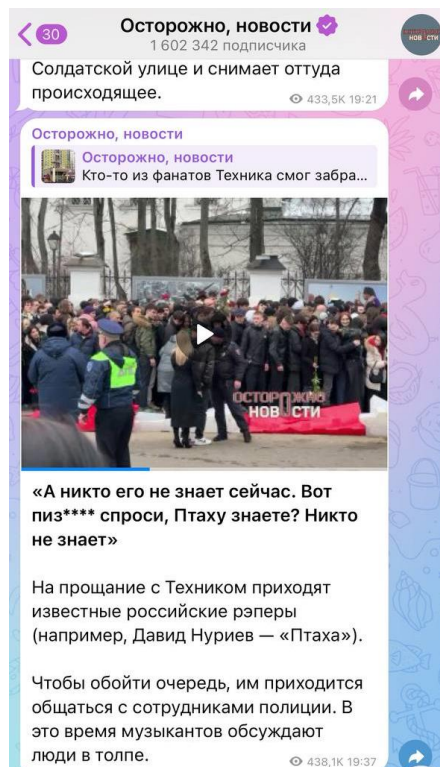


Рисунок 11 – Публикация от 11.04.25, № 1

Авторы канала в заголовок своей публикации снова вынесли цитату, содержащую в себе нецензурную лексику с замененными на символы буквы. Но в видеоролике авторская коллегия канала оставила речь без изменений. В то время как многие официальные ресурсы в использовании подобного рода контента стремятся перекрыть нецензурную лексику другим звуком, тем самым скрыв некультурные слова от прослушивания другими пользователями.

Авторы канала «Осторожно, новости» могут размещать провокационные публикации по нескольким причинам. Во-первых, это привлечение внимания своей аудитории. Такие публикации могут вызывать у читателей эмоции – удивление, гнев или интерес. Это способствует большому количеству просмотров и последующему распространению этой информации между другими пользователями. Во-вторых, публикации такого характера могут использоваться авторами канала для формирования определенной точки зрения у своей аудитории. Кроме того, провокационные публикации могут помочь выделиться среди других СМИ и не потерять свою аудиторию.

Для телеграм-канала «Осторожно, новости» характерно наличие мультимедийности. В канале размещаются текстовые публикации с использованием фото и видео контента. Стоит отметить, что в некоторых случаях, размещенные в канале фото и видео, выполнены очевидцами – подписчиками данного канала, которые поделились с этим медиаресурсом новостью. Кроме того, фото и видео обычно размещаются не в единичном количестве на одну публикацию, благодаря чему опубликованное сообщение получается насыщенным по своему содержанию. Это наглядно показано на графике, приведенном на рисунке 12.

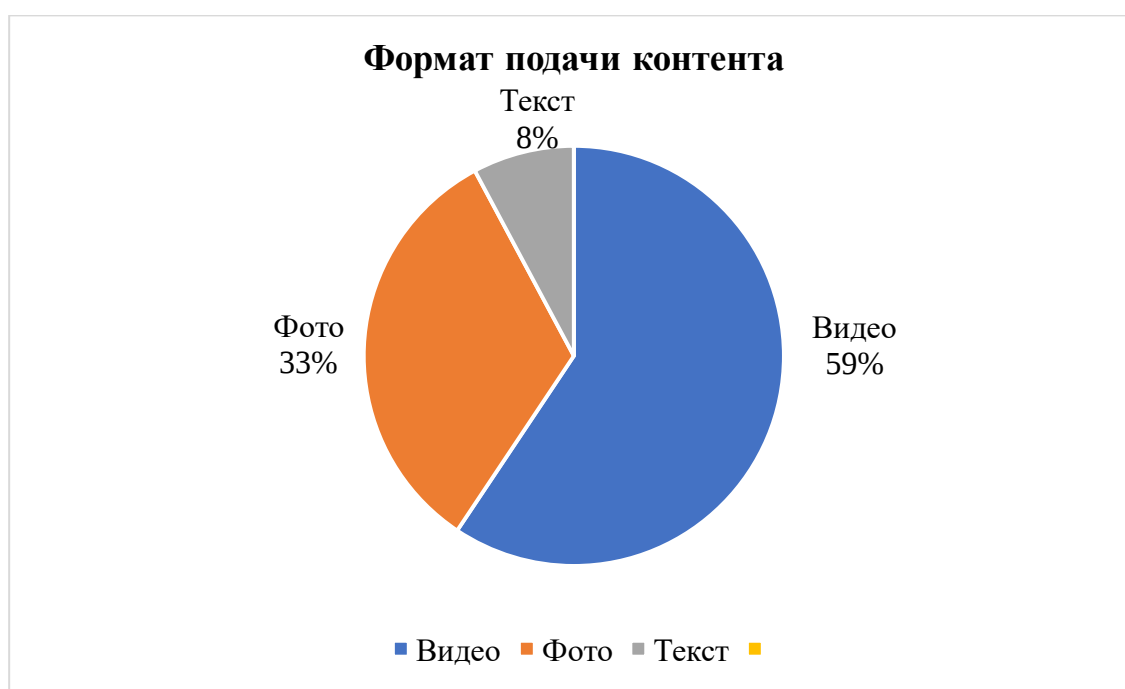


Рисунок 12 – Формат подачи контента в телеграм-канале «Осторожно, новости»

Согласно приведенной выше диаграмме, в телеграм-канале «Осторожно, новости» в период с 9 апреля по 11 апреля в общей сложности было опубликовано 38 текстовых публикаций, содержащих в себе видео, что равняется 59% от общего количества публикаций. Видео контент, размещенный в данном канале, соотносится с текстовым содержанием публикации и, как правило, дополняют его наглядным видео подтверждением. Видео, публикуемые в телеграм-канале «Осторожно, новости» чаще являются пользовательским контентом и публикуются с водным знаком «Осторожно,

новости». Авторы канала указывают в качестве источников своих пользователей, приславших напрямую в редакцию тот или иной видеоматериал. Длительность видео, размещенных в канале «Осторожно, новости», чаще всего варьируется в диапазоне от 10 до 30 секунд.

Фотографии в телеграм-канале «Осторожно, новости» были размещены в 21 публикации, что равняется 33 % от общего количества публикаций за выбранный промежуток времени. Авторы канала в качестве источника фотоматериалов чаще всего указывают своих подписчиков и, аналогично видеоконтенту, размещают на фотографиях водный знак с логотипом своего канала. По жанровому разнообразию в большинстве случаев это репортажные фотографии, то есть сделанные очевидцами на месте события. В случаях, когда текст публикации посвящен конкретному человеку, сопровождает текст портрет этого человека. Кроме того, в нескольких публикациях за выбранный для анализа промежуток времени в качестве фотографии был использован «скриншот» (снимок экрана). Например, в публикации от 10.04.25. представлен снимок экрана, на котором запечатлены элементы переписки с мошенницей.

За три выбранных для анализа дня только 5 публикаций вышли без какого-либо визуального сопровождения.

Обилие мультимедийного контента в канале выступает не только в качестве визуальной окраски, но и служит доказательной базой при освещении того или иного события. Причем, по одному и тому же случаю может быть опубликовано неограниченное по количеству наличие фото- и видеоматериалов. Как правило, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» включают в одну публикацию от 1 до 5 фото или видео. Эта характерная особенность ведения контента придает телеграм-каналу «Осторожно, новости», так называемый авторитет, так как создатели контента чаще всего подтверждают всю текстовую информацию прямыми визуальными доказательствами, что может вызывать дополнительное доверие у их аудитории. Это наглядно представлено на рисунке 13.



Рисунок 13 – Публикация от 11.04.2025, № 2

Как можно заметить, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в публикации от 11 апреля 2025 года разместили сразу четыре фотографии, подтверждающие факт произошедшего события. Причем, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» указали на фотографии наименование своего канала, оформленное в их фирменном стиле, что может указывать на факт того, что данные фотоматериалы являются их авторским контентом.

Кроме того, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в своих публикациях неоднократно ссылаются на авторитетные СМИ в качестве первоисточника. К последним можно отнести такие издания, как «Forbes», «The Guardian», «The New York Times», «The Korea Herald», а из российских – «ТАСС». Данный факт характеризует телеграм-канал «Осторожно, новости» как медиаресурс, который выбирает в рамках первоисточника качественные заграничные издания, из чего следует то, что авторы канала ценят надежность полученной информации.

В телеграм-канале «Осторожно, новости» широко распространен пользовательский контент. Но при этом, создатели канала не предоставляют своим подписчикам право на высказывание собственного мнения по тому или иному вопросу. Возможность комментирования публикаций и возможность оставить соответствующую эмодзи-реакцию не доступны. Но, тем не менее, описание профиля их канала содержит в себе актуальную ссылку на специального телеграм-бота, который выполняет функцию автоматизированного сбора обращений от отдельных пользователей.

Таким образом, авторы медиаресурса «Осторожно, новости» могут выстраивать свой новостной поток, исходя из сообщений от своей аудитории об актуальных событиях. Этот факт подтверждает и наличие отсылок в текстах на слова других пользователей. Авторы канала, рассказывая о том или ином событии и происшествии, зачастую ссылаются на сообщения от аудитории. Например, в публикациях за выбранный период времени нередко встречаются следующие выражения: «жители рассказали», «пострадавшие рассказали», «пассажиры рейса сообщили», «студенты поделились», «к нам обратились». Также в публикации за 10 апреля в сообщении о том, что трое человек были задержаны по делу о доведении до самоубийства в качестве лица, который послужил первоисточником они указывают адвоката семьи погибшего – А.В. Григорьева. Это может говорить о высоком уровне доверия к данному медиаресурсу со стороны подписанных на канал пользователей.

Исходя из всего вышесказанного, следует вывод о том, что пользователи, подписанные на телеграм-канал «Осторожно, новости» делятся с данным медиаресурсом актуальной информацией и различными общественными проблемами. Например, рисунок 14 содержит в себе размещенный внутри публикации снимок экрана, на котором изображено сообщение от одной из аптек города Ростова-на-Дону.

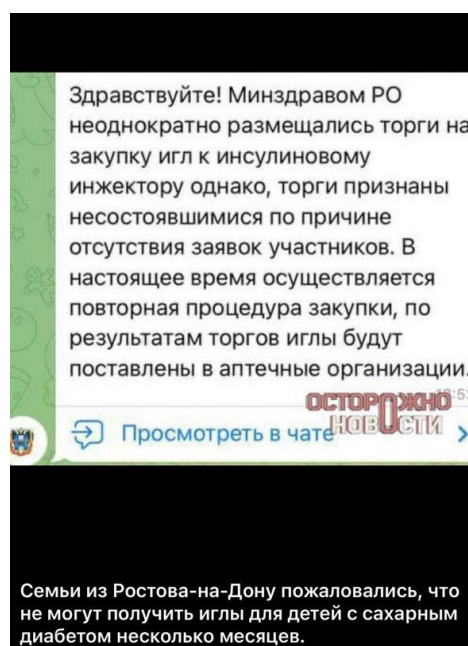


Рисунок 14 – Публикация от 11.04.25, № 3

Авторы медиаресурса поделились в публикации проблемой отсутствия игл для детей с сахарным диабетом в местных аптеках, ссылаясь на обращение в редакцию одной из семей. Авторы канала не только сообщили о проблеме, но и предприняли меры для того, чтобы разобраться в ситуации и получили комментарий от второй стороны конфликта.

Стоит отметить, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» за выбранный для анализа промежуток времени неоднократно обращались в различные инстанции для того, чтобы разобраться в той или иной сложившейся ситуации. Например, в сообщении за 12 апреля была опубликована новость о том, что рейс авиакомпании «Аэрофлот», следовавший по маршруту Москва–Гуанчжоу, был отменен. Авторы канала обратились в компанию «Аэрофлот» для разьяснения причины отмены рейса и разместили их ответ в дополнении к вышедшей публикации. Публикация приведена на рисунке 15.

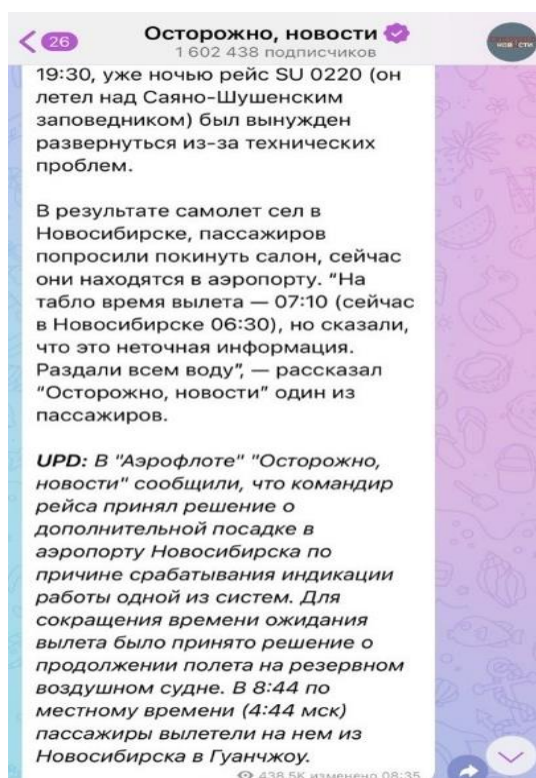


Рисунок 15 – Публикация от 12.04.25

Авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» получили информацию о задержке рейса напрямую от одного из его пассажиров. Вместе с тем, авторам канала удалось получить комментарий компании «Аэрофлот». Данный комментарий они разместили не в виде отдельной публикации, а внесли изменения в уже вышедшее сообщение. Это говорит о том, что во избежание дезинформирования своей аудитории, которая могла увидеть первую публикацию, но не заметить вторую с официальным комментарием, они разместили дополнительный комментарий в уже существующую новость.

Стоит отметить, что телеграм-канал «Осторожно, новости» по своей структуре и содержанию соотносится с принципами ведения контента в официальных СМИ. Авторы канала следят за тем, что составляет информационное поле их канала. Например, в повествовании, где упоминаются иноагенты, авторы канала всегда добавляют соответствующие законом сноски. А в случаях публикации отдельных людей — закрывают лица, делая их неузнаваемыми, там, где этого требует случай. Перечисленные характерные черты отображены на рисунке 16.

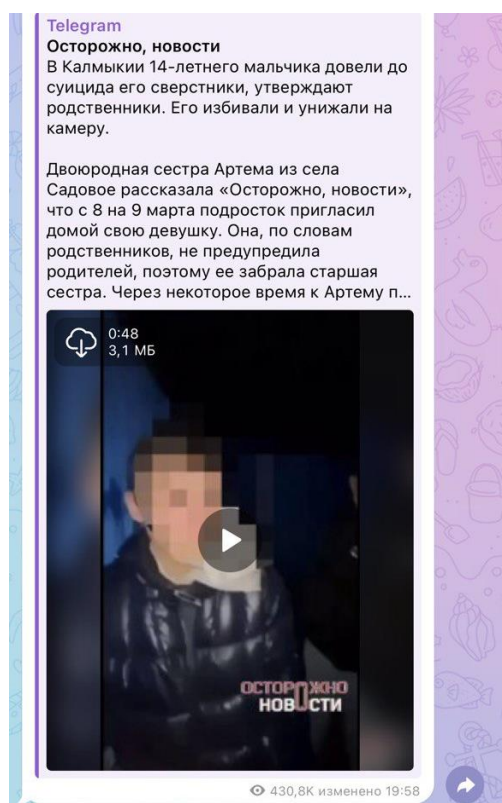


Рисунок 16 – Публикация от 10.04.25, № 3

В данном случае, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» прикрыли лицо несовершеннолетнего ребенка, дающего свой комментарий. Это действие отвечает требованиям закона, однако не всегда подобного рода телеграм-каналы отвечают данному требованию. В случае с «Осторожно, новости» такие действия повышают уровень доверия к данному медиаресурсу и отражают их экспертность в грамотном ведении контента.

По своей структуре публикации в данном телеграм-канале за выбранный для анализа промежуток времени строятся по одному и тому же принципу. Авторы канала выносят в заголовок публикации самое важное, обычно, краткую информацию о том, о чем пойдет речь в основном тексте. Основной текст, в свою очередь, подразделяется на абзацы по смыслу, то есть на небольшие блоки, каждый из которых содержит в себе отдельную мысль. Комментарии от третьих лиц также имеют особое оформление: они оформляются по принципам прямой речи и за счет встроенных в «Телеграм» функций редактирования текста, оформляются в виде цитаты. Кроме того,

авторы используют и другие возможности оформления текста, которые предлагает мессенджер «Телеграм». К таковым можно отнести выделение текста жирным шрифтом и курсивом. Чаще всего авторы канала используют такой метод для того, чтобы подчеркнуть ту информацию, которая содержит в себе особенную значимость и должна быть замечена пользователями. Характерные черты выделения текста приведены на рисунке 17.

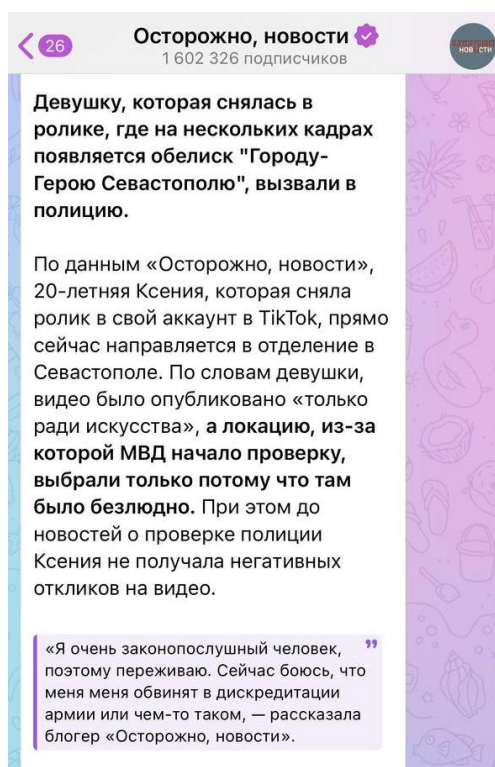


Рисунок 17 – Публикация от 10.04.25, № 4

Видно, что благодаря тому, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» используют функционал мессенджера для оформления текста, публикации приобретают акцентные детали. Пользователи при беглом прочтении текста обратят внимание на выделенные акценты и это упростит им восприятие прочитанного материала.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Осторожно, новости», не являющийся официально зарегистрированным СМИ, но имеющий регистрацию в РКН, выстраивает свой контент в формате традиционного СМИ. Данный канал претендует на роль информатора

актуальных и свежих событий для большого количества пользователей, о чем говорит количество подписанных на медиаресурс людей. Телеграм-канал «Осторожно, новости» выстраивает свой новостной поток из публикаций, содержащих в себе самые разнообразные темы, интересные своей аудитории. Авторская коллегия канала делает акцент на мультимедийности и практически каждую свою публикацию подкрепляет соответствующим фото-или видеоконтентом. Эти особенности подачи информации делают телеграм-канал «Осторожно, новости» схожим с официальным СМИ. Создатели канала получают обширный отклик от своей аудитории, благодаря чему в данном канале присутствует много пользовательского контента, построенного на обращениях третьих лиц. Кроме того, в своем повествовании авторы могут ссылаться на множество авторитетных источников информации среди официальных СМИ. К тому же, «Осторожно, новости», аналогично официальным СМИ, в основу своего контента закладывают собственные обращения по различным вопросам во многие инстанции и службы. Но при этом, создатели канала не предоставляют возможность своей аудитории высказать свое мнение на публику посредством эмодзи-реакций или комментирования. И, помимо этого, зачастую отступают от правил, которым следуют официальные СМИ. Так к отступлениям от традиционных правил можно отнести: освещение провокационных вопросов, использование нецензурной лексики, в том числе вынесение ее в заголовочный комплекс, а также отказ от сокрытия «спорного» контента на фото и видео, что следует отнести к нарушениям журналистской этики.

2.2 Анализ телеграм-канала «Комсомольская правда»

«Комсомольская правда» в самом начале своего существования имела статус периодического печатного издания. По словам главного редактора и генерального директора издательского дома «Комсомольская правда» Владимира Сунгоркина, первый номер газеты вышел 24 мая 1925 года тиражом

в 31 экземпляре. В то время это была первая в Советской России молодежная газета⁴⁶.

С течением времени, когда информационное пространство начало расширяться и стали появляться новые каналы для распространения информации на массовую аудиторию, «Комсомольская правда» стала в ногу со временем перестраиваться на новые форматы. На сегодняшний день «Комсомольская правда» имеет свой собственный сайт в сети Интернет, а также является официально зарегистрированным СМИ, что подтверждает наличие свидетельства о регистрации СМИ на их сайте. Кроме того, «Комсомольская правда» доступна к прочтению на следующих медиаресурсах: «Дзен», «Ярру», «YouTube», «ОК», «ВКонтакте», «RUTube» и «Telegram». Вместе с тем, издательский дом «Комсомольская Правда» продолжает выпуск периодических печатных изданий по подписке.

Для того, чтобы выявить, какие различия в ведении телеграм-канала и в подаче контента присутствуют между официально зарегистрированным СМИ и неофициальным, обратимся к анализу Телеграм-канала «Комсомольская правда».

Телеграм-канал «Комсомольская правда» был создан 8 февраля 2017 года, то есть более чем 8 лет назад. По данным сервиса аналитики TGStat, данный канал относится к категории «Новости и СМИ» и насчитывает чуть больше 282 тысяч подписчиков, что практически в пять раз ниже по количеству, чем количество подписчиков в телеграм-канале «Осторожно, новости». Причем, только 19 % из общего числа подписчиков данного канала просматривают публикации, а 16 % от общего числа пользователей просматривают их в первые 24 часа. Средний охват одной публикации за месяц равняется 52 148⁴⁷. Стоит отметить, что телеграм-канал неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» существует на просторах мессенджера 4 года, следовательно, является

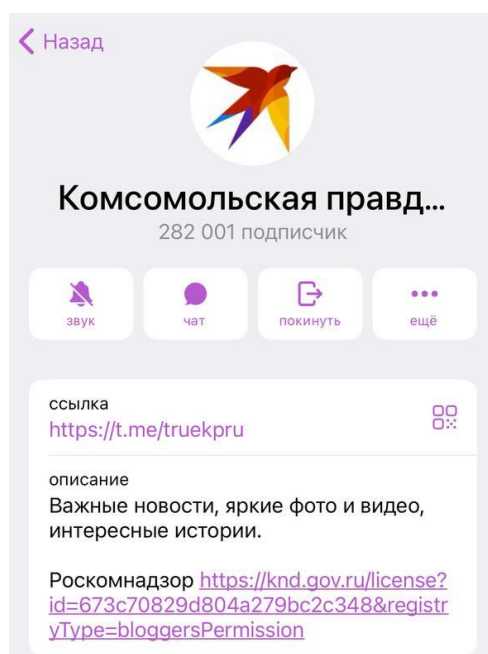
⁴⁶Обращение главного редактора [Электронный ресурс] // Комсомольская правда, KP.RU. URL: <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/95-let-komsomolskoj-pravde/> (дата обращения 13.04.2025).

⁴⁷Статистика Telegram-канала «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@truekpri> (дата обращения: 13.04.2025).

относительно «Комсомольской правды» молодым каналом. Но количество подписанных на ресурс пользователей, а также показатели охвата публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда» значительно ниже, чем у неофициального медиаресурса.

Индекс цитируемости у «Комсомольской правды» равняется 4 495. В общей сложности, телеграм-канал «Комсомольская правда» упоминают 12515 других каналов, преимущественно из категории «Новости и СМИ»⁴⁸. Данный показатель является приближенным к значениям, упомянутым в параграфе 2.1. Из этого следует, что публикации в телеграм-канале «Комсомольская правда» интересны для обсуждения в других информационных каналах данного мессенджера.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» также внесен в перечень зарегистрированных персональных страниц и каналов. Это говорит о том, что в данном канале разрешаются организация сборов пожертвований на свою деятельность и размещение рекламы, а другим пользователям и каналам разрешено делиться их контентом⁴⁹.



⁴⁸ Статистика Telegram-канала «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@truekpru> (дата обращения: 13.04.2025).

⁴⁹ Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс] // www.gosuslugi.ru. URL: <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> (дата обращения 13.04.2025).

Рисунок 18 – Телеграм-канал «Комсомольская правда»

В качестве главного фото канала авторы используют соответствующий логотип издательского дома «Комсомольская правда», а свои принципы ведения контента обозначают во вкладке «описание» (рисунок 18). Авторы утверждают, что в данном телеграм-канале публикуются «важные новости, яркие фото и видео, интересные истории».

Обратимся к анализу публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда». Для анализа было выбрано три аналогичных первому анализу дня – 9,10 и 11 апреля 2025 года.

За три выбранных для анализа дня в телеграм-канале «Комсомольская правда» было опубликовано 133 сообщения на самые разнообразные темы. Стоит отметить, что в случае с «Комсомольской правдой» количество тем, на которые можно разделить публикации, несколько выше, чем в телеграм-канале «Осторожно, новости». Результаты анализа приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Тематика публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда»

Тематика	Частота упоминания
Происшествия	26
Политика	18
Зарубежные новости	21
СВО	3
Общество	19
Спорт	1
Культура	3
Позитивные новости и полезные советы	15
Наука	13
Погода и природа	7
Шоубизнес	3

Исходя из приведенной выше таблицы видно, что тематика контента в телеграм-канале «Комсомольская правда» отличается от тематики канала «Осторожно, новости». Так, чаще всего «Комсомольская правда» делилась публикациями о происшествиях, аналогично телеграм-каналу «Осторожно, новости».

Стоит отметить, что публикации на тему происшествий являются наиболее обсуждаемыми среди подписанных на ресурс пользователей. Так, например, в публикации от 09.04.25 под названием «В Подмоскowie 14-летний подросток с ножом напал на 10-летнего мальчика» пользователи в совокупности оставили 1 970 эмодзи-реакций и написали 69 комментариев. Но если в случае второго, тематика происшествий занимала центральное место, в данном случае существует несколько других часто освещаемых тем. Например, публикации из категории «политика» и «зарубежные новости». Причем, в случае с первой категорией, в ней авторы канала уделяли особое внимание вопросам улучшения уровня жизни граждан, публикуя сообщения о возможных изменениях в законодательстве и внедрении различной поддержки для разных категорий граждан.

Категория «зарубежных новостей» включает в себя резонансные и громкие события других стран. Это отличает «Комсомольскую правду» от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» тем, что в случае с последним, зарубежные новости освещались исключительно со стороны внешней политики и со стороны настроений в других странах о ситуации на Украине. «Комсомольская правда» в своем канале реагирует на события из-за рубежа только в том случае, если их содержание является интересным, удивительным или шокирующим явлением. Например, публикация от 09.04.25 под названием «В Британии впервые женщина родила после пересадки матки».

Стоит отметить, что тематика публикаций в канале «Комсомольская правда» является более обширной и затрагивает самые разнообразные вопросы. Отличительной особенностью является наличие позитивных новостей и полезных советов. Публикации на такую тему за выбранный для анализа

промежуток времени выходили в канале «Комсомольская правда» 15 раз. Пример подобной публикации приведен на рисунке 19.

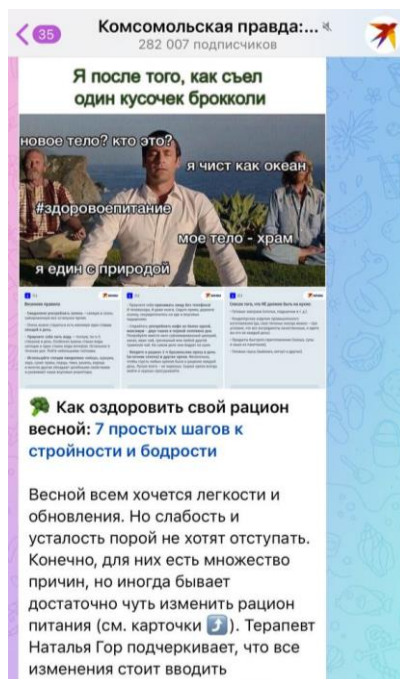


Рисунок 19 – Публикация от 09.04.25, № 1

Как можно заметить, авторы канала в своей публикации затронули тему здорового рациона и дали своим подписчикам рекомендации по изменению рациона питания. Данную публикацию они подкрепили фотографией с юмористическим подтекстом и практическими рекомендациями от терапевта.

Следующая публикация, приведенная на рисунке 20, относится к тематике позитивных новостей.



Рисунок 20 – Публикация от 09.04.25, № 2

В ней авторы обращаются к подписчикам с вопросом и размещают сообщение о дружбе между котом и собакой, подкрепляя текстовый рассказ видео- и фотоматериалами.

Отдельно стоит отметить наличие публикаций на научную тематику. Публикации на эту тему размещаются в телеграм-канале «Комсомольская правда» посредством репоста из их второго канала в этом мессенджере под названием «КП Наука».

Что касается структуры и жанрового разнообразия, телеграм-канал «Комсомольская правда», аналогично каналу «Осторожно, новости», публикует краткие заметки о том или ином событии или происшествии. Но при этом, публикации в телеграм-канале «Комсомольская правда» значительно шире по жанровому разнообразию. Так, авторская коллегия канала кроме заметок использует следующие жанры: интервью, видеорепортаж, очерк и обзор. Кроме того, структура построения текста у анализируемых медиаресурсов идентична. Так, в начале публикации всегда размещено краткое сообщение о событии, основной текст также разделен на смысловые блоки. Это отчетливо прослеживается в публикации на рисунке 21.



Рисунок 21 – Публикация от 11.04.25, №1

В сопровождении данной публикации авторы канала прикрепили краткий видеорепортаж со специальным корреспондентом «Комсомольской правды». Видеоматериал, снятый авторами медиаресурса, всегда сопровождается логотипом издательского дома «Комсомольская правда», что указывает на наличие авторского контента.

Кроме того, авторская коллегия телеграм-канала «Комсомольская правда» при создании публикаций для своего канала широко использует мультимедийный контент. Соотношение форматов подачи контента приведено на рисунке 22.

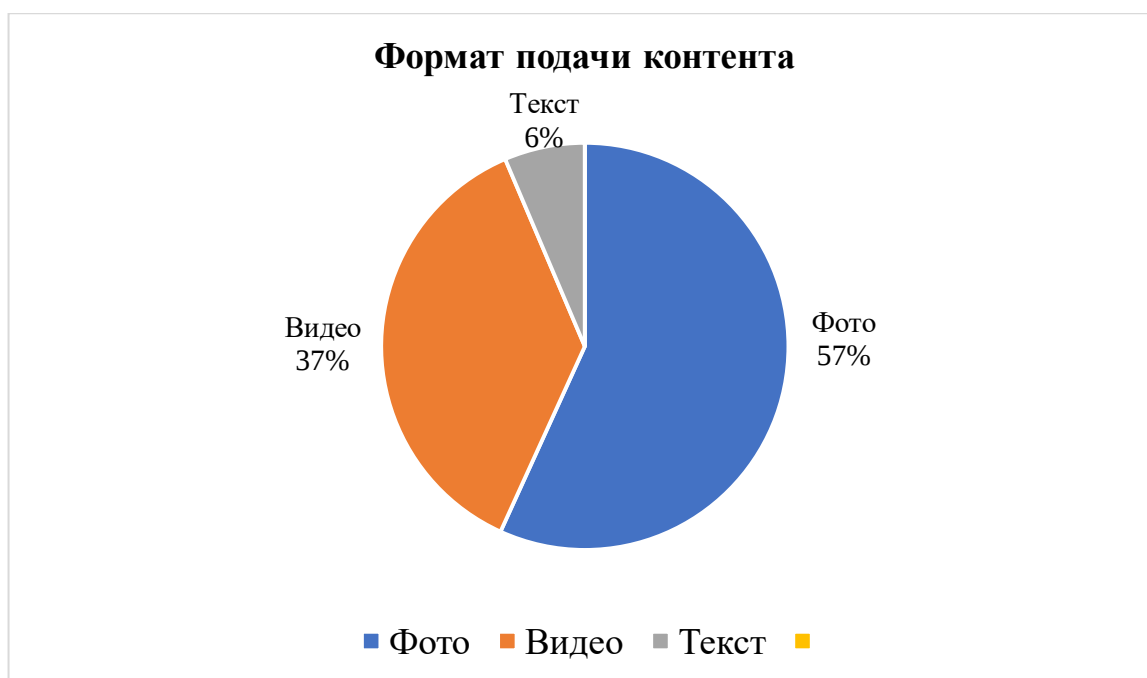


Рисунок 22 – Формат подачи контента

Как можно заметить, за выбранный для анализа промежуток времени в телеграм-канале «Комсомольская правда» было опубликовано 71 сообщение, содержащее в себе фото, что равняется 57 % от общего числа публикаций. С наличием видеоматериала было опубликовано 46 сообщений, что в процентном соотношении равняется 37 %. Публикации, не содержащие в себе какого-либо мультимедийного сопровождения, вышли в количестве 8 сообщений. В наличии мультимедийного контента телеграм-канал «Комсомольская правда» не уступает по показателям неофициальному ресурсу «Осторожно, новости». Это говорит о том, что официальные СМИ на такой площадке, как «Телеграм», стремятся делать публикуемые сообщения более насыщенными по содержанию за счет визуального сопровождения.

Отличительной особенностью телеграм-канала «Комсомольская правда» является то, что при выборе мультимедийного контента для своего канала они широко используют изображения с юмористическим содержанием (рисунок 23).

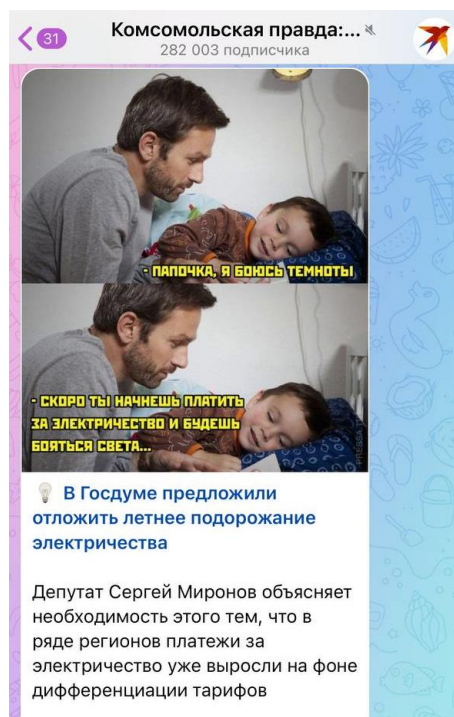


Рисунок 23 – Публикация от 09.04.25, № 3

В данной публикации, посвященной предложению Госдумы отложить подорожание электричества, авторская коллегия телеграм-канала «Комсомольская правда» прикрепила в качестве визуального сопровождения изображение с явным юмористическим подтекстом. В отличие от телеграм-канала «Осторожно, новости» авторы контента для «Комсомольской правды» находят место для шутливого отображения события, посредством изображения.

Стоит отметить, что фотографии, опубликованные в телеграм-канале «Комсомольская правда», в отличие от анализируемого ранее неофициального медиаресурса, не обозначаются водным знаком. В случае, когда фото было сделано другим человеком, авторы канала прописывают информацию о том, кем именно было сделано то или иное изображение. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Комсомольская правда» вероятнее всего использует при создании своего контента фотографии, взятые из специального банка медиафайлов, которыми зачастую пользуются официальные СМИ для предотвращения нарушений закона об авторском праве.

Видеоконтент, размещенный в канале «Комсомольская правда» значительно отличается от видеоконтента в телеграм-канале «Осторожно, новости». Основное отличие состоит в том, что видео «Комсомольской правды» чаще всего строятся в формате полноценной новости и содержат в себе текст, комментарии третьих лиц, фотографии и другие детали, отражающие факт события. Авторы канала собирают всевозможную информацию о том или ином событии и монтируют свой собственный видеоматериал по данной теме. Кроме того, видеоконтент такого формата по длительности варьируется в диапазоне от одной минуты до 20 минут.

В отличие от телеграм-канала «Осторожно, новости», в котором пользователи зачастую становятся «соавторами» контента, в канале «Комсомольской правды» все публикации за выбранный для анализа период времени написаны от имени редакции без отсылок на обращения в редакцию третьих лиц. Кроме того, в противовес неофициальному медиаресурсу «Осторожно, новости» канал «Комсомольская правда» не содержит в своем описании ссылок с призывом для пользователей поделиться новостью.

Вместе с тем, «Комсомольская правда» за выбранные для анализа дни ни разу не ссылалась в своих публикациях на другие СМИ. В то время как «Осторожно, новости» зачастую делали отсылку на зарубежные качественные издания. Но при этом, авторы канала «Комсомольская правда» при создании контента могут поделиться публикацией из другого информационного канала в «Телеграм». Например, за анализируемый промежуток времени, в канале было размещено несколько публикаций, пересланных с таких каналов, как: «SHOT», «И тебя вылечим!», «КП Наука», «360.ru» и другие.

Принципы ведения канала «Комсомольская правда» за анализируемый период соответствуют всем законодательным и этическим нормам журналистики. Так, в публикациях с изображением преступников и других третьих лиц авторы канала всегда закрывают лицо, чтобы сделать образ человека неузнаваемым. В сценах серьезных происшествий авторы канала также прикрывают чувствительный и восприимчивый контент, в отличие от

неофициального медиаресурса «Осторожно, новости», которые не всегда следуют данному правилу. Перечисленные характерные черты отображает рисунок 24.

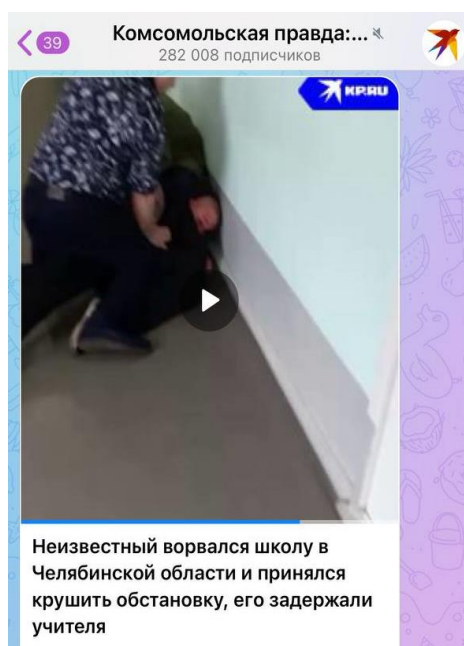


Рисунок 24 – Публикация от 10.04.25, № 1

Кроме того, авторы канала в освещении видеоролика, содержащего нецензурную лексику, обработали звуковой материал таким образом, чтобы нецензурные слова были перекрыты другим звуком. В отличие от канала «Осторожно, новости», политика издания которого не предполагает устранение аналогичных моментов.

Telegram-канал «Комсомольская правда» оснащен всеми преимуществами оформления контента, которые предоставляет мессенджер. Авторы контента для «Комсомольской правды» в «Telegram», аналогично создателям контента для канала «Осторожно, новости», используют в оформлении публикаций все возможности мессенджера (рисунок 25).

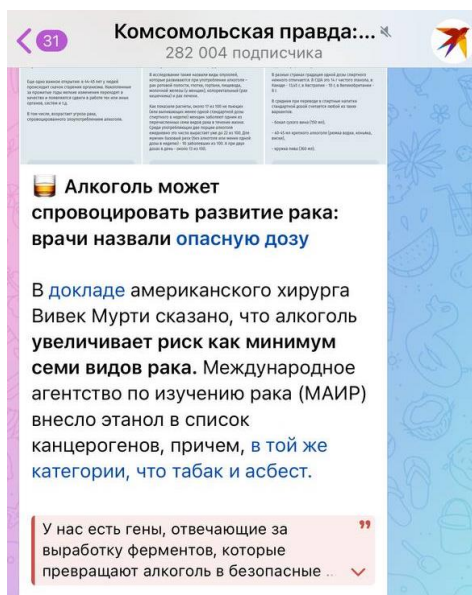


Рисунок 25 – Публикация от 09.04.25, № 4

Так важную информацию и заголовок публикации они выделяют жирным шрифтом, а прямую речь оформляют в виде цитаты. Но в отличие от канала «Осторожно, новости», авторы контента для «Комсомольской правды» используют в своих публикациях эмодзи-символы по смыслу.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» имеет еще целый ряд особенностей, отличающих его от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости». Во-первых, это внедрение активных гиперссылок внутри публикации, что отображено на рисунке 26.

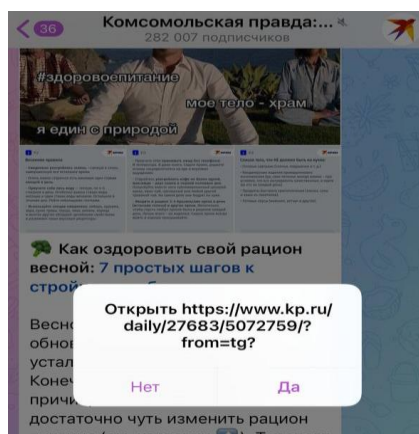


Рисунок 26 – Публикация от 09.04.25, № 5

Авторы канала используют данную функцию мессенджера «Телеграм» для внедрения гиперссылок практически в каждой своей публикации. Эти

ссылки содержат в себе переход на их сайт в сети Интернет, где пользователь сможет ознакомиться с полным содержанием сообщения. Для мессенджера «Телеграм» авторы публикуют краткое содержание той или иной новости, а пользователи сами принимают решение перейти по ссылке для полного ознакомления с текстом или нет.

Во-вторых, авторы канала «Комсомольская правда» ежедневно публикуют краткие сводки по всем главным событиям дня. Краткие сводки по событиям в телеграм-канале «Комсомольская правда» публикуются ежедневно. Кроме того, они оснащены встроенными гиперссылками, благодаря чему упрощается навигация пользователя между публикациями. Для акцентирования внимания авторы канала используют эмодзи-символы, отражающие смысл каждой публикации.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» отличается от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» наличием интерактивности и вовлеченности пользователей в обсуждение контента. Телеграм-канал «Комсомольская правда» дает возможность высказать каждому пользователю свое мнение, что является недоступным для пользователей канала «Осторожно, новости». Авторы канала «Комсомольская правда» побуждают своих подписчиков к обсуждению, оставляя вопросы для размышления под некоторыми своими публикациями. Кроме того, что авторы канала оставили возможность комментирования доступной для всех, они открыли для взаимодействия специальные эмодзи-реакции, которые позволяют пользователям выразить свое отношение к прочитанной публикации. Причем, реакции позволяют выразить любое по характеру отношение – как позитивное, так и негативное.

Вместе с тем, авторы канала «Комсомольская правда» с определенной регулярностью устраивают интерактивное взаимодействие с подписчиками канала (рисунок 27).

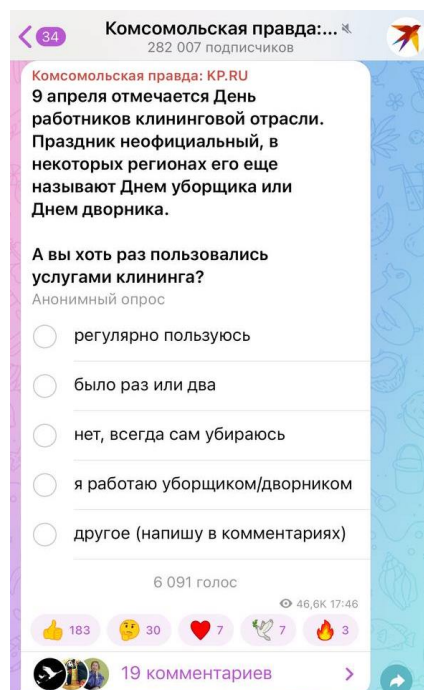


Рисунок 27 – Публикация от 09.04.25, № 6

Как можно заметить, авторы канала используют встроенную в мессенджер «Телеграм» функцию по созданию опросов. Кроме того, на основании полученных данных из опроса, авторская коллегия «Комсомольской правды» публикует результаты через определенный промежуток времени, выявляя отношение подписчиков к тому или иному вопросу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Комсомольская правда» по принципам создания контента и по своей структуре имеет как общие, так и отличные черты от неофициального ресурса «Осторожно, новости». По своему содержанию данный телеграм-канал является не просто источником новостей для пользователей мессенджера, но и интерактивным медиаресурсом, где каждый пользователь может выразить свой голос в регулярных опросах или вступить в обсуждения какой-либо темы в комментариях. Телеграм-канал «Комсомольская правда» в своем контенте отстраивается от публикации только лишь актуальных и громких происшествий, расставляя акценты и на другие типы публикаций, которые помогут пользователям отстроиться от «плохих» новостей на что-то позитивное или получить полезный совет по какому-либо вопросу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного анализа были рассмотрены основные особенности функционирования мессенджера «Телеграм» как медиаресурса, а также основные аспекты присутствия СМИ в «Телеграм».

Также был проведен анализ телеграм-канала «Осторожно новости», не имеющего регистрацию как СМИ, и телеграм-канала официального СМИ «Комсомольская правда» по различным критериям и характеристикам, касающихся особенностей ведения контента в данном мессенджере.

В заключение можно отметить, что проведенный анализ телеграм-каналов «Комсомольская правда» и «Осторожно, новости» демонстрирует наличие как существенных различий, так и некоторых сходств в их функционировании и в принципах ведения контента.

Телеграм-канал официального СМИ «Комсомольская правда» опирается в своей деятельности на традиционные журналистские стандарты и редакционные нормы, благодаря чему повышается степень доверия к данному ресурсу среди его аудитории. Однако это также накладывает некоторые ограничения на его деятельность, которые могут проявляться в выборе тематики для обсуждения и в текстовой подаче информации данным СМИ.

С другой стороны, неофициальный медиаресурс «Осторожно, новости» обладает несколько большей свободой в выборе тематики и в формате подачи своего контента. Это обусловлено тем, что канал «Осторожно, новости», несмотря на то, что по принципам ведения контента похож на официальное СМИ, но, тем не менее, не несет ту ответственность, которой следуют все официальные СМИ. Это позволяет данному медиаресурсу оперативно реагировать на актуальные события и предлагать альтернативные точки зрения, тем самым привлекать аудиторию, которая ищет разнообразие и независимость в потребляемой информации. Тем не менее, такая свобода также может быть сопряжена с некоторыми рисками, которые связаны с достоверностью предоставляемой информации и проверкой фактов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждый из этих телеграм-каналов имеет как свои преимущества, так и недостатки. Официальное СМИ в «Телеграм» на примере канала «Комсомольская правда» обеспечивает стабильность и надежность в публикуемой информации. Кроме того, в данном случае присутствует и разнообразие в подаче контента – официальное СМИ в «Телеграм» не столько делает акцент на сенсационные и «горячие» новости по громким событиям, сколько на информативные и полезные новости по разным вопросам для своей разнородной аудитории.

В то время как неофициальный медиаресурс в «Телеграм» на примере канала «Осторожно, новости» предлагает оперативность в освещении самых горячих и актуальных событий, чаще сенсационных происшествий, интересных большинству людей. Кроме того, неофициальный медиаресурс «Осторожно, новости» отступает от традиционных правил формирования контента. Например, члены авторской коллегии неофициального медиаресурса не работают над устранением нецензурной лексики в публикуемом контенте, не всегда обрабатывают видео, содержащие жестокие кадры, а также с помощью визуального акцентирования текста оказывают возможное влияние на свою аудиторию при освещении провокационных текстов.

В условиях современного медиапространства оба типа каналов могут сосуществовать, дополняя друг друга и удовлетворяя различные потребности пользователей данного мессенджера. Но вместе с тем, неофициальные медиаресурсы в «Телеграм», которые по своей структуре похожи на традиционные СМИ, должны уделять особое внимание публикуемой информации во избежание дезинформирования аудитории.

В целом, результаты исследования подчеркивают весомые различия в ведении канала и в подаче контента на официальных и неофициальных медиаресурсах в «Телеграм». Это указывает на важность контроля за медиаресурсами, претендующими на звание официального СМИ и имеющими особенный авторитет среди множества пользователей, но не являющимися официально зарегистрированным СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аксенова, А. С. Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях / А. С. Аксенова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2021): Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 6-10 декабря 2021 года. – С. 137-141.
- 2 Алексеев, А. В. Использование Telegram-каналов в региональной прессе / А. В. Алексеев, А. И. Дубинин // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 6 – С. 579-586.
- 3 Баранова, Е. А. Новые реалии развития редакций, или что такое газетная конвергенция: моногр. / Е. А. Баранова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 187 с.
- 4 Бардин, С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности [Электронный ресурс] / С. А. Бардин // 2020. – С. 19. – Режим доступа : <https://www.litres.ru/book/sergey-aleksandrovic/telegram-ot-a-do-ya-istoriya-kriterii-raboty-vozmozhn-63074317/> – 13.04.2025.
- 5 Журналист Михаил Стацюк объяснил причины успеха новых медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spbfriends.ru/media/news/zhurnalist-mihail-staczyuk-obyasnil-prichiny-uspeha-novyh-media> – 13.04.2025.
- 6 Иванов, А. Д. Чат-бот в Telegram и «ВКонтакте» как новый канал распространения новостей. / А. Д. Иванов // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева, Т. 1. – № 3. – 2016. – С. 126-132 с.
- 7 Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. // М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
- 8 Как изменилась аудитория соцсетей в России в 2024 году – исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75->

mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry – 13.04.2025.

Количество активных авторов в России достигло рекордных показателей – 75 млн. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75-mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry> – 13.04.2025.

9 Коноплев, Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Э. Коноплев // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3(25). – С. 198-200.

10 Кузьменко, А. А. Актуальные возможности использования социальных сетей для развития современных СМИ / А. А. Кузьменко // Студенческая наука и XXI век, Т. 17. – № 2-2 (20). – С. 57-59.

11 Лосева, Н. С. Аудитория новых медиа // Как новые медиа изменили журналистику, 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет. – С.31-86

12 Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета. / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева // М., 2005. – С.89.

13 Ляховенко, О. И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России [Электронный ресурс] / О. И. Ляховенко // GalacticaMedia: JournalofMediaStudies. – 2022. – №1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-kanaly-v-sisteme-ekspertnoy-i-politicheskoykommunikatsii-v-sovremennoy-rossii> – 16.04.2025.

14 Максим Иксанов: «Шутки – это лицо Mash» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ok-magazine.ru/stars/interview/89553-maksim-iksanov-shutki-eto-lico-mash> – 13.04.2025.

15 Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.

16 Обращение главного редактора [Электронный ресурс]: KP.RU. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/95-let-komsomolskoj-pravde/> – 13.04.2025.

17 Огурцова, А. П. Особенности структурирования журналистского контента telegram-канала [Электронный ресурс] / А. П. Огурцова // Медиасреда. – 2023. – №1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strukturirovaniya-zhurnalistского-kontenta-telegram-kanala> – 16.04.2025.

18 Олешкевич, В. В. Информационные агентства vs журналистские проекты на площадке Telegram / В. В. Олешкевич // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы международной научно-практической конференции, СПб. – 2022. – С. 139-142.

19 Олешкевич, В. В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа [Электронный ресурс] / В. В. Олешкевич // Меди@льманах. – 2022. – № 5 (112). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-zhurnalistika-informatsionnye-proekty-v-messendzherah-kak-novye-massmedia> – 16.04.2025.

20 Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс]: www.gosuslugi.ru. – Режим доступа : <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> – 13.04.2025.

21 Разговор с главредом «Осторожно, новости» Сергеем Титовым [Электронный ресурс]: YouTube. – Режим доступа : <https://youtu.be/tjc2pWu94GY?si=FkUAQp5egO1H9bd9> – 13.04.2025.

22 Рейтинг Telegram-каналов / Россия / Новости и СМИ [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=members> – 13.04.2025.

23 Роскомнадзор разработал порядок ведения реестра каналов с аудиторией больше 10 тыс. человек [Электронный ресурс]: www.interfax.ru. – Режим доступа : <https://www.interfax.ru/russia/979763> – 13.04.2025.

24 Сергеева, Ю. В. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика [Электронный ресурс]: WebCanare. – Режим доступа :

<https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> – 13.04.2025.

25 Солдаткина, Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров / Я. В. Солдаткина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2018. – Т. 23. – № 3. – С. 323-330.

26 Статистика Telegram-канала «Mash» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@mash/stat> – 13.04.2025.

27 Статистика Telegram-канала «Readovka» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@readovkanews/stat>. – 13.04.2025.

28 Статистика Telegram-канала «Новости Москвы» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@moscowmap/stat> – 13.04.2025.

29 Статистика Telegram-канала «Осторожно, новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@ostorozhno_novosti/stat – 13.04.2025.

30 Статистика Telegram-канала «Прямой эфир. Новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@novosti_efir/stat – 13.04.2025.

31 Статистика Telegram-канала «РИА Новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@rian_ru/stat – 13.04.2025.

32 Татаринцева, А. С. Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента/ А. С. Татаринцева. // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. – Воронеж: 2022. – С. 94-96.

33 Татур, И. А. Особенности присутствия СМИ в «Telegram» [Электронный ресурс] / И. А. Татур, Н. Н. Козлова // E-Scio. – 2019. – №11 (38). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prisutstviya-smi-v-telegram>. – 16.04.2025.

34 Телеграм-каналы предложили приравнять к СМИ – Новости Право.ру [Электронный ресурс]: pravo.ru. – Режим доступа : <https://pravo.ru/news/246367/> – 13.04.2025.

35 Шуйская, Ю. В. Лингвистические особенности дискурса Telegram-каналов как нового типа медиа / Ю. В. Шуйская // Социальные гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. – 2023. – С. 45-57.

36 Щербина, И. Д. Специфика освещения новостей в Telegram-каналах новостных СМИ [Электронный ресурс] / И. Д. Щербина // Elibrary: научная электронная библиотека. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=56429233> – 13.04.2025.

37 Эксперты рассказали, как мессенджеры влияют на журналистику [Электронный ресурс]: РИА Новости: сетевое издание. – Режим доступа : <https://ria.ru/20170811/1500183953.html> – 13.04.2025.

38 Яшина, А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ / А. Р. Яшина // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. – Саранск: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2021. – С. 327-334.

39 Telegram-канал «Brand Analytics» [Электронный ресурс]: Telegram. – Режим доступа : <https://t.me/BrandAnalytics/371> – 13.04.2025.

40 Telegram-канал «Readovka» [Электронный ресурс]: Telegram. – Режим доступа : <https://t.me/readovkanews>. – 13.04.2025.

41 Telegram-канал «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@truekpru> – 13.04.2025.

42 Telegram-канал «Павел Дуров» [Электронный ресурс]: Telegram – Режим доступа : <https://t.me/durov> – 13.04.2025.

43 Telegram-канал как инструмент маркетинга новых медиа.
[Электронный ресурс]: vernsky.ru. – Режим доступа :
<https://vernsky.ru/pubs/telegram-kanal-kak-instrument-marketinga-novyh-media-5cd02d8ef2ad471e773c72cb> – 13.04.2025.

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 67 с., 27 рисунков, 2 таблицы, 43 источника.

ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ, НОВЫЕ МЕДИА, «ОСТОРОЖНО, НОВОСТИ», «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА», СМИ

Цель бакалаврской работы: выявить различия в подаче контента между официально зарегистрированными СМИ и неофициальными медиаресурсами в «Телеграм».

Задачи бакалаврской работы:

- изучить использование телеграм-каналов в качестве медиаресурса;
- проанализировать «Телеграм» как платформу для официальных СМИ;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Осторожно, новости»;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Комсомольская правда»;
- провести сравнительный анализ контента и подачи информации в телеграм-каналах «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда».

Цель будет достигнута с помощью использования таких методов как сравнительный анализ, контент-анализ и синтез.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Телеграм-каналы как площадка для современных медиа	8
1.1 Использование «Телеграм» как медиаресурса	8
1.2 Особенности присутствия СМИ в «Телеграм»	15
2 Специфика контента в телеграм-каналах «осторожно, новости» и «комсомольская правда»	27
2.1 Специфика контента и особенности функционирования в телеграм-канале «Осторожно, новости»	27
2.2 Специфика контента и особенности функционирования в телеграм-канале «Комсомольская правда»	46
Заключение	60
Библиографический список	62

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной бакалаврской работы заключается в том, что телеграм-каналы как новый тип медиа являются малоизученным явлением несмотря на то, что их роль в современном медиапространстве стремительно возрастает.

В последние годы сфера медиа претерпевает значительные изменения. Одним из наиболее ярких примеров этих изменений становится появление на просторах медиасреды все большего количества информационных телеграм-каналов, ориентированных на массовую аудиторию и одновременно теряющих признаки традиционных медиа. Данный тренд порождает ряд вопросов, связанных с разграничением официально зарегистрированных СМИ и неофициальных СМИ на просторах «Телеграм».

Многие телеграм-каналы по своей структуре похожи на официальные СМИ и работают, подчиняясь стандартам профессиональной журналистики, но при этом они не обязаны действовать в рамках закона и не несут ответственность за нарушения. В настоящее время ведутся споры о том, что подобные телеграм-каналы необходимо приравнять к официально зарегистрированным СМИ и уравнивать их ответственность перед законом за возможные нарушения.

Благодаря своему функционалу и особенностям потребления контента «Телеграм» стал значимой площадкой для распространения информации и обсуждения актуальных вопросов, что делает его важным объектом исследования в современном медиапространстве.

Цель исследования – рассмотреть специфику функционирования телеграм-каналов как нового типа медиа.

Задачи:

- изучить использование телеграм-каналов в качестве медиаресурса;
- проанализировать «Телеграм» как платформу для официальных СМИ;

- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Осторожно, новости»;
- рассмотреть контент и подходы к распространению информации в телеграм-канале «Комсомольская правда»;
- провести сравнительный анализ контента и подачи информации в телеграм-каналах «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда»;

Объектом исследования является мессенджер «Telegram» как современное медиaprостранство.

Эмпирическая база: публикации в телеграм-канале «Осторожно, новости» и в телеграм-канале «Комсомольская правда» за период с марта по апрель 2025.

Предмет исследования: телеграм-канал «Осторожно, новости» и телеграм-канал «Комсомольская правда».

Степень изученности темы бакалаврской работы. Тема бакалаврской работы частично затрагивалась в следующих научных трудах. В первую группу входят научные труды, посвященные специфике социальных сетей и работе журналистов: А.С. Аксенова «Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях», Я.В. Солдаткина «Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров». Во вторую группу следует включить литературу, рассматривающую непосредственно «Telegram» как новый тип медиа: А.Р. Яшина «Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ», А.С. Татаринцевой «Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента».

Методы: сравнительный анализ, количественно-качественный контент-анализ и синтез.

Теоретическая значимость: изучение телеграм-каналов (на примере «Осторожно, новости» и «Комсомольская правда») поможет расширить знания о «Telegram» как новом типе медиа, исследовать его роль в формировании контента на широкую аудиторию.

Практическая значимость работы: бакалаврская работа по данной теме может стать источником в разработке рекомендаций для журналистов и медиа профессионалов по эффективному использованию «Телеграм» в качестве источника распространения информации.

Структура работы: введение, две главы, заключение и библиографический список.

1 ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЫ КАК ПЛОЩАДКА ДЛЯ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИА

1.1 Использование «Телеграм» как медиаресурса

В современном мире сфера медиа и журналистики активно развивается и меняется. Вместе с тем, появляются и осваиваются новые платформы для публикации контента на массовую аудиторию. В свою очередь, СМИ подстраиваются под реалии и уходят за своей аудиторией, начиная вести деятельность на тех платформах, которые пользуются у них спросом.

Сегодня в число платформ, активно используемых пользователями, входит «Телеграм». В связи с этим, редакции газет, журналов, сайтов, телеканалов и другие медиа вынуждены перенести и адаптировать свой контент на платформу «Телеграм», создав там собственный публичный канал.

Новые возможности в ведении контента появились еще в 2013 году, когда российский предприниматель и программист Павел Дуров начал постепенно внедрять мессенджер «Телеграм» в медиaprостранство. С каждым днем наблюдался значительный прирост интереса пользователей к данному мессенджеру¹.

В самом начале своего существования мессенджер «Телеграм» использовался преимущественно для обмена сообщениями между отдельными пользователями. С течением времени и с каждым новым обновлением мессенджера он дополнялся все новыми возможностями, к числу которых можно отнести и непосредственно создание собственного публичного канала².

¹Бардин С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности [Электронный ресурс]. 2020. С. 3. URL: <https://www.litres.ru/book/sergey-aleksandrovic/telegram-ot-a-do-ya-istoriya-kriterii-raboty-vozmozhn-63074317/> (дата обращения: 13.04.2025).

²Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 3(25). С. 198-200.

В марте этого года создатель «Телеграм» Павел Дуров высказался на своем официальном канале в «Телеграм» о количестве активных пользователей за месяц. По его словам, «Телеграм» имеет «значительно более 1 миллиарда активных пользователей в месяц», тем самым став вторым по популярности приложением для обмена сообщениями в мире, после мессенджера WhatsApp. Создатель «Телеграм» в своем обращении также отметил высокий прирост вовлеченности пользователей и заявил, что «в среднем каждый пользователь открывает «Телеграм» 21 раз в день и проводит в приложении 41 минуту каждый день»³.

Стоит отметить, что блокировка и запрет некоторых популярных зарубежных социальных сетей на территории Российской Федерации поспособствовала увеличению количества пользователей-россиян в «Телеграм». А массовый переход россиян к мессенджеру «Телеграм» побудил СМИ и другие медиа начать работать с ним и создать там свой уникальный канал, отвечающий предпочтениям своей аудитории.

По данным технологичной исследовательской компании «Mediascope», на октябрь 2024 года среднемесячное количество пользователей Telegram составляют 72 % населения России. Причем, это значение ежемесячно увеличивается, что говорит о равномерном росте вовлеченности и интереса к данному мессенджеру среди россиян⁴.

Также, за предыдущий год увеличилось и количество авторов телеграм-каналов. По данным исследовательской компании «Mediascope», количество авторов увеличилось на 72 % за последний год и достигло рекордного показателя – 24 миллиона. Удобство пользования мессенджером авторы каналов оценивают в среднем на 8.6 баллов⁵.

³ Павел Дуров, view@durov [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

⁴ Как изменилась аудитория соцсетей в России в 2024 году – исследование [Электронный ресурс]. URL: <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75-mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry> (дата обращения: 13.04.2025).

⁵Brand Analytics [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/BrandAnalytics/371> (дата обращения: 13.04.2025).

Многочисленные исследования пользовательской вовлеченности и активности в «Телеграм» подтверждают тот факт, что данный мессенджер все прочнее входит в современное медиапространство. Это обусловлено и поведением современных пользователей, которые чаще предпочитают традиционным медиа экраны собственных смартфонов⁶. В связи с этим формат коротких новостей в мессенджере «Телеграм» становится все более популярным и актуальным среди пользователей.

В 2023 году главный редактор сайта Sobaka.Ru Михаил Стацюк на своем мастер-классе объяснил причину успеха «Телеграм» как нового типа медиа тем, что «Каждый человек теперь СМИ, и в «Телеграм» на первое место вышла аутентичность контента, эмоциональность. У аудитории повысился запрос на честность. Когда ты не заложник издательских домов и брендов, а сам оцениваешь рестораны или образы знаменитостей, то можешь позволить себе всё, что угодно»⁷.

Стремительно растущая популярность «Телеграм» как медиаресурса обусловлена рядом удобных функций и преимуществ внутри самого мессенджера, которые позволяют использовать его в рамках создания собственного, уникального и разнородного контента как отдельными пользователями, так и целыми медиагруппами.

«Телеграм» предоставляет своим пользователям возможность быстро ознакомиться с краткой сводкой новостей и актуальными событиями по той или иной теме. Кроме того, пользователь может самостоятельно сформировать свое мнение о том, насколько важно перейти к ознакомлению с полным содержанием данного сообщения на сайт. Еще одной чертой, привлекающей пользователей к мессенджеру, является то, что платформа интерактивна и

⁶Лосева Н. С. Аудитория новых медиа // Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет. С.31-86.

⁷ Журналист Михаил Стацюк объяснил причины успеха новых медиа [Электронный ресурс] // URL: <https://spbfriends.ru/media/news/zhurnalist-mihail-staczyuk-obyasnil-prichiny-uspeha-novyh-media> (дата обращения: 13.04.2025)

побуждает к обсуждению и выражению собственного мнения через комментарии, пересылки и эмодзи-символы⁸.

В условиях быстро меняющегося медиапространства создание и развитие собственного телеграм-канала для различных медиа является необходимым и стратегически обоснованным действием. Благодаря этому шагу они значительно расширяют свою аудиторию и сохраняют конкурентоспособность.

Для авторов контента «Телеграм» как инструмент вещания на массовую аудиторию интересен прежде всего тем, что он позволяет создавать собственные каналы, которые по своему функционалу являются аналогией с сообществами в других социальных сетях⁹.

«Телеграм» не имеет ограничений по адаптации контента. Каждый автор канала может использовать при создании контента самые разнообразные способы подачи информации: фото, видео, голосовые и видео сообщения в реальном времени, прямые трансляции, текст со встроенными гиперссылками и другие.

Для удобства работы «Телеграм» добавил возможность создания собственного «бота» – специальной программы, которая автоматизирует многие процессы в работе с собственным каналом. Например, с помощью данной программы можно выстроить свой алгоритм работы и настроить его на отложенную публикацию контента и модерацию в чате канала¹⁰.

Кроме того, «Телеграм» интересен авторам и пользователям возможностью оперативного распространения информации. Понятный и простой интерфейс помогает моментально делиться полученной информацией, что становится особенно актуальным в условиях чрезвычайно важных общественных событий, которые требуют моментального освещения. Пользователи, в свою очередь, сразу заметят то или иное сообщение, так как уведомление о нем попадает пользователю прямо в телефон в качестве личного

⁸ Кузьменко А. А. Актуальные возможности использования социальных сетей для развития современных СМИ // Студенческая наука и XXI век. Т. 17. № 2-2 (20). С. 4.

⁹ Коноплев Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях // Челябинский государственный университет. 2017. № 3(25). С. 198-200.

¹⁰ Там же.

сообщения, которое можно открыть в любое удобное время. В отличие от других социальных сетей, где «умная» лента новостей постоянно обновляется, в мессенджере «Телеграм» не

теряется новостной поток¹¹.

Одной из ключевых особенностей «Телеграм» является то, что новостную ленту того или иного канала невозможно читать без подписки на сам канал. Это преимущество позволяет собрать в своем канале только заинтересованных в представленном контенте пользователей и упрощает исследование и анализ аудитории¹².

Отдельно стоит отметить то, что «Телеграм» позволяет создателям публичных каналов выстраивать одностороннюю коммуникацию со своей аудиторией. Благодаря этой особенности авторы могут публиковать сообщения, аудио, видео и фото в своем канале без обратной связи от своей аудитории. В противовес этой функции, «Телеграм» помогает выстроить и самые разнообразные способы обратной связи от аудитории. К числу этих способов можно отнести: создание отдельного чата, в котором заинтересованные пользователи смогут коммуницировать между собой на любую тему, размещение эмодзи-реакций, которые помогут пользователям показать наглядно свое отношение к размещенному контенту, а также комментирование под каждой публикацией¹³.

Еще одной характерной особенностью для «Телеграм» как медиаресурса является возможность авторов при желании оставаться анонимным, что становится особенно актуальным при распространении слишком доверительного и восприимчивого контента. Благодаря усиленному коду

¹¹Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов. Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. Саранск: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2021. С. 327-334.

¹²Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика [Электронный ресурс] // URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения: 13.04.2025).

¹³Бардин С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности, 2020. С. 29.

шифрования «Телеграм» делает коммуникацию внутри мессенджера более безопасной и защищенной от излишнего внимания¹⁴. Авторы каналов могут запретить копирование своих публикаций другими пользователями, что позволяет распространять абсолютно уникальный контент без возможности его плагиата другими авторами.

«Телеграм» как медиаресурс позволяет своим авторам создавать разные каналы – публичные и приватные. Доступ к первым открыт абсолютно для всех пользователей, что позволяет любому человеку найти этот канал во встроенной системе поиска внутри мессенджера. Что касается частных каналов, то в данном случае доступ к информации смогут получить только определенные пользователи, у которых есть специальная ссылка-приглашение на вступление в данный канал¹⁵. Такое новаторство позволяет пользователям создавать закрытые сообщества с ограниченным количеством аудитории.

К другим особенностям мессенджера «Телеграм» можно отнести возможность монетизации собственного канала за счет «звезд» и рекламы. Авторы популярных каналов могут получить от своей аудитории материальную поддержку, так называемые «донаты» в виде реакции звезды под каждым постом.¹⁶ Любой пользователь может приобрести себе звезды за реальные деньги и впоследствии отправлять их любимым каналам в виде реакции или подарка, который также можно приобрести внутри самого мессенджера.

Кроме того, с недавнего времени пользователи «Телеграм» с подпиской premium могут получить дополнительные возможности в ведении контента: публикация так называемых «историй», по аналогии с Instagram, размещение в своем профиле адреса и часов работы, а также создание автоматических

¹⁴Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года./ Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

¹⁵Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

¹⁶Telegram-канал Павел Дуров, view@durov[Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

приветствий и быстрых ответов в общении с другими пользователями. Согласно информации, представленной в официальном канале создателя «Телеграм» Павла Дурова, количество подписчиков подписки премиум превысило 12 миллионов за 2024 год, что говорит о высокой степени вовлеченности пользователей в создание уникального контента¹⁷.

Благодаря своему функционалу «Телеграм» за все время своего существования в медиапространстве собрал вокруг себя множество самых разнообразных авторов. В последнее время широкое распространение получила тенденция создания телеграм-каналов как объединения аудитории по определенной тематике, где пользователи-единомышленники могут регулярно следить за обновлениями и принимать участие в обсуждениях. В силу этого, различные медиагруппы, такие как журналисты и блогеры, политические и коммерческие организации, а также образовательные учреждения стали активно применять весь функционал «Телеграм» для создания собственного контента¹⁸.

Журналисты используют телеграм-каналы для создания общественно-значимого контента и оперативного распространения информации, а также для прямого контакта со своей аудиторией. Блогеры используют «Телеграм» в целях увеличения своей аудитории и объединения пользователей по схожим интересам. Политические и государственные структуры, в свою очередь, используют мессенджер для освещения общественно-значимой информации, мобилизации поддержки власти и проектов, а также для освещения информации о актуальных общественных акциях и событиях. Образовательные учреждения – для выстраивания контакта с учениками, а коммерческие организации – для повышения продаж и роста потенциальных покупателей.

¹⁷Telegram-канал Павел Дуров, [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/durov> (дата обращения: 13.04.2025).

¹⁸ Яшина А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года. / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. 2021. С. 327-334.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что «Телеграм» как медиаресурс является инструментом для создания контента, обмена информацией и взаимодействия с неограниченной по количеству аудиторией. Функциональные возможности «Телеграм» позволяют авторам создавать самый разнообразный контент и выстраивать обратную связь с пользователями. В современном мире использование такого мессенджера, как «Телеграм», становится все более актуальным как для отдельных пользователей, так и для различных организаций и медиагрупп. «Телеграм» не только меняет подход к массовой коммуникации, но также формирует новые стандарты взаимодействия в современную цифровую эпоху.

1.2 Особенности присутствия СМИ в «Телеграм»

В последние годы наблюдаются заметные трансформационные процессы в сфере массовых коммуникаций, связанные со стремительным развитием цифровых технологий и изменением потребительских привычек. Традиционные СМИ, такие как радио, телевидение и печатные издания, сталкиваются с рядом трудностей, обусловленных падением интереса аудитории и развитием новых форматов потребления контента.

В этом контексте социальные сети и мессенджеры становятся наиболее удобными и более оперативными форматами публикации и потребления контента. Официальные СМИ, которые прочно закрепили свое имя в медиапространстве, начинают осваивать альтернативные варианты создания контента и адаптируются к новым форматам. Этим обусловлен массовый процесс перехода СМИ в мессенджер «Телеграм» – платформу, которая становится все более популярной среди пользователей, что делает ее привлекательной альтернативой для официальных СМИ¹⁹.

Тенденция перехода СМИ в соцмедиа связана и с обилием возможностей, которые они предоставляют авторам контента и его потребителям. Большинство СМИ под влиянием быстро растущих соцмедиа осознали, что

¹⁹Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23, №3. С. 327.

нужно идти к аудитории, в те места, где наблюдается ее массовое скопление²⁰. Так называемыми «местами скопления аудитории» и стали социальные сети и мессенджеры. Таким образом, в настоящее время соцмедиа могут рассматриваться как новые медиа с собственной и уникальной спецификой вещания и подачей контента.

К этой тенденции относится активное развитие журналистских проектов в «Телеграм». Данный мессенджер является альтернативой традиционным СМИ, в которой посредством функции создания каналов можно сформировать собственную площадку для передачи контента на широкую аудиторию²¹.

Однако телеграм-каналы по-прежнему не могут создать конкуренцию другим видам СМИ. В первую очередь, это связано с тем, что пользователями телеграм-каналов являются преимущественно молодые люди в возрасте до 35 лет. В свою очередь, традиционные виды СМИ имеют некоторые преимущества над телеграм-каналами, основным из которых является достоверность опубликованной информации. Как правило, на сайтах СМИ публикации появляются несколько позже, что обусловлено техническими особенностями создания контента для сайтов, вследствие чего публикуемая информация может быть тщательнее проверена с помощью разных источников. Однако в то же время, не всем пользователям удобно заходить на сайт, чтобы узнать актуальную сводку новостей за сегодня, а гораздо удобнее получить уведомление о новости на свой смартфон сразу же после ее размещения в телеграм-канале²².

О том, насколько «Телеграм» способен заменить традиционные медиа высказался секретарь Союза журналистов России Тимур Шафира. По его словам, «разговоры о том, что соцсети вот-вот ликвидируют классическую журналистику, схожи с известным рассуждением о том, что скоро не останется

²⁰ Алексеев А. В., Дубинин А. И. Использование Telegram-каналов в региональной прессе // Вопросы устойчивого развития общества. 2022. № 6 С. 579-586.

²¹ Татаринцева А. С. Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. Воронеж: 2022. С. 95.

²² Солдаткина Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2018. Т. 23. №3. С. 327.

ни театра, ни кино, а будет сплошное телевидение». В своем рассуждении он отметил тот факт, что массовое осваивание СМИ социальных сетей и мессенджеров являются лишь эволюционным этапом развития²³.

В настоящее время телеграм-каналы СМИ можно условно разделить на следующие категории: те СМИ, для которых «Телеграм» по своей сути является неким связующим звеном между читателем и основным сайтом, и те СМИ, для которых телеграм-каналы являются основным источником распространения информации. Так или иначе, СМИ с переходом на новую платформу в мессенджер «Телеграм» вынуждены были адаптировать свой контент под новый формат и подстроиться под новые условия своего существования.

В первую очередь, СМИ окончательно перестают быть «текстоцентричной» системой. Письменный или устный текст, который доминировал в сфере журналистики целые столетия, теряет свою актуальность с переходом в новый мессенджер. Этому явлению есть свое объяснение: во-первых, «Телеграм» имеет ограничения по количеству текстовых символов в одном сообщении, а во-вторых, современные пользователи с внедрением социальных сетей в жизнь привыкли к потреблению краткого и лаконичного контента «между делом». Письменный и устный текст теперь воспринимается в формате короткого сообщения, дополненного по смыслу фотографией, видео, аудио или инфографикой²⁴.

Вместе с тем, СМИ в «Телеграм» приобрели интерактивность. Существовавшие ранее рубрики писем от читателей в газетах и звонок в студию на радио заменились комментированием в реальном времени. Современный пользователь «Телеграм» сам выбирает в какой очередности потреблять опубликованный контент, а также с помощью репостов, реакций и комментариев высказывает свое отношение к публикуемому контенту. Кроме

²³ Эксперты рассказали, как мессенджеры влияют на журналистику [Электронный ресурс] // РИА Новости: сетевое издание. URL: <https://ria.ru/20170811/1500183953.html> (дата обращения: 13.04.2025).

²⁴Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 413 с.

того, СМИ могут легко проводить опросы среди своей аудитории по актуальным проблемам, что позволяет ознакомиться с мнением пользователей по тому или иному вопросу²⁵. Также, «Telegram» предоставляет СМИ возможность устраивать автоматизированные розыгрыши и викторины, тем самым привлекая к своему каналу все большее количество пользователей. Фактически СМИ значительно расширили зону взаимодействия со своей аудиторией посредством внедрения собственного телеграм-канала.

«Telegram» помогает СМИ быстрее собирать инфоповоды для своих сообщений. Зачастую сообщения от СМИ публикуются на основании информации, полученной либо от отдельных пользователей, либо из обычных новостных каналов в «Telegram». Это связано с тем, что актуальная информация в таких каналах появляется мгновенно, и также мгновенно она схватывается СМИ. В связи с тем, что пользователь по своей сути может стать «соавтором» публикуемого контента в СМИ, возрастает интерес к их телеграм-каналам²⁶.

Кроме этого, СМИ сегодня существуют в совершенно новой конкурентной среде. Если годами ранее конкуренция существовала в основном между различными видами СМИ как разного типа, так и единого направления, то сегодня конкуренция становится в своем роде уникальной и объединяет не только различные СМИ, но и отдельных авторов, не являющихся официально зарегистрированным СМИ²⁷.

Границы в медиа пространстве «Telegram» становятся все более размытыми. Многие телеграм-каналы не являются официально зарегистрированным СМИ, но тем не менее мало чем отличаются от официальных СМИ на данной платформе. Создатели пользовательского

²⁵ Там же.

²⁶ Аксенова А. С. Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2021): Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва. 6-10 декабря 2021 года. С. 138.

²⁷ Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. С. 145.

контента впитывают все черты профессиональной журналистики и выступают информаторами на широкую аудиторию, тем самым становятся все меньше отличимы от официальных СМИ²⁸.

В настоящее время ведутся разговоры о том, что телеграм-каналы необходимо приравнять к СМИ. По данным источника «Право.RU», с данной идеей выступил глава совета по правам человека Валерий Фадеев. Он отметил, что сейчас деятельность таких телеграм-каналов никаким образом не регулируется законом.²⁹ Причем они по своей структуре и по своему содержанию похожи на официальные СМИ, но не действуют в рамках закона и не несут никакой ответственности за нарушения. При этом, официально зарегистрированные СМИ продолжают работать в рамках закона и в случае чего подвергаются ответственности за клевету и нарушение тайны. Кроме того, публикации в такого рода телеграм-каналах не всегда соответствуют действительности и могут вводить в заблуждение огромное число пользователей, которые в силу неосведомлённости не могут отличить их от официальных СМИ, которым можно доверять. Те каналы, которые не имеют регистрацию как СМИ, зачастую позволяют себе публиковать недостоверную информацию, которую после ее опровержения просто удаляют из своей новостной ленты, заявляя при этом о том, что данная новость не нашла своего подтверждения³⁰.

Для того, чтобы СМИ успешно конкурировать с подобного рода телеграм-каналами необходимо соблюдать ряд определенных правил. Во-первых, СМИ необходимо продолжать освещать актуальные новости одними из первых, так как именно этот фактор является одним из решающих в выборе того канала, который будет интересен пользователям. Во-вторых, СМИ в «Телеграм», несмотря на важность оперативности публикации, должны продолжать публиковать достоверную информацию и перепроверять все

²⁸ Там же.

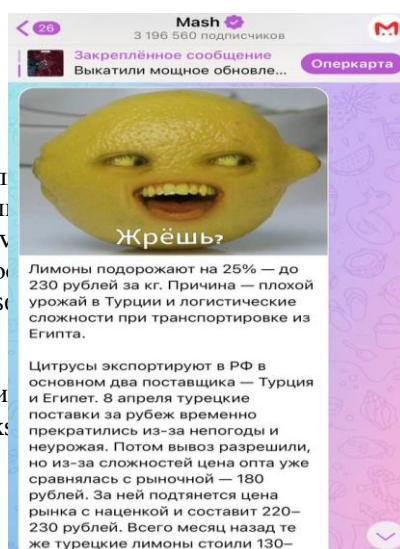
²⁹ Телеграм-каналы предложили приравнять к СМИ – Новости Право.ру [Электронный ресурс] // pravo.ru. URL: <https://pravo.ru/news/246367/> (дата обращения: 13.04.2025).

³⁰ Там же.

сведения в различных надежных источниках. В-третьих, СМИ в «Телеграм» должны сохранять разнообразие в публикуемом контенте и подстраиваться под появившиеся обновления, придавая своему контенту уникальность³¹.

По данным сервиса аналитики «TGStat» на 2025 год в категории «Новости и СМИ» насчитывается свыше 65 тысяч каналов, что указывает на интерес отдельных пользователей и целых медиагрупп к освещению актуальных новостей на широкую аудиторию. Рейтинг самых популярных телеграм-каналов по охвату аудитории в категории «Новости и СМИ» составляют следующие каналы: на первом месте – телеграм-канал «Mash», на втором – «Readovka», на третьем – «Прямой эфир. Новости», на четвертом – «Новости Москвы» и замыкает пятерку телеграм-канал «РИА Новости»³².

Телеграм-канал «Mash» входит в состав «News Media Holding». Он построен на оперативных новостях и является одним из самых популярных русскоязычных каналов в «Телеграм». На сегодняшний день телеграм-канал «Mash» насчитывает свыше 3 миллионов подписчиков, а его индекс цитирования равняется 13,5 тысячам³³. Активный рост популярности данного канала приходится на 2017 год. В первые месяца работы на телеграм-канал «Mash» ссылались в информационном портале «Life», а в последствии материалами данного канала пользуются многие другие СМИ. В настоящее время «Mash» является основным и официальным источником контента для информационного портала «Life» и также предоставляет контент для других СМИ, в том числе и для федеральных³⁴. Внутреннее оформление телеграмм-канала продемонстрировано на рисунке 1.



³¹Олешкевич В. В. Телеграм-журнал [Электронный ресурс] // Меди@л. zhurnalistika-informatsionnye-proekty-v

³²Рейтинг Telegram-каналов. Рос <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sc>

³³Статистика Telegram-канала Mash (дата обращения: 13.04.2025).

³⁴Максим Иксанов: «Шутки – это ли [magazine.ru/stars/interview/89553-maks](https://www.ok-magazine.ru/stars/interview/89553-maks)

в мессенджерах как новые массмедиа <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram->

lia (дата обращения: 16.04.2025). <https://tgstat.ru>. URL: 14.2025).

URL: <https://tgstat.ru/channel/@mash/stat>

// OK-magazine.ru. URL: [https://www.ok-](https://www.ok-magazine.ru)

та обращения: 13.04.2025).

Рисунок 1 – Телеграмм-канал «Mash»

Как можно заметить, телеграм-канал «Mash» использует в своем контенте не только сухое изложение фактов и событий, но и фотографии в шуточной форме, что характеризует манеру введения данного канала как неформальную, но в то же время информативную.

Телеграм-канал «Readovka» (рисунок 2), занимающий второе место в рейтинге популярных каналов в категории «Новости и СМИ», является официально зарегистрированным СМИ. Количество подписчиков в данном канале равняется 2.7 миллионам человек, а индекс цитирования – 10 тысячам³⁵. В рамках своего канала создатели делятся резонансными новостями и смелыми расследованиями, оперативно транслируют главные новости дня и оповещают аудиторию актуальными событиями³⁶.

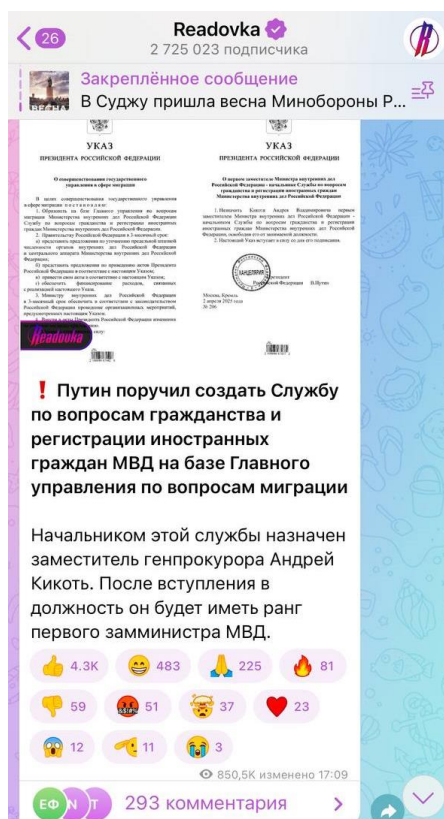


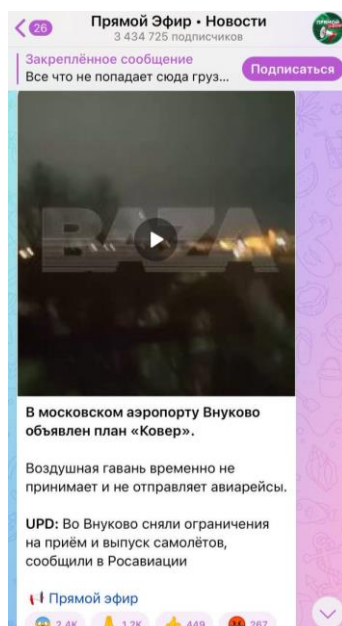
Рисунок 2 – Телеграм-канал «Readovka»

³⁵Статистика Telegram-канала «Readovka» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@readovkanews/stat> (дата обращения: 13.04.2025).

³⁶Telegram-канал Readovka, View@readovkanews [Электронный ресурс] // Telegram. URL: <https://t.me/readovkanews> (дата обращения: 13.04.2025).

Telegram-канал «Readovka», как можно заметить, использует в ведении своего канала всевозможные способы взаимодействия со своей аудиторией – и комментарии, и эмодзи-реакции. Это позволяет наладить контакт со своей аудиторией и предоставляет каждому из пользователей возможность выразить свое отношение к той или иной публикации.

Telegram-каналы «Прямой эфир», Новости» (рисунк 3) и «Новости Москвы» не являются официально зарегистрированными СМИ, но, тем не менее, данные каналы собрали вокруг себя большое количество пользователей: 3,5 миллиона подписчиков и 2 миллиона подписчиков соответственно³⁷. Стоит отметить, что в описании вышеупомянутых телеграм-каналов представлена активная ссылка на перечень зарегистрированных персональных страниц и каналов, что подтверждает факт того, что они внесены в перечень Роскомнадзора, благодаря чему владельцам данных каналов разрешено размещать информацию о сборах пожертвований на свою деятельность, размещать рекламу по заявкам рекламодателей, а также другие каналы и отдельные пользователи могут делать репосты публикаций из данных ресурсов³⁸.



³⁷ Статистика Telegram-канала «Прямой эфир. Новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@novosti_efir/stat. (дата обращения: 13.04.2025).

³⁸ Статистика Telegram-канала «Новости Москвы» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@moscowmap/stat> (дата обращения: 13.04.2025).

Рисунок 3 – Телеграм-канал «Прямой эфир. Новости»

Телеграм-канал «Прямой эфир. Новости», не имеющий регистрации как СМИ, в ведении своего контента также использует всевозможные способы взаимодействия со своей аудиторией. К тому же, для создания своего контента использует видео и фото других информационных каналов в Телеграм.

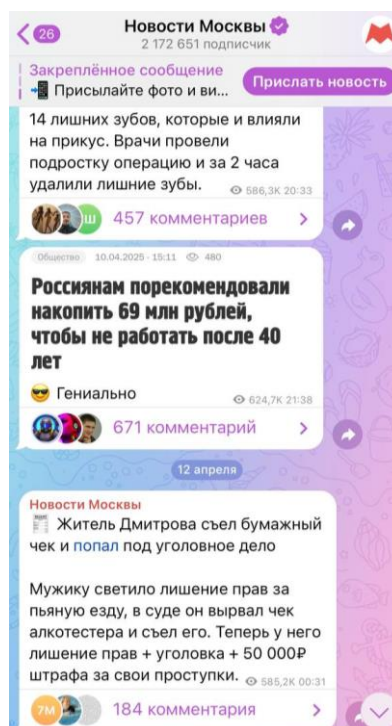


Рисунок 4 – Телеграм-канал «Новости Москвы»

Телеграм-канал «Новости Москвы», продемонстрированный на рисунке 4, также не имеет регистрации как СМИ. Канал строит свой контент как на публикации актуальных новостей и происшествий, так и предлагает темы для размышления своим пользователям, высказывая свое личное мнение, касаясь того или иного события. Возможность взаимодействия с аудиторией проявляется через свободное комментирование. Как можно заметить, данный канал принимает информацию для создания контента от своих пользователей, что может говорить о том, что аудитория данного канала выступает в роли «соавтора» для публикаций.

Телеграм-канал крупнейшего информационного агентства «РИА Новости» (рисунок 5) уступает по охватам аудитории другим телеграм-

каналам, но тем не менее имеет самый высокий уровень цитируемости, который равняется 15 тысячам³⁹. Это говорит о том, что канал «РИА Новости» является более надежным и достоверным источником для цитирования другими каналами. На телеграм-канал подписано свыше 3.5 миллиона пользователей. Контент, публикуемый в данном канале, напоминает краткие оперативные сводки размером чаще в 1-2 строки, посвященные актуальным новостям России и всего мира.

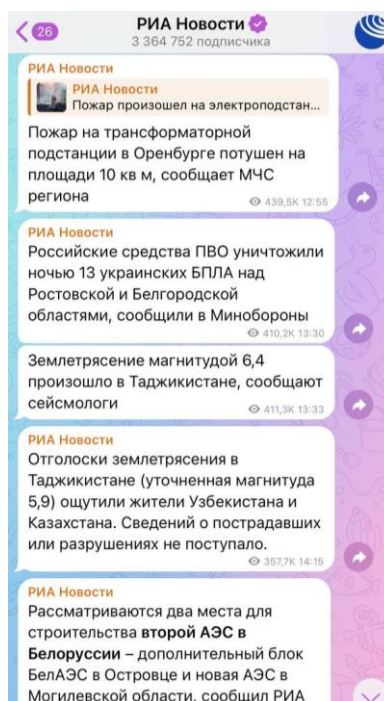


Рисунок 5 – Телеграм-канал «РИА Новости»

Телеграм-канал крупнейшего информационного агентства России содержит в себе строго информационный контент и оперативные сообщения о тех или иных событиях.

Как можно заметить, в рейтинг популярных телеграм-каналов в категории «Новости и СМИ» вошли не только официально зарегистрированные СМИ, но и каналы с так называемым пользовательским контентом, построенные по принципам журналистики, но, тем не менее, не имеющие официальной

³⁹ Статистика Telegram-канала «РИА Новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@rian_ru/stat (дата обращения: 13.04.2025).

регистрации как СМИ. Исходя из этого, можно говорить о том, что популярностью и доверием среди пользователей пользуются не только официальные источники информации.

Это в свою очередь может привести к неправильному восприятию информации пользователями. Как правило, телеграм-каналы, не имеющие официальной регистрации как СМИ, имеют больше свободы в своем контенте и не всегда размещают то, что является правдой. Некоторые сообщения могут быть слегка искажены в своем смысле намеренно или непреднамеренно, или вовсе содержать полностью недостоверную информацию. Это происходит потому, что подобные телеграм-каналы не подчиняются в полной мере всем законам, которым подчиняются СМИ с официальной регистрацией.

Но тем не менее, данный рейтинг телеграм-каналов из категории «Новости и СМИ» подтверждает тот факт, что у пользователей наблюдается интерес к прочтению новостей и актуальных событий страны и мира в целом. «Телеграм» в данной категории собрал внутри себя большое количество пользователей, что еще раз подчеркивает важность перехода СМИ в мессенджер «Телеграм» и адаптацию контента для его пользователей.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время присутствие СМИ в «Телеграм» является крайне значимым шагом, обусловленным развитием медиапространства и изменением в потребительских привычках. Телеграм-каналы становятся для СМИ функциональным инструментом в мгновенном распространении контента на широкую аудиторию, а также для распространения уникального мультимедийного контента и развитию интерактивности внутри своего канала. Благодаря использованию СМИ телеграм-каналов они обладают возможностью оперативно реагировать на актуальные события мира, что особенно актуально в условиях быстрого новостного потока, когда традиционные форматы СМИ зачастую оказываются неэффективными. Кроме того, телеграм-каналы для СМИ стали инструментом более тесного взаимодействия со своей аудиторией: возможность проводить опросы и викторины, запускать прямые трансляции и

вступать в обсуждения позволяют СМИ не только информировать своих читателей, но и формировать вокруг своего канала активное сообщество пользователей.

Тем не менее, присутствие СМИ в «Телеграм» также связано и с внутренней конкуренцией за внимание аудитории. Многие каналы, не имеющие официальной регистрации как СМИ, превосходят по количеству подписчиков те телеграм-каналы, которые имеют официальную регистрацию СМИ. Этот фактор приводит к тому, что на просторах «Телеграм» становятся фактически неотделимы друг от друга по своей структуре и содержанию официальные и неофициальные СМИ. Поэтому, для официальных СМИ остается крайне важной задачей сохранение высоких журналистских стандартов.

2 СПЕЦИФИКА КОНТЕНТА В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЕ «ОСТОРОЖНО, НОВОСТИ» И «КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА»

2.1 Особенности контента в телеграмм-канале «Осторожно, новости»

Telegram-канал «Осторожно, новости» в настоящее время относится к числу крупнейших новостных проектов на русскоязычном сегменте «Telegram». Канал был зарегистрирован на просторах мессенджера 12 апреля 2021 года, то есть более 4 лет назад. За этот промежуток времени аудитория канала увеличилась до 1 602 404 пользователей и продолжает расти. К примеру, в прошлом году количество подписанных на данный ресурс пользователей равнялось 1 478 202, то есть практически за год аудитория в канале выросла свыше чем на 124 тысячи пользователей, что указывает на интерес к данному телеграм-каналу отдельных пользователей. За все время своего существования редакционная коллегия выпустила 34 834 публикации.

Канал «Осторожно, новости» в «Telegram» входит в состав холдинга «Осторожно, медиа», принадлежащего российской журналистке, теле- и радиоведущей Ксении Собчак.

Главный редактор «Осторожно, новости» Сергей Титов в подкасте для проекта «Давай голосом» высказал свое мнение о том, какое место занимает данный канал в современном медиaprостранстве. По его словам, «Осторожно, новости» – это канал, который старательно отстраивается от других медиа, работающих в России, и пытается быть чем-то отдельным и уникальным⁴⁰.

Telegram-канал «Осторожно, новости» не имеет регистрацию как СМИ, но по своему содержанию соответствует журналистским стандартам. Стоит отметить, что 7 января 2025 года данный канал был включен в реестр

⁴⁰ Разговор с главредом «Осторожно, новости» Сергеем Титовым [Электронный ресурс] // YouTube. URL: <https://youtu.be/tjc2pWu94GY?si=FkUAQp5egO1H9bd9> (дата обращения: 13.04.2025).

персональных страниц Роскомнадзора⁴¹. Этот шаг обусловлен тем, что согласно № 303-ФЗ от 8 августа 2024 года – «все страницы в соцсетях, блоги и каналы в РФ с количеством подписчиков более 10 000 должны передавать о себе данные в Роскомнадзор»⁴². Такой шаг предоставляет право владельцам публичных каналов размещать информацию о сборах пожертвований на свою деятельность и рекламу по заявкам от рекламодателей. В случае непрохождения верификации телеграм-каналы лишаются данной возможности, а за несоблюдение условий авторы таких каналов получают штраф⁴³.

Медиаресурс «Осторожно, новости» имеет собственный логотип, на котором изображено непосредственно само название канала – «Осторожно, новости», оформленное в выпуклом стиле с протяженной на два слова буквой «О». Кроме того, все видео и фото, размещенные в данном канале, содержат на себе специальный водный знак с названием самого канала. Эти вещи делают телеграм-канал «Осторожно, новости» узнаваемым среди пользователей. Стоит также отметить, что наличие вышеупомянутых элементов характерно прежде всего для крупных официальных СМИ, так как они помогают пользователям в восприятии информации как надежной и помогают выделиться на фоне неофициальных каналов и поддельных публикаций.

Согласно данным «TGStat», 30 % подписанных на канал пользователей читают публикации, размещенные в канале, а 26 % читают их в первые 24 часа после публикации. Средний охват одного опубликованного сообщения равняется 475 164 просмотрам. Эти цифры указывают на то, что телеграм-канал «Осторожно, новости» занимает внимание определенного количества пользователей и своим содержанием вызывает интерес к прочтению опубликованных сообщений⁴⁴.

⁴¹ Портал государственных услуг Российской Федерации. [Электронный ресурс] // www.gosuslugi.ru. URL: <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> (дата обращения 13.04.2025).

⁴² Роскомнадзор разработал порядок ведения реестра каналов с аудиторией больше 10 тыс. человек [Электронный ресурс] // www.interfax.ru. URL: <https://www.interfax.ru/russia/979763> (дата обращения 13.04.2025).

⁴³ Там же.

⁴⁴ Там же.

Кроме того, телеграм-канал «Осторожно, новости» является приоритетным для других информационных каналов. Это подтверждает уровень цитирования, который приходится на этот канал. По данным сервиса аналитики TGStat, уровень цитирования в настоящее время равняется 4 986, что является хорошим показателем. В общей сложности 14 617 других каналов в «Телеграм» упоминают телеграм-канал «Осторожно, новости» в своем контенте и репостят их публикации на свой канал. Причем, более 58 % этих упоминаний приходится на категорию «Новости и СМИ». Эти показатели могут говорить о хорошем уровне доверия к данному медиаресурсу со стороны других информационных каналов⁴⁵.

Данный медиаресурс не имеет своего собственного сайта в сети Интернет, а значит не может быть зарегистрирован в качестве официального СМИ, из чего следует то, что он не подчиняется тем законам, которым подчиняются официально зарегистрированные СМИ. Несмотря на то, что телеграм-канал «Осторожно, новости» обладает сферой влияния, практически аналогичной традиционным официальным СМИ.

Для того, чтобы понять, как статус данного медиаресурса отражается на публикуемом контенте, обратимся к его анализу. Были изучены материалы за период с марта по апрель 2025 года, но в выборку для анализа попали 3 случайно отобранных дня – 9, 10 и 11 апреля 2025 года.

За эти дни в телеграм-канале «Осторожно, новости» было опубликовано 64 сообщения на самые разнообразные темы. В целом, публикации за выбранный промежуток времени можно разделить на несколько тематических групп: происшествия, политика, зарубежные новости, СВО, общество и культура. Результаты анализа приведены в таблице 1. Стоит отметить, что рекламные публикации также размещаются внутри данного телеграм-канала, причем реклама маркируется авторами канала согласно всем требованиям.

⁴⁵ Статистика Telegram-канала «Осторожно, новости» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: https://tgstat.ru/channel/@ostorozhno_novosti/stat (дата обращения: 13.04.2025).

Таблица 1 – Тематика публикаций в телеграм-канале «Осторожно, новости»

Тематика	Количество публикаций	Пример
Происшествия	23	«Москвичка пыталась выломать битой дверь и угрожала соседке убийством» (09.04.25), «В Ижевске подростки избили сверстника» (10.04.25).
Политика	11	«В Госдуме обсудили запрет рекламы эзотерических услуг» (10.04.25), «Россия предложила США снять санкции с «Аэрофлота» (11.04.25).
Зарубежные новости	7	«Вертолет рухнул в реку Гудзон в Нью-Йорке, один человек погиб» (11.04.25), «Состояние Трампа сократилось на 500 миллионов долларов из-за тарифов, которые США ввели против других стран» (09.04.25).
СВО	9	«В Аксае во время ночной атаки БПЛА повис на бельевой веревке» (09.04.25), «Жители подмосковного Наро-Фоминска сообщили о предположительной работе ПВО.» (10.04.25)
Общество	6	«Семьи из Ростова-на-Дону пожаловались, что не могут получить иглы для детей с сахарным диабетом несколько месяцев.» (11.04.25)
Реклама	4	«Забирайте наш фирменный мерч – с кешбэком до 40% на Альфа-Маркете.»

Как можно заметить, основное пространство в информационном поле телеграм-канала «Осторожно, новости» занимают публикации, освещающие различного рода происшествия. Вопросы политики занимают второе место по количеству публикаций за выбранный промежуток времени. Стоит также отметить, что телеграм-канал «Осторожно, новости» не останавливается на освещении событий, происходящих исключительно на территории России, но и затрагивает события, происходящие зарубежом. Выбор таких тематических

блоков связан с потребностями аудитории канала. Публикации на тему происшествий с сенсационным содержанием, как правило, набирают больше всего просмотров и пересылок. Так, согласно данным сервиса аналитики TGStat, публикация от 10.09.25 под названием «В Ижевске подростки избили сверстника: они стреляли в него из пневматического пистолета, избили ремнем и надругались над ним с помощью швабры «ради забавы» набрала больше всего репостов – 6 016. Кроме того, эта публикация стала самой просматриваемой другими пользователями среди всех публикаций за выбранный для анализа промежуток времени. Число просмотров у данной публикации равняется 557 тысячам, в то время как количество просмотров на других публикациях, не затрагивающих тему громких происшествий, в среднем равняется 450 тысячам просмотров. Например, вышедшая немного ранее публикация от 09.04.25 под названием «В Улан-Удэ студентки института культуры поставят спектакль против абортов» набрала 436 тысяч просмотров. Таким образом, разница в просмотрах на отдельных публикациях позволяет сделать вывод о том, что контент в телеграм-канале «Осторожно, новости» строится на потребностях аудитории. Авторы канала выстраивают свой новостной поток исходя из того, что будет более просматриваемым другими пользователями, и именно поэтому тематический блог о происшествиях занимает первое место по количеству вышедших публикаций за выбранный для анализа промежуток времени.

Если говорить о жанровом разнообразии публикаций, то чаще всего здесь встречаются заметки, так называемые новостные сводки, по тому или иному событию. Публикации не содержат в себе элементы художественно-публицистических жанров. Авторы канала используют жанр заметки для наиболее оперативного освещения того или иного факта. Публикации в телеграм-канале небольшого размера, в них кратко упоминается источник и иногда содержатся элементы аналитики. Например, за данный период времени была опубликована новость под заглавием: «Девять преподавателей уволились из киновуза в Санкт-Петербурге, протестуя против администрации» (рисунок

б). Новость полностью построена на комментариях от нескольких человек, и подкреплена видеоматериалами, на которых люди выражают свое мнение касательно вопроса и объясняют свою позицию.

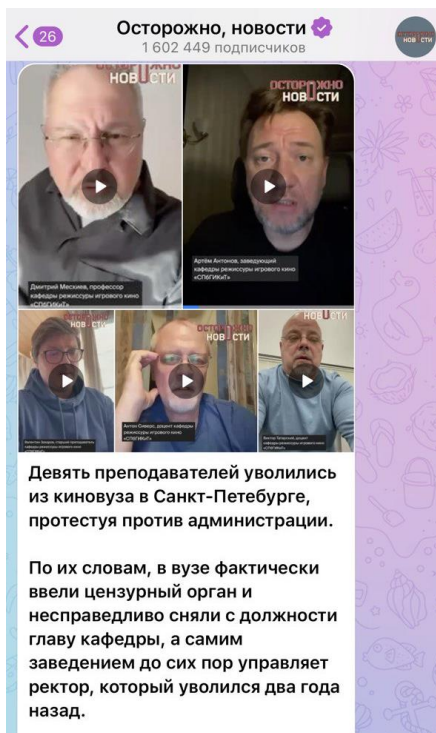


Рисунок 6 – Публикация от 09.04.25, № 1

В данном случае, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» построили свою публикацию полностью на комментариях от третьих лиц, прикрепив 5 видеороликов. Протяженность каждого из них превышает одну минуту и звучит как обращение, направленное напрямую авторам данного медиаресурса.

Стоит отметить, что за выбранный для анализа промежуток времени, в телеграм-канале «Осторожно, новости» были рассмотрены в публикациях несколько резонансных тем с провокационным подтекстом. Например, в публикации за то же 9 апреля 2025 года (рисунок 7) авторы данного канала подняли в своей публикации вопрос, касающийся обращения депутата Государственной Думы по вопросу маркировки телеграм-каналов. В своем обращении он заявил о том, что на просторах мессенджера «Телеграм» появился специальный бот для маркировки зарегистрированных аккаунтов,

который доступен к пользованию. В свою очередь, авторы канала «Осторожно, новости» решили поставить под сомнение заявление депутата посредством отсылки на речь правозащитного проекта «Первый отдел», признанного иноагентом на территории РФ.

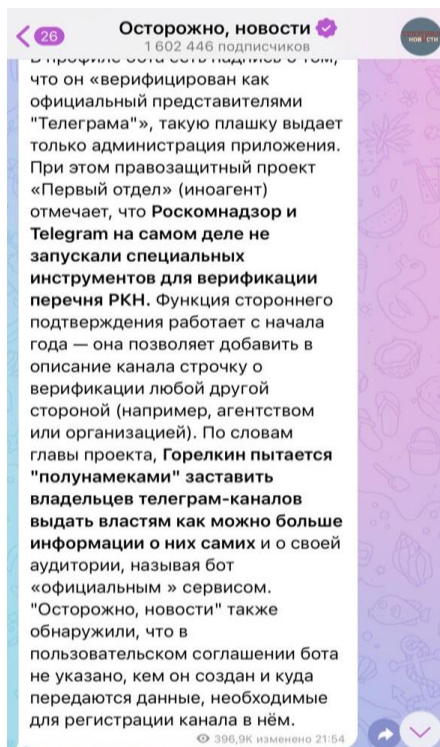


Рисунок 7 – Публикация от 09.04.25, № 2

Как можно заметить, в качестве опровержения слов депутата Государственной Думы, авторы канала приводят слова организации, признанной иноагентом на территории РФ. Причем, акцентное выделение текста они применили исключительно на тех словах, которые касаются опровержения информации не в самом корректном ее изложении. Например, фраза «заставить владельцев телеграм-канала выдать властям как можно больше информации о них самих», по мнению авторов канала, должна быть акцентной и привлечь внимание пользователей. Кроме того, в данной публикации присутствует косвенное согласие авторов канала со словами правозащитной организации, признанной иноагентом на территории РФ, которые подтверждаются следующими словами: «Осторожно, новости» тоже не обнаружили...»

Вместе с тем, в этот же день в телеграм-канале «Осторожно, новости» в продолжение данной темы была обнародована еще одна публикация, содержащая провокационный подтекст. Публикация приведена на рисунке 8.

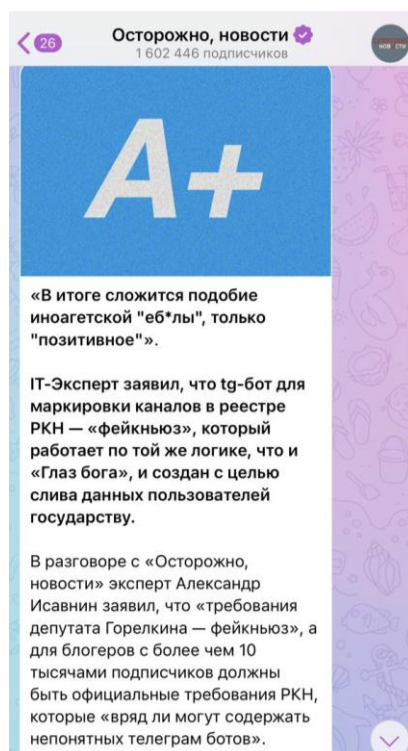


Рисунок 8 – Публикация от 09.04.25, № 3

Как можно заметить, авторы канала вынесли в заголовок резонансную цитату, имеющую в своем контексте завуалированную нецензурную лексику. В опровержении слов председателя Городской Думы авторы канала приводят высказывания IT-эксперта. Причем, авторы канала снова прибегают к акцентированию текста в самых провокационных его частях. Например, следующее высказывание – «Заявление представителя Госдумы являются на самом деле утечкой данных в пользу государства». За счет того, что авторы вынесли в заголовок не самое корректное высказывание IT-эксперта и подчеркнули жирным противоречивую цитату, можно судить о том, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в данном случае создали провокационную тему, показав ее исключительно с одной стороны – со стороны опровержения. Авторы канала могли обратиться за комментарием в более статусные инстанции для получения комментария противоположной

стороны. Метод акцентирования текста в данном случае является также проявлением провокационного подтекста, с помощью которого авторы канала показали не только свое отношение к освещаемой проблеме, но и указали своему читателю, какая часть текста должна быть воспринята в первую очередь.

Еще одним примером провокационного подтекста в телеграм-канале «Осторожно, новости» является публикация от 10 апреля 2025 года (рисунок 9). Данный материал посвящен выходу второго сезона сериала «Белый лотос» на территории России. Авторская коллегия канала провела собственное независимое расследование на тему цензурирования сериала, сопроводив публикацию подтверждающими видеороликами.

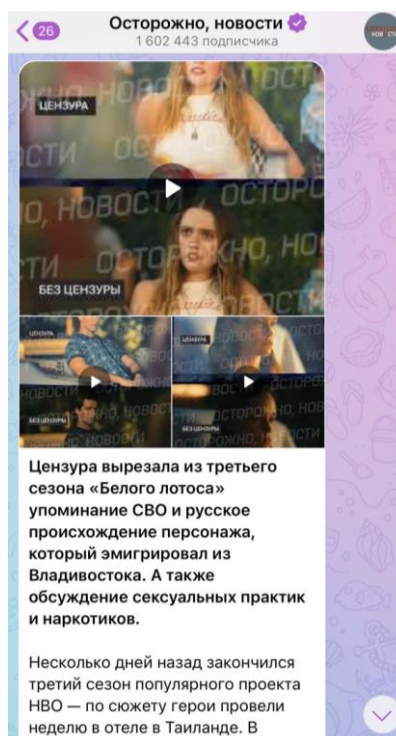


Рисунок 9 – Публикация от 10.04.25, № 1

Исходя из текста публикации, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в ходе своего расследования обнаружили, что версия сериала «Белый лотос» для России намного отличается по содержанию и переводу, чем оригинальная версия этого сериала. Как заявляют авторы канала, сериал в России подвергся цензуре, и из него были вырезаны следующие сцены:

упоминание СВО, русское происхождение одного из персонажей-эмигрантов, обсуждение наркотических веществ и действия, отражающие нетрадиционные любовные отношения. Авторы канала не только сообщают об этом, но и наглядно показывают в видео как выглядела та или иная сцена до цензуры и после цензуры. К тому же, и в данном контексте авторская коллегия прибегает к методам акцентирования текста в тех местах, которые в буквальном смысле слова отражают факт жестокой цензуры над сериалом российскими специалистами. Вместе с тем, авторы высказывают и свое собственное мнение, заявляя, что на территории России данный сериал «сильно отцензурировали, лишив всякого смысла сцену, которая ранее сильно разошлась в соцсетях». Из этого следует, что авторы канала, повествуя о своем расследовании на широкую аудиторию, стараются привлечь внимание пользователей к данной проблеме и заостряют их внимание на провокационных частях текста.

Несмотря на то, что в целом авторы канала «Осторожно, новости» следуют многим требованиям вещания на широкую аудиторию и не допускают в своем контенте явных и жестоких нарушений, присутствуют и такие моменты, которые официальные СМИ не оставили бы без внимания. Например, в сообщении, опубликованном 10 апреля 2025 года (рисунок 10), авторы канала разместили видеоконтент, который является по своей сути жестоким, восприимчивым и чувствительным.

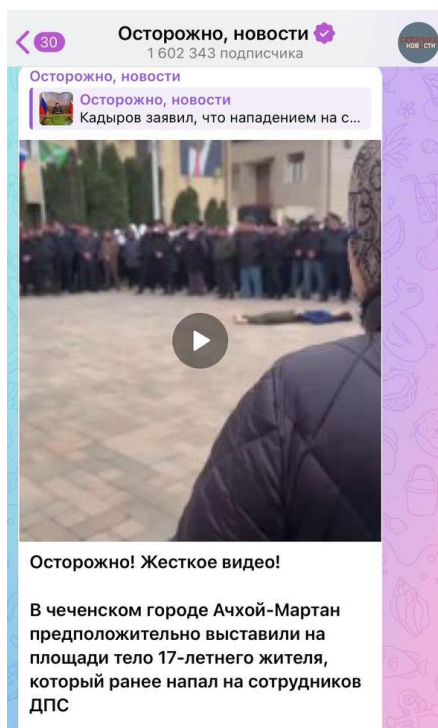


Рисунок 10 – Публикация от 10.04.25, № 2

Так, в публикации сообщается о том, что в чеченском городе выставили на площади тело 17-летнего парня. Несмотря на то, что авторы канала в начале повествования сделали пометку с предупреждением о том, что видео содержит в себе жестокие кадры, само изображение погибшего 17-летнего юноши они никаким образом не закрыли, как это делают многие официальные СМИ.

Кроме того, в публикации от 11 апреля 2025 (рисунок 11) года авторы канала «Осторожно, новости» в публикации, посвященной похоронам артиста Паши Техника также прикрепили видео, содержащее в себе нецензурную лексику в открытом виде.

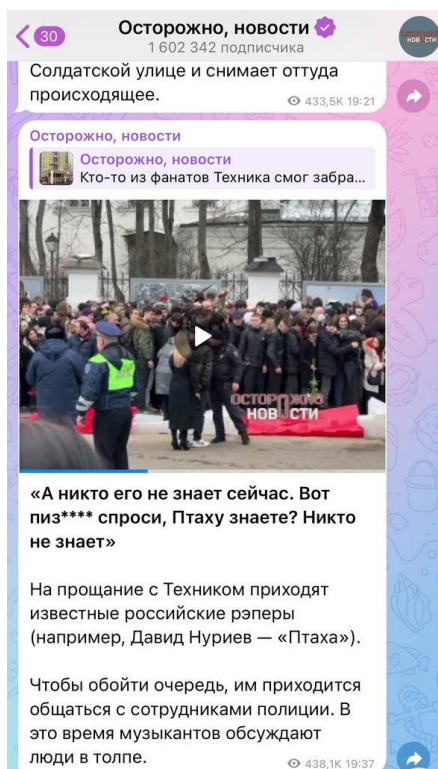


Рисунок 11 – Публикация от 11.04.25, № 1

Авторы канала в заголовок своей публикации снова вынесли цитату, содержащую в себе нецензурную лексику с замененными на символы буквы. Но в видеоролике авторская коллегия канала оставила речь без изменений. В то время как многие официальные ресурсы в использовании подобного рода контента стремятся перекрыть нецензурную лексику другим звуком, тем самым скрыв некультурные слова от прослушивания другими пользователями.

Авторы канала «Осторожно, новости» могут размещать провокационные публикации по нескольким причинам. Во-первых, это привлечение внимания своей аудитории. Такие публикации могут вызывать у читателей эмоции – удивление, гнев или интерес. Это способствует большому количеству просмотров и последующему распространению этой информации между другими пользователями. Во-вторых, публикации такого характера могут использоваться авторами канала для формирования определенной точки зрения у своей аудитории. Кроме того, провокационные публикации могут помочь выделиться среди других СМИ и не потерять свою аудиторию.

Для телеграм-канала «Осторожно, новости» характерно наличие мультимедийности. В канале размещаются текстовые публикации с использованием фото и видео контента. Стоит отметить, что в некоторых случаях, размещенные в канале фото и видео, выполнены очевидцами – подписчиками данного канала, которые поделились с этим медиаресурсом новостью. Кроме того, фото и видео обычно размещаются не в единичном количестве на одну публикацию, благодаря чему опубликованное сообщение получается насыщенным по своему содержанию. Это наглядно показано на графике, приведенном на рисунке 12.

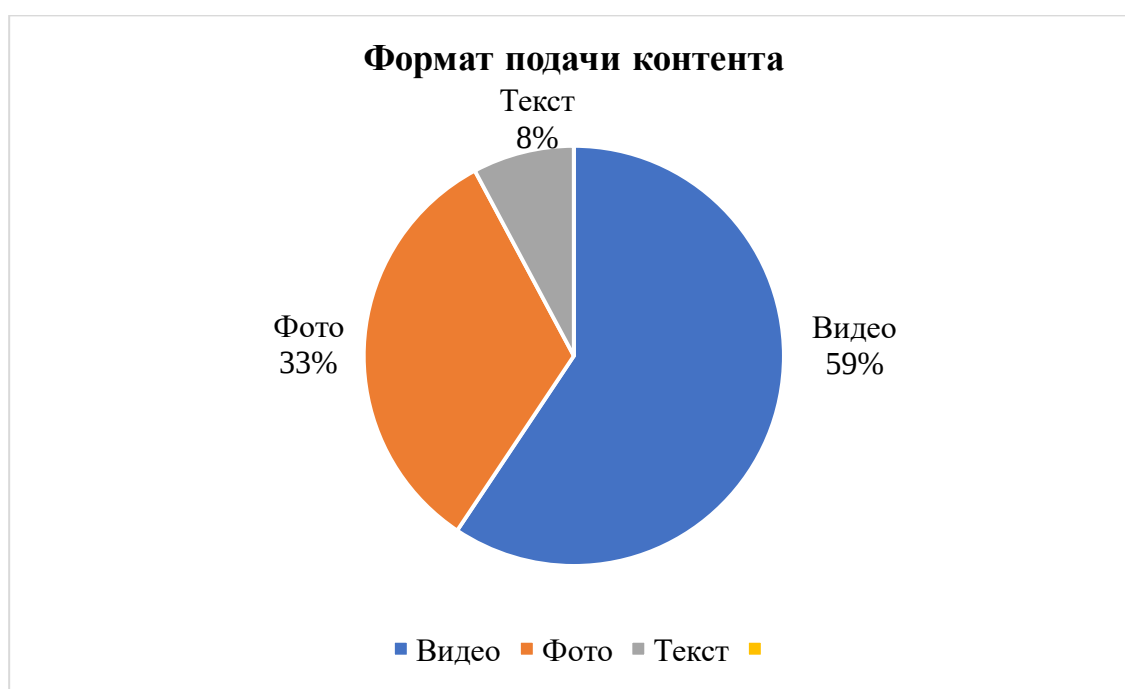


Рисунок 12 – Формат подачи контента в телеграм-канале «Осторожно, новости»

Согласно приведенной выше диаграмме, в телеграм-канале «Осторожно, новости» в период с 9 апреля по 11 апреля в общей сложности было опубликовано 38 текстовых публикаций, содержащих в себе видео, что равняется 59% от общего количества публикаций. Видео контент, размещенный в данном канале, соотносится с текстовым содержанием публикации и, как правило, дополняют его наглядным видео подтверждением. Видео, публикуемые в телеграм-канале «Осторожно, новости» чаще являются пользовательским контентом и публикуются с водным знаком «Осторожно,

новости». Авторы канала указывают в качестве источников своих пользователей, приславших напрямую в редакцию тот или иной видеоматериал. Длительность видео, размещенных в канале «Осторожно, новости», чаще всего варьируется в диапазоне от 10 до 30 секунд.

Фотографии в телеграм-канале «Осторожно, новости» были размещены в 21 публикации, что равняется 33 % от общего количества публикаций за выбранный промежуток времени. Авторы канала в качестве источника фотоматериалов чаще всего указывают своих подписчиков и, аналогично видеоконтенту, размещают на фотографиях водный знак с логотипом своего канала. По жанровому разнообразию в большинстве случаев это репортажные фотографии, то есть сделанные очевидцами на месте события. В случаях, когда текст публикации посвящен конкретному человеку, сопровождает текст портрет этого человека. Кроме того, в нескольких публикациях за выбранный для анализа промежуток времени в качестве фотографии был использован «скриншот» (снимок экрана). Например, в публикации от 10.04.25. представлен снимок экрана, на котором запечатлены элементы переписки с мошенницей.

За три выбранных для анализа дня только 5 публикаций вышли без какого-либо визуального сопровождения.

Обилие мультимедийного контента в канале выступает не только в качестве визуальной окраски, но и служит доказательной базой при освещении того или иного события. Причем, по одному и тому же случаю может быть опубликовано неограниченное по количеству наличие фото- и видеоматериалов. Как правило, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» включают в одну публикацию от 1 до 5 фото или видео. Эта характерная особенность ведения контента придает телеграм-каналу «Осторожно, новости», так называемый авторитет, так как создатели контента чаще всего подтверждают всю текстовую информацию прямыми визуальными доказательствами, что может вызывать дополнительное доверие у их аудитории. Это наглядно представлено на рисунке 13.



Рисунок 13 – Публикация от 11.04.2025, № 2

Как можно заметить, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в публикации от 11 апреля 2025 года разместили сразу четыре фотографии, подтверждающие факт произошедшего события. Причем, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» указали на фотографии наименование своего канала, оформленное в их фирменном стиле, что может указывать на факт того, что данные фотоматериалы являются их авторским контентом.

Кроме того, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» в своих публикациях неоднократно ссылаются на авторитетные СМИ в качестве первоисточника. К последним можно отнести такие издания, как «Forbes», «The Guardian», «The New York Times», «The Korea Herald», а из российских – «ТАСС». Данный факт характеризует телеграм-канал «Осторожно, новости» как медиаресурс, который выбирает в рамках первоисточника качественные заграничные издания, из чего следует то, что авторы канала ценят надежность полученной информации.

В телеграм-канале «Осторожно, новости» широко распространен пользовательский контент. Но при этом, создатели канала не предоставляют своим подписчикам право на высказывание собственного мнения по тому или иному вопросу. Возможность комментирования публикаций и возможность оставить соответствующую эмодзи-реакцию не доступны. Но, тем не менее, описание профиля их канала содержит в себе актуальную ссылку на специального телеграм-бота, который выполняет функцию автоматизированного сбора обращений от отдельных пользователей.

Таким образом, авторы медиаресурса «Осторожно, новости» могут выстраивать свой новостной поток, исходя из сообщений от своей аудитории об актуальных событиях. Этот факт подтверждает и наличие отсылок в текстах на слова других пользователей. Авторы канала, рассказывая о том или ином событии и происшествии, зачастую ссылаются на сообщения от аудитории. Например, в публикациях за выбранный период времени нередко встречаются следующие выражения: «жители рассказали», «пострадавшие рассказали», «пассажиры рейса сообщили», «студенты поделились», «к нам обратились». Также в публикации за 10 апреля в сообщении о том, что трое человек были задержаны по делу о доведении до самоубийства в качестве лица, который послужил первоисточником они указывают адвоката семьи погибшего – А.В. Григорьева. Это может говорить о высоком уровне доверия к данному медиаресурсу со стороны подписанных на канал пользователей.

Исходя из всего вышесказанного, следует вывод о том, что пользователи, подписанные на телеграм-канал «Осторожно, новости» делятся с данным медиаресурсом актуальной информацией и различными общественными проблемами. Например, рисунок 14 содержит в себе размещенный внутри публикации снимок экрана, на котором изображено сообщение от одной из аптек города Ростова-на-Дону.

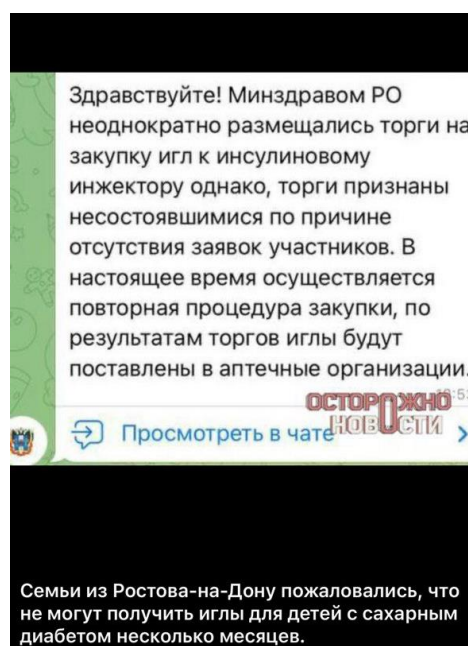


Рисунок 14 – Публикация от 11.04.25, № 3

Авторы медиаресурса поделились в публикации проблемой отсутствия игл для детей с сахарным диабетом в местных аптеках, ссылаясь на обращение в редакцию одной из семей. Авторы канала не только сообщили о проблеме, но и предприняли меры для того, чтобы разобраться в ситуации и получили комментарий от второй стороны конфликта.

Стоит отметить, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» за выбранный для анализа промежуток времени неоднократно обращались в различные инстанции для того, чтобы разобраться в той или иной сложившейся ситуации. Например, в сообщении за 12 апреля была опубликована новость о том, что рейс авиакомпании «Аэрофлот», следовавший по маршруту Москва–Гуанчжоу, был отменен. Авторы канала обратились в компанию «Аэрофлот» для разьяснения причины отмены рейса и разместили их ответ в дополнении к вышедшей публикации. Публикация приведена на рисунке 15.

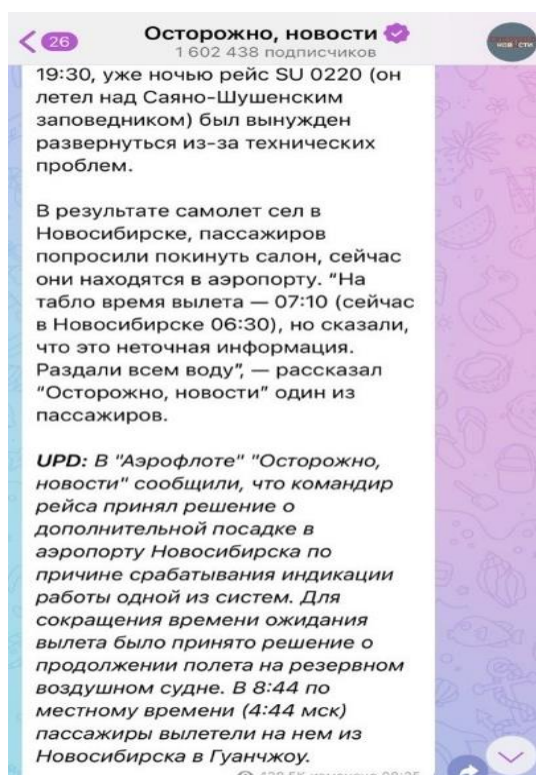


Рисунок 15 – Публикация от 12.04.25

Авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» получили информацию о задержке рейса напрямую от одного из его пассажиров. Вместе с тем, авторам канала удалось получить комментарий компании «Аэрофлот». Данный комментарий они разместили не в виде отдельной публикации, а внесли изменения в уже вышедшее сообщение. Это говорит о том, что во избежание дезинформирования своей аудитории, которая могла увидеть первую публикацию, но не заметить вторую с официальным комментарием, они разместили дополнительный комментарий в уже существующую новость.

Стоит отметить, что телеграм-канал «Осторожно, новости» по своей структуре и содержанию соотносится с принципами ведения контента в официальных СМИ. Авторы канала следят за тем, что составляет информационное поле их канала. Например, в повествовании, где упоминаются иноагенты, авторы канала всегда добавляют соответствующие законом сноски. А в случаях публикации отдельных людей — закрывают лица, делая их неузнаваемыми, там, где этого требует случай. Перечисленные характерные черты отображены на рисунке 16.

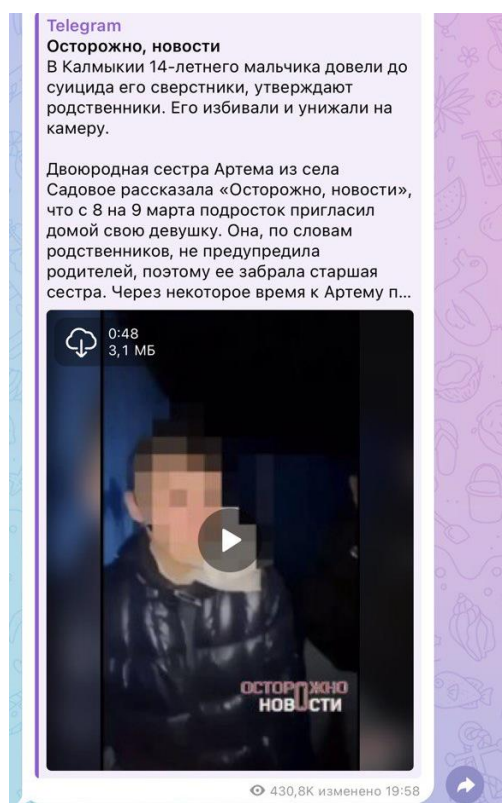


Рисунок 16 – Публикация от 10.04.25, № 3

В данном случае, авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» прикрыли лицо несовершеннолетнего ребенка, дающего свой комментарий. Это действие отвечает требованиям закона, однако не всегда подобного рода телеграм-каналы отвечают данному требованию. В случае с «Осторожно, новости» такие действия повышают уровень доверия к данному медиаресурсу и отражают их экспертность в грамотном ведении контента.

По своей структуре публикации в данном телеграм-канале за выбранный для анализа промежуток времени строятся по одному и тому же принципу. Авторы канала выносят в заголовок публикации самое важное, обычно, краткую информацию о том, о чем пойдет речь в основном тексте. Основной текст, в свою очередь, подразделяется на абзацы по смыслу, то есть на небольшие блоки, каждый из которых содержит в себе отдельную мысль. Комментарии от третьих лиц также имеют особое оформление: они оформляются по принципам прямой речи и за счет встроенных в «Telegram» функций редактирования текста, оформляются в виде цитаты. Кроме того,

авторы используют и другие возможности оформления текста, которые предлагает мессенджер «Телеграм». К таковым можно отнести выделение текста жирным шрифтом и курсивом. Чаще всего авторы канала используют такой метод для того, чтобы подчеркнуть ту информацию, которая содержит в себе особенную значимость и должна быть замечена пользователями. Характерные черты выделения текста приведены на рисунке 17.

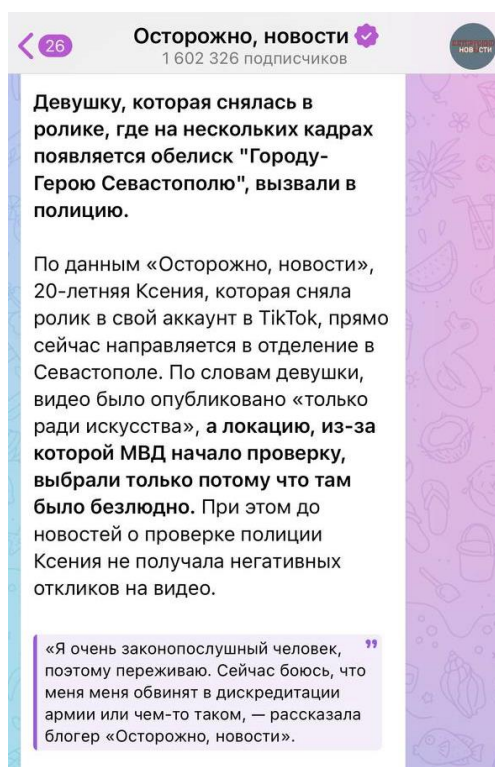


Рисунок 17 – Публикация от 10.04.25, № 4

Видно, что благодаря тому, что авторы телеграм-канала «Осторожно, новости» используют функционал мессенджера для оформления текста, публикации приобретают акцентные детали. Пользователи при беглом прочтении текста обратят внимание на выделенные акценты и это упростит им восприятие прочитанного материала.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Осторожно, новости», не являющийся официально зарегистрированным СМИ, но имеющий регистрацию в РКН, выстраивает свой контент в формате традиционного СМИ. Данный канал претендует на роль информатора

актуальных и свежих событий для большого количества пользователей, о чем говорит количество подписанных на медиаресурс людей. Телеграм-канал «Осторожно, новости» выстраивает свой новостной поток из публикаций, содержащих в себе самые разнообразные темы, интересные своей аудитории. Авторская коллегия канала делает акцент на мультимедийности и практически каждую свою публикацию подкрепляет соответствующим фото-или видеоконтентом. Эти особенности подачи информации делают телеграм-канал «Осторожно, новости» схожим с официальным СМИ. Создатели канала получают обширный отклик от своей аудитории, благодаря чему в данном канале присутствует много пользовательского контента, построенного на обращениях третьих лиц. Кроме того, в своем повествовании авторы могут ссылаться на множество авторитетных источников информации среди официальных СМИ. К тому же, «Осторожно, новости», аналогично официальным СМИ, в основу своего контента закладывают собственные обращения по различным вопросам во многие инстанции и службы. Но при этом, создатели канала не предоставляют возможность своей аудитории высказать свое мнение на публику посредством эмодзи-реакций или комментирования. И, помимо этого, зачастую отступают от правил, которым следуют официальные СМИ. Так к отступлениям от традиционных правил можно отнести: освещение провокационных вопросов, использование нецензурной лексики, в том числе вынесение ее в заголовочный комплекс, а также отказ от сокрытия «спорного» контента на фото и видео, что следует отнести к нарушениям журналистской этики.

2.2 Анализ телеграм-канала «Комсомольская правда»

«Комсомольская правда» в самом начале своего существования имела статус периодического печатного издания. По словам главного редактора и генерального директора издательского дома «Комсомольская правда» Владимира Сунгоркина, первый номер газеты вышел 24 мая 1925 года тиражом

в 31 экземпляр. В то время это была первая в Советской России молодежная газета⁴⁶.

С течением времени, когда информационное пространство начало расширяться и стали появляться новые каналы для распространения информации на массовую аудиторию, «Комсомольская правда» стала в ногу со временем перестраиваться на новые форматы. На сегодняшний день «Комсомольская правда» имеет свой собственный сайт в сети Интернет, а также является официально зарегистрированным СМИ, что подтверждает наличие свидетельства о регистрации СМИ на их сайте. Кроме того, «Комсомольская правда» доступна к прочтению на следующих медиаресурсах: «Дзен», «Ярру», «YouTube», «ОК», «ВКонтакте», «RUTube» и «Телеграм». Вместе с тем, издательский дом «Комсомольская Правда» продолжает выпуск периодических печатных изданий по подписке.

Для того, чтобы выявить, какие различия в ведении телеграм-канала и в подаче контента присутствуют между официально зарегистрированным СМИ и неофициальным, обратимся к анализу Телеграм-канала «Комсомольская правда».

Телеграм-канал «Комсомольская правда» был создан 8 февраля 2017 года, то есть более чем 8 лет назад. По данным сервиса аналитики TGStat, данный канал относится к категории «Новости и СМИ» и насчитывает чуть больше 282 тысяч подписчиков, что практически в пять раз ниже по количеству, чем количество подписчиков в телеграм-канале «Осторожно, новости». Причем, только 19 % из общего числа подписчиков данного канала просматривают публикации, а 16 % от общего числа пользователей просматривают их в первые 24 часа. Средний охват одной публикации за месяц равняется 52 148⁴⁷. Стоит отметить, что телеграм-канал неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» существует на просторах мессенджера 4 года, следовательно, является

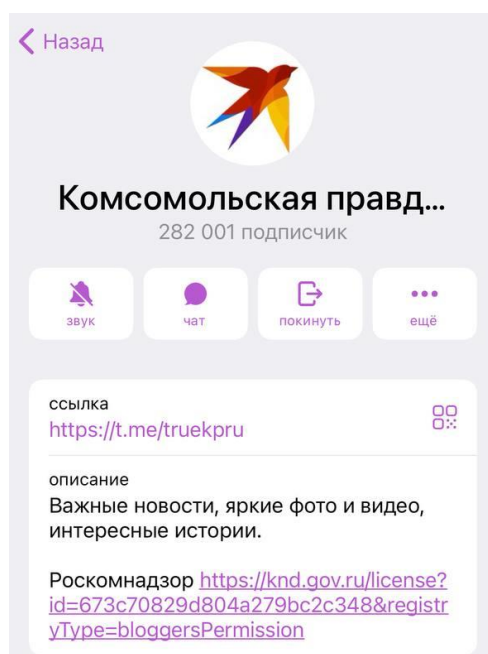
⁴⁶Обращение главного редактора [Электронный ресурс] // Комсомольская правда, KP.RU. URL: <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/95-let-komsomolskoj-pravde/> (дата обращения 13.04.2025).

⁴⁷Статистика Telegram-канала «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@truekprou> (дата обращения: 13.04.2025).

относительно «Комсомольской правды» молодым каналом. Но количество подписанных на ресурс пользователей, а также показатели охвата публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда» значительно ниже, чем у неофициального медиаресурса.

Индекс цитируемости у «Комсомольской правды» равняется 4 495. В общей сложности, телеграм-канал «Комсомольская правда» упоминают 12515 других каналов, преимущественно из категории «Новости и СМИ»⁴⁸. Данный показатель является приближенным к значениям, упомянутым в параграфе 2.1. Из этого следует, что публикации в телеграм-канале «Комсомольская правда» интересны для обсуждения в других информационных каналах данного мессенджера.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» также внесен в перечень зарегистрированных персональных страниц и каналов. Это говорит о том, что в данном канале разрешаются организация сборов пожертвований на свою деятельность и размещение рекламы, а другим пользователям и каналам разрешено делиться их контентом⁴⁹.



⁴⁸ Статистика Telegram-канала «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс] // tgstat.ru. URL: <https://tgstat.ru/channel/@truekpru> (дата обращения: 13.04.2025).

⁴⁹ Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс] // www.gosuslugi.ru. URL: <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> (дата обращения 13.04.2025).

Рисунок 18 – Телеграм-канал «Комсомольская правда»

В качестве главного фото канала авторы используют соответствующий логотип издательского дома «Комсомольская правда», а свои принципы ведения контента обозначают во вкладке «описание» (рисунок 18). Авторы утверждают, что в данном телеграм-канале публикуются «важные новости, яркие фото и видео, интересные истории».

Обратимся к анализу публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда». Для анализа было выбрано три аналогичных первому анализу дня – 9,10 и 11 апреля 2025 года.

За три выбранных для анализа дня в телеграм-канале «Комсомольская правда» было опубликовано 133 сообщения на самые разнообразные темы. Стоит отметить, что в случае с «Комсомольской правдой» количество тем, на которые можно разделить публикации, несколько выше, чем в телеграм-канале «Осторожно, новости». Результаты анализа приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Тематика публикаций в телеграм-канале «Комсомольская правда»

Тематика	Частота упоминания
Происшествия	26
Политика	18
Зарубежные новости	21
СВО	3
Общество	19
Спорт	1
Культура	3
Позитивные новости и полезные советы	15
Наука	13
Погода и природа	7
Шоубизнес	3

Исходя из приведенной выше таблицы видно, что тематика контента в телеграм-канале «Комсомольская правда» отличается от тематики канала «Осторожно, новости». Так, чаще всего «Комсомольская правда» делилась публикациями о происшествиях, аналогично телеграм-каналу «Осторожно, новости».

Стоит отметить, что публикации на тему происшествий являются наиболее обсуждаемыми среди подписанных на ресурс пользователей. Так, например, в публикации от 09.04.25 под названием «В Подмосковье 14-летний подросток с ножом напал на 10-летнего мальчика» пользователи в совокупности оставили 1 970 эмодзи-реакций и написали 69 комментариев. Но если в случае второго, тематика происшествий занимала центральное место, в данном случае существует несколько других часто освещаемых тем. Например, публикации из категории «политика» и «зарубежные новости». Причем, в случае с первой категорией, в ней авторы канала уделяли особое внимание вопросам улучшения уровня жизни граждан, публикуя сообщения о возможных изменениях в законодательстве и внедрении различной поддержки для разных категорий граждан.

Категория «зарубежных новостей» включает в себя резонансные и громкие события других стран. Это отличает «Комсомольскую правду» от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» тем, что в случае с последним, зарубежные новости освещались исключительно со стороны внешней политики и со стороны настроений в других странах о ситуации на Украине. «Комсомольская правда» в своем канале реагирует на события из-за рубежа только в том случае, если их содержание является интересным, удивительным или шокирующим явлением. Например, публикация от 09.04.25 под названием «В Британии впервые женщина родила после пересадки матки».

Стоит отметить, что тематика публикаций в канале «Комсомольская правда» является более обширной и затрагивает самые разнообразные вопросы. Отличительной особенностью является наличие позитивных новостей и полезных советов. Публикации на такую тему за выбранный для анализа

промежуток времени выходили в канале «Комсомольская правда» 15 раз. Пример подобной публикации приведен на рисунке 19.

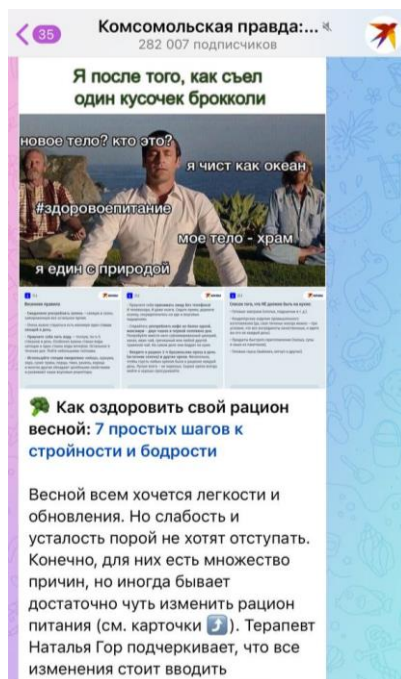


Рисунок 19 – Публикация от 09.04.25, № 1

Как можно заметить, авторы канала в своей публикации затронули тему здорового рациона и дали своим подписчикам рекомендации по изменению рациона питания. Данную публикацию они подкрепили фотографией с юмористическим подтекстом и практическими рекомендациями от терапевта.

Следующая публикация, приведенная на рисунке 20, относится к тематике позитивных новостей.



Рисунок 20 – Публикация от 09.04.25, № 2

В ней авторы обращаются к подписчикам с вопросом и размещают сообщение о дружбе между котом и собакой, подкрепляя текстовый рассказ видео- и фотоматериалами.

Отдельно стоит отметить наличие публикаций на научную тематику. Публикации на эту тему размещаются в телеграм-канале «Комсомольская правда» посредством репоста из их второго канала в этом мессенджере под названием «КП Наука».

Что касается структуры и жанрового разнообразия, телеграм-канал «Комсомольская правда», аналогично каналу «Осторожно, новости», публикует краткие заметки о том или ином событии или происшествии. Но при этом, публикации в телеграм-канале «Комсомольская правда» значительно шире по жанровому разнообразию. Так, авторская коллегия канала кроме заметок использует следующие жанры: интервью, видеорепортаж, очерк и обзор. Кроме того, структура построения текста у анализируемых медиаресурсов идентична. Так, в начале публикации всегда размещено краткое сообщение о событии, основной текст также разделен на смысловые блоки. Это отчетливо прослеживается в публикации на рисунке 21.

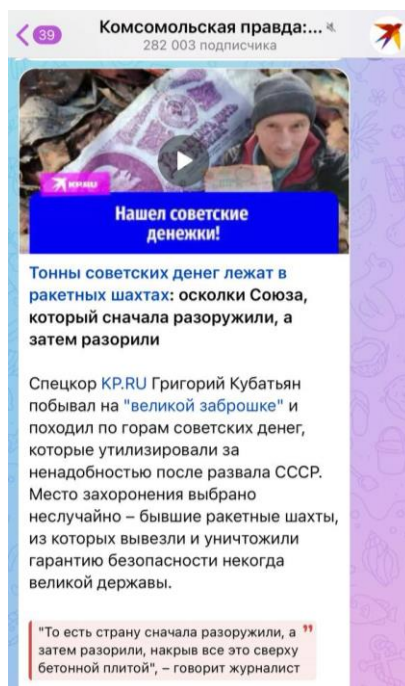


Рисунок 21 – Публикация от 11.04.25, №1

В сопровождении данной публикации авторы канала прикрепили краткий видеорепортаж со специальным корреспондентом «Комсомольской правды». Видеоматериал, снятый авторами медиаресурса, всегда сопровождается логотипом издательского дома «Комсомольская правда», что указывает на наличие авторского контента.

Кроме того, авторская коллегия телеграм-канала «Комсомольская правда» при создании публикаций для своего канала широко использует мультимедийный контент. Соотношение форматов подачи контента приведено на рисунке 22.

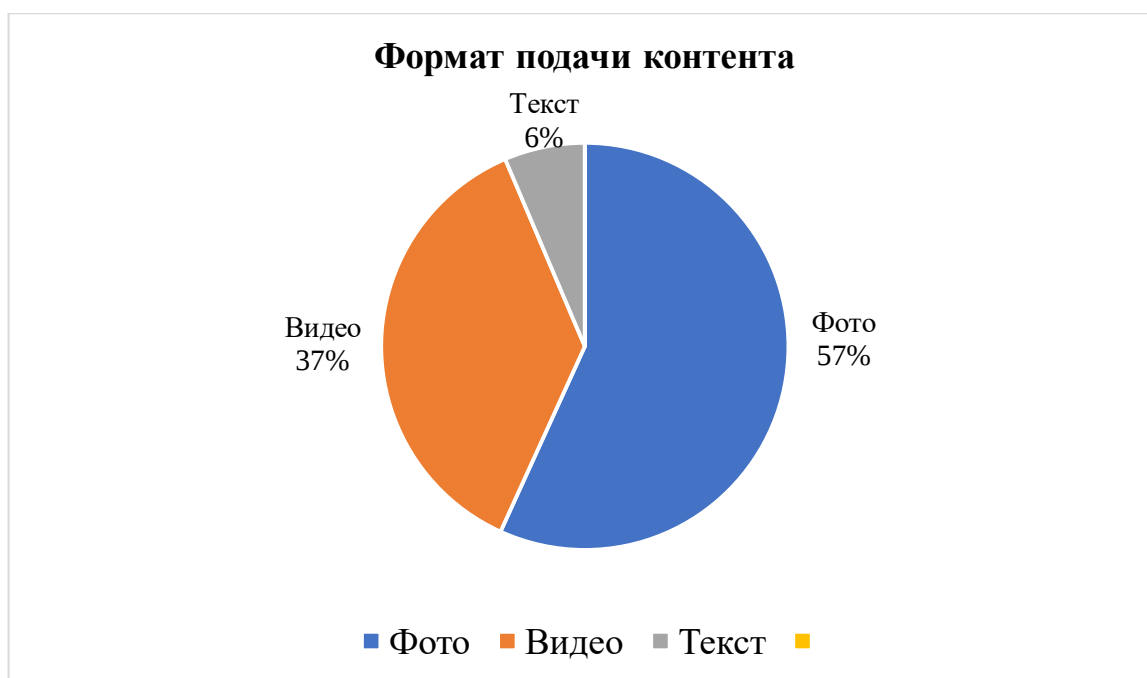


Рисунок 22 – Формат подачи контента

Как можно заметить, за выбранный для анализа промежуток времени в телеграм-канале «Комсомольская правда» было опубликовано 71 сообщение, содержащее в себе фото, что равняется 57 % от общего числа публикаций. С наличием видеоматериала было опубликовано 46 сообщений, что в процентном соотношении равняется 37 %. Публикации, не содержащие в себе какого-либо мультимедийного сопровождения, вышли в количестве 8 сообщений. В наличии мультимедийного контента телеграм-канал «Комсомольская правда» не уступает по показателям неофициальному ресурсу «Осторожно, новости». Это говорит о том, что официальные СМИ на такой площадке, как «Телеграм», стремятся делать публикуемые сообщения более насыщенными по содержанию за счет визуального сопровождения.

Отличительной особенностью телеграм-канала «Комсомольская правда» является то, что при выборе мультимедийного контента для своего канала они широко используют изображения с юмористическим содержанием (рисунок 23).

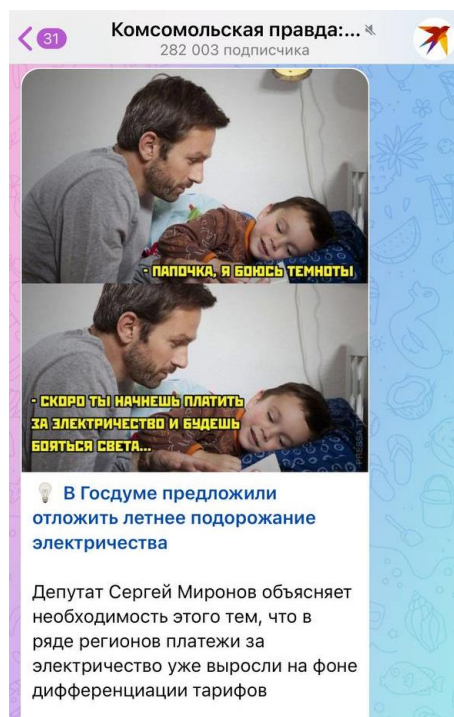


Рисунок 23 – Публикация от 09.04.25, № 3

В данной публикации, посвященной предложению Госдумы отложить подорожание электричества, авторская коллегия телеграм-канала «Комсомольская правда» прикрепила в качестве визуального сопровождения изображение с явным юмористическим подтекстом. В отличие от телеграм-канала «Осторожно, новости» авторы контента для «Комсомольской правды» находят место для шутливого отображения события, посредством изображения.

Стоит отметить, что фотографии, опубликованные в телеграм-канале «Комсомольская правда», в отличие от анализируемого ранее неофициального медиаресурса, не обозначаются водным знаком. В случае, когда фото было сделано другим человеком, авторы канала прописывают информацию о том, кем именно было сделано то или иное изображение. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Комсомольская правда» вероятнее всего использует при создании своего контента фотографии, взятые из специального банка медиафайлов, которыми зачастую пользуются официальные СМИ для предотвращения нарушений закона об авторском праве.

Видеоконтент, размещенный в канале «Комсомольская правда» значительно отличается от видеоконтента в телеграм-канале «Осторожно, новости». Основное отличие состоит в том, что видео «Комсомольской правды» чаще всего строятся в формате полноценной новости и содержат в себе текст, комментарии третьих лиц, фотографии и другие детали, отражающие факт события. Авторы канала собирают всевозможную информацию о том или ином событии и монтируют свой собственный видеоматериал по данной теме. Кроме того, видеоконтент такого формата по длительности варьируется в диапазоне от одной минуты до 20 минут.

В отличие от телеграм-канала «Осторожно, новости», в котором пользователи зачастую становятся «соавторами» контента, в канале «Комсомольской правды» все публикации за выбранный для анализа период времени написаны от имени редакции без отсылок на обращения в редакцию третьих лиц. Кроме того, в противовес неофициальному медиаресурсу «Осторожно, новости» канал «Комсомольская правда» не содержит в своем описании ссылок с призывом для пользователей поделиться новостью.

Вместе с тем, «Комсомольская правда» за выбранные для анализа дни ни разу не ссылалась в своих публикациях на другие СМИ. В то время как «Осторожно, новости» зачастую делали отсылку на зарубежные качественные издания. Но при этом, авторы канала «Комсомольская правда» при создании контента могут поделиться публикацией из другого информационного канала в «Телеграм». Например, за анализируемый промежуток времени, в канале было размещено несколько публикаций, пересланных с таких каналов, как: «SHOT», «И тебя вылечим!», «КП Наука», «360.ru» и другие.

Принципы ведения канала «Комсомольская правда» за анализируемый период соответствуют всем законодательным и этическим нормам журналистики. Так, в публикациях с изображением преступников и других третьих лиц авторы канала всегда закрывают лицо, чтобы сделать образ человека неузнаваемым. В сценах серьезных происшествий авторы канала также прикрывают чувствительный и восприимчивый контент, в отличие от

неофициального медиаресурса «Осторожно, новости», которые не всегда следуют данному правилу. Перечисленные характерные черты отображает рисунок 24.

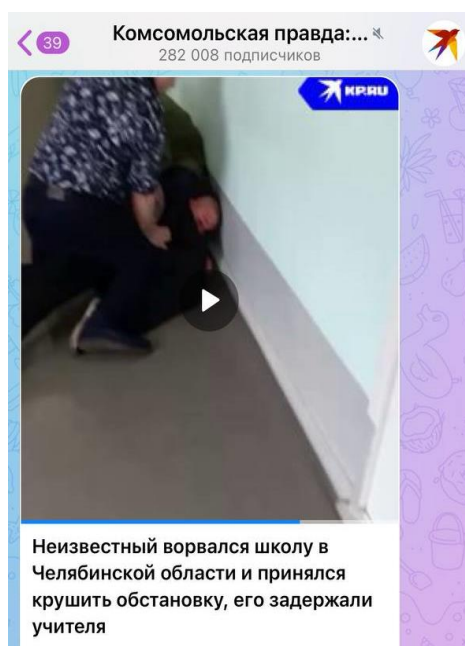


Рисунок 24 – Публикация от 10.04.25, № 1

Кроме того, авторы канала в освещении видеоролика, содержащего нецензурную лексику, обработали звуковой материал таким образом, чтобы нецензурные слова были перекрыты другим звуком. В отличие от канала «Осторожно, новости», политика издания которого не предполагает устранение аналогичных моментов.

Telegram-канал «Комсомольская правда» оснащен всеми преимуществами оформления контента, которые предоставляет мессенджер. Авторы контента для «Комсомольской правды» в «Telegram», аналогично создателям контента для канала «Осторожно, новости», используют в оформлении публикаций все возможности мессенджера (рисунок 25).

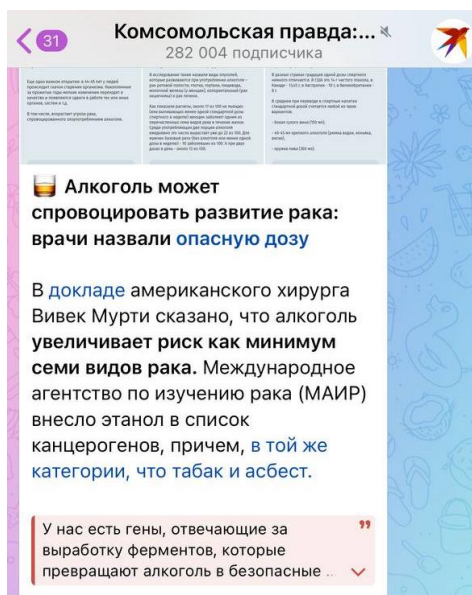


Рисунок 25 – Публикация от 09.04.25, № 4

Так важную информацию и заголовок публикации они выделяют жирным шрифтом, а прямую речь оформляют в виде цитаты. Но в отличие от канала «Осторожно, новости», авторы контента для «Комсомольской правды» используют в своих публикациях эмодзи-символы по смыслу.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» имеет еще целый ряд особенностей, отличающих его от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости». Во-первых, это внедрение активных гиперссылок внутри публикации, что отображено на рисунке 26.

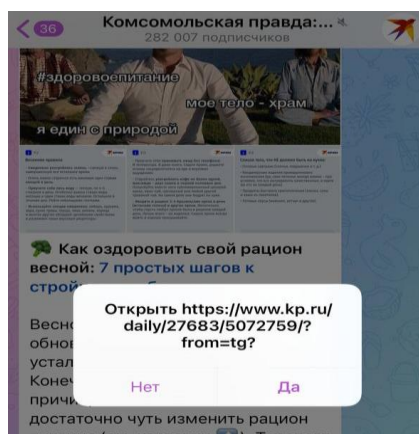


Рисунок 26 – Публикация от 09.04.25, № 5

Авторы канала используют данную функцию мессенджера «Телеграм» для внедрения гиперссылок практически в каждой своей публикации. Эти

ссылки содержат в себе переход на их сайт в сети Интернет, где пользователь сможет ознакомиться с полным содержанием сообщения. Для мессенджера «Телеграм» авторы публикуют краткое содержание той или иной новости, а пользователи сами принимают решение перейти по ссылке для полного ознакомления с текстом или нет.

Во-вторых, авторы канала «Комсомольская правда» ежедневно публикуют краткие сводки по всем главным событиям дня. Краткие сводки по событиям в телеграм-канале «Комсомольская правда» публикуются ежедневно. Кроме того, они оснащены встроенными гиперссылками, благодаря чему упрощается навигация пользователя между публикациями. Для акцентирования внимания авторы канала используют эмодзи-символы, отражающие смысл каждой публикации.

Кроме того, телеграм-канал «Комсомольская правда» отличается от неофициального медиаресурса «Осторожно, новости» наличием интерактивности и вовлеченности пользователей в обсуждение контента. Телеграм-канал «Комсомольская правда» дает возможность высказать каждому пользователю свое мнение, что является недоступным для пользователей канала «Осторожно, новости». Авторы канала «Комсомольская правда» побуждают своих подписчиков к обсуждению, оставляя вопросы для размышления под некоторыми своими публикациями. Кроме того, что авторы канала оставили возможность комментирования доступной для всех, они открыли для взаимодействия специальные эмодзи-реакции, которые позволяют пользователям выразить свое отношение к прочитанной публикации. Причем, реакции позволяют выразить любое по характеру отношение – как позитивное, так и негативное.

Вместе с тем, авторы канала «Комсомольская правда» с определенной регулярностью устраивают интерактивное взаимодействие с подписчиками канала (рисунок 27).

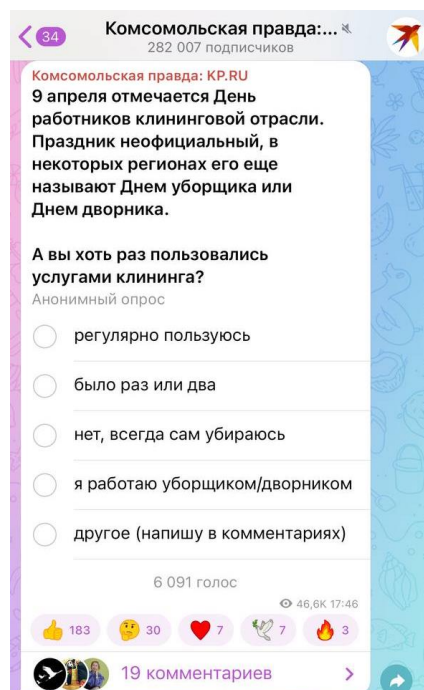


Рисунок 27 – Публикация от 09.04.25, № 6

Как можно заметить, авторы канала используют встроенную в мессенджер «Телеграм» функцию по созданию опросов. Кроме того, на основании полученных данных из опроса, авторская коллегия «Комсомольской правды» публикует результаты через определенный промежуток времени, выявляя отношение подписчиков к тому или иному вопросу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что телеграм-канал «Комсомольская правда» по принципам создания контента и по своей структуре имеет как общие, так и отличные черты от неофициального ресурса «Осторожно, новости». По своему содержанию данный телеграм-канал является не просто источником новостей для пользователей мессенджера, но и интерактивным медиаресурсом, где каждый пользователь может выразить свой голос в регулярных опросах или вступить в обсуждения какой-либо темы в комментариях. Телеграм-канал «Комсомольская правда» в своем контенте отстраивается от публикации только лишь актуальных и громких происшествий, расставляя акценты и на другие типы публикаций, которые помогут пользователям отстроиться от «плохих» новостей на что-то позитивное или получить полезный совет по какому-либо вопросу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного анализа были рассмотрены основные особенности функционирования мессенджера «Телеграм» как медиаресурса, а также основные аспекты присутствия СМИ в «Телеграм».

Также был проведен анализ телеграм-канала «Осторожно новости», не имеющего регистрацию как СМИ, и телеграм-канала официального СМИ «Комсомольская правда» по различным критериям и характеристикам, касающихся особенностей ведения контента в данном мессенджере.

В заключение можно отметить, что проведенный анализ телеграм-каналов «Комсомольская правда» и «Осторожно, новости» демонстрирует наличие как существенных различий, так и некоторых сходств в их функционировании и в принципах ведения контента.

Телеграм-канал официального СМИ «Комсомольская правда» опирается в своей деятельности на традиционные журналистские стандарты и редакционные нормы, благодаря чему повышается степень доверия к данному ресурсу среди его аудитории. Однако это также накладывает некоторые ограничения на его деятельность, которые могут проявляться в выборе тематики для обсуждения и в текстовой подаче информации данным СМИ.

С другой стороны, неофициальный медиаресурс «Осторожно, новости» обладает несколько большей свободой в выборе тематики и в формате подачи своего контента. Это обусловлено тем, что канал «Осторожно, новости», несмотря на то, что по принципам ведения контента похож на официальное СМИ, но, тем не менее, не несет ту ответственность, которой следуют все официальные СМИ. Это позволяет данному медиаресурсу оперативно реагировать на актуальные события и предлагать альтернативные точки зрения, тем самым привлекать аудиторию, которая ищет разнообразие и независимость в потребляемой информации. Тем не менее, такая свобода также может быть сопряжена с некоторыми рисками, которые связаны с достоверностью предоставляемой информации и проверкой фактов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что каждый из этих телеграм-каналов имеет как свои преимущества, так и недостатки. Официальное СМИ в «Телеграм» на примере канала «Комсомольская правда» обеспечивает стабильность и надежность в публикуемой информации. Кроме того, в данном случае присутствует и разнообразие в подаче контента – официальное СМИ в «Телеграм» не столько делает акцент на сенсационные и «горячие» новости по громким событиям, сколько на информативные и полезные новости по разным вопросам для своей разнородной аудитории.

В то время как неофициальный медиаресурс в «Телеграм» на примере канала «Осторожно, новости» предлагает оперативность в освещении самых горячих и актуальных событий, чаще сенсационных происшествий, интересных большинству людей. Кроме того, неофициальный медиаресурс «Осторожно, новости» отступает от традиционных правил формирования контента. Например, члены авторской коллегии неофициального медиаресурса не работают над устранением нецензурной лексики в публикуемом контенте, не всегда обрабатывают видео, содержащие жестокие кадры, а также с помощью визуального акцентирования текста оказывают возможное влияние на свою аудиторию при освещении провокационных текстов.

В условиях современного медиапространства оба типа каналов могут сосуществовать, дополняя друг друга и удовлетворяя различные потребности пользователей данного мессенджера. Но вместе с тем, неофициальные медиаресурсы в «Телеграм», которые по своей структуре похожи на традиционные СМИ, должны уделять особое внимание публикуемой информации во избежание дезинформирования аудитории.

В целом, результаты исследования подчеркивают весомые различия в ведении канала и в подаче контента на официальных и неофициальных медиаресурсах в «Телеграм». Это указывает на важность контроля за медиаресурсами, претендующими на звание официального СМИ и имеющими особенный авторитет среди множества пользователей, но не являющимися официально зарегистрированным СМИ.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Аксенова, А. С. Особенности присутствия СМИ в мобильных мессенджерах и социальных сетях / А. С. Аксенова // Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер – 2021): Сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием, Москва, 6-10 декабря 2021 года. – С. 137-141.
- 2 Алексеев, А. В. Использование Telegram-каналов в региональной прессе / А. В. Алексеев, А. И. Дубинин // Вопросы устойчивого развития общества. – 2022. – № 6 – С. 579-586.
- 3 Баранова, Е. А. Новые реалии развития редакций, или что такое газетная конвергенция: моногр. / Е. А. Баранова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 187 с.
- 4 Бардин, С. А. Telegram от А до Я. История, критерии работы, возможности [Электронный ресурс] / С. А. Бардин // 2020. – С. 19. – Режим доступа : <https://www.litres.ru/book/sergey-aleksandrovic/telegram-ot-a-do-ya-istoriya-kriterii-raboty-vozmozhn-63074317/> – 13.04.2025.
- 5 Журналист Михаил Стацюк объяснил причины успеха новых медиа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://spbfriends.ru/media/news/zhurnalist-mihail-staczyuk-obyasnil-prichiny-uspeha-novyh-media> – 13.04.2025.
- 6 Иванов, А. Д. Чат-бот в Telegram и «ВКонтакте» как новый канал распространения новостей. / А. Д. Иванов // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева, Т. 1. – № 3. – 2016. – С. 126-132 с.
- 7 Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / под ред. М. М. Лукиной. // М. : Аспект Пресс, 2010. – 348 с.
- 8 Как изменилась аудитория соцсетей в России в 2024 году – исследование [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75->

mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry – 13.04.2025.

Количество активных авторов в России достигло рекордных показателей – 75 млн. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ppc.world/news/kolichestvo-aktivnyh-avtorov-v-rossii-dostiglo-rekordnyh-pokazateley-75-mln/?from=auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry> – 13.04.2025.

9 Коноплев, Д. Э. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ и соцсетях / Д. Э. Коноплев // Знак: проблемное поле медиаобразования. – 2017. – № 3(25). – С. 198-200.

10 Кузьменко, А. А. Актуальные возможности использования социальных сетей для развития современных СМИ / А. А. Кузьменко // Студенческая наука и XXI век, Т. 17. – № 2-2 (20). – С. 57-59.

11 Лосева, Н. С. Аудитория новых медиа // Как новые медиа изменили журналистику, 2012-2016 / под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург: Гуманитарный университет. – С.31-86

12 Лукина, М. М. СМИ в пространстве Интернета. / М. М. Лукина, И. Д. Фомичева // М., 2005. – С.89.

13 Ляховенко, О. И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России [Электронный ресурс] / О. И. Ляховенко // GalacticaMedia: JournalofMediaStudies. – 2022. – №1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-kanaly-v-sisteme-ekspertnoy-i-politicheskoykommunikatsii-v-sovremennoy-rossii> – 16.04.2025.

14 Максим Иксанов: «Шутки – это лицо Mash» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.ok-magazine.ru/stars/interview/89553-maksim-iksanov-shutki-eto-lico-mash> – 13.04.2025.

15 Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.

16 Обращение главного редактора [Электронный ресурс]: KP.RU. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/95-let-komsomolskoj-pravde/> – 13.04.2025.

17 Огурцова, А. П. Особенности структурирования журналистского контента telegram-канала [Электронный ресурс] / А. П. Огурцова // Медиасреда. – 2023. – №1. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strukturirovaniya-zhurnalistского-kontenta-telegram-kanala> – 16.04.2025.

18 Олешкевич, В. В. Информационные агентства vs журналистские проекты на площадке Telegram / В. В. Олешкевич // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: материалы международной научно-практической конференции, СПб. – 2022. – С. 139-142.

19 Олешкевич, В. В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа [Электронный ресурс] / В. В. Олешкевич // Меди@льманах. – 2022. – № 5 (112). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-zhurnalistika-informatsionnye-proekty-v-messendzherah-kak-novye-massmedia> – 16.04.2025.

20 Портал государственных услуг Российской Федерации [Электронный ресурс]: www.gosuslugi.ru. – Режим доступа : <https://www.gosuslugi.ru/snet/676f3fd76aa9672b96316098> – 13.04.2025.

21 Разговор с главредом «Осторожно, новости» Сергеем Титовым [Электронный ресурс]: YouTube. – Режим доступа : <https://youtu.be/tjc2pWu94GY?si=FkUAQp5egO1H9bd9> – 13.04.2025.

22 Рейтинг Telegram-каналов / Россия / Новости и СМИ [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=members> – 13.04.2025.

23 Роскомнадзор разработал порядок ведения реестра каналов с аудиторией больше 10 тыс. человек [Электронный ресурс]: www.interfax.ru. – Режим доступа : <https://www.interfax.ru/russia/979763> – 13.04.2025.

24 Сергеева, Ю. В. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика [Электронный ресурс]: WebCanare. – Режим доступа :

<https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> – 13.04.2025.

25 Солдаткина, Я. В. Проблемы сегментации контента в СМИ и новые возможности мобильных мессенджеров / Я. В. Солдаткина // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2018. – Т. 23. – № 3. – С. 323-330.

26 Статистика Telegram-канала «Mash» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@mash/stat> – 13.04.2025.

27 Статистика Telegram-канала «Readovka» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@readovkanews/stat>. – 13.04.2025.

28 Статистика Telegram-канала «Новости Москвы» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@moscowmap/stat> – 13.04.2025.

29 Статистика Telegram-канала «Осторожно, новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@ostorozhno_novosti/stat – 13.04.2025.

30 Статистика Telegram-канала «Прямой эфир. Новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@novosti_efir/stat – 13.04.2025.

31 Статистика Telegram-канала «РИА Новости» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : https://tgstat.ru/channel/@rian_ru/stat – 13.04.2025.

32 Татаринцева, А. С. Telegram-каналы как платформа распространения журналистского контента/ А. С. Татаринцева. // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы. – Воронеж: 2022. – С. 94-96.

33 Татур, И. А. Особенности присутствия СМИ в «Telegram» [Электронный ресурс] / И. А. Татур, Н. Н. Козлова // E-Scio. – 2019. – №11 (38). – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-prisutstviya-smi-v-telegram>. – 16.04.2025.

34 Телеграм-каналы предложили приравнять к СМИ – Новости Право.ру [Электронный ресурс]: pravo.ru. – Режим доступа : <https://pravo.ru/news/246367/> – 13.04.2025.

35 Шуйская, Ю. В. Лингвистические особенности дискурса Telegram-каналов как нового типа медиа / Ю. В. Шуйская // Социальные гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. – 2023. – С. 45-57.

36 Щербина, И. Д. Специфика освещения новостей в Telegram-каналах новостных СМИ [Электронный ресурс] / И. Д. Щербина // Elibrary: научная электронная библиотека. – Режим доступа : <https://elibrary.ru/item.asp?id=56429233> – 13.04.2025.

37 Эксперты рассказали, как мессенджеры влияют на журналистику [Электронный ресурс]: РИА Новости: сетевое издание. – Режим доступа : <https://ria.ru/20170811/1500183953.html> – 13.04.2025.

38 Яшина, А. Р. Telegram-журналистика: как мессенджеры изменили СМИ / А. Р. Яшина // Материалы XXIV научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и студентов Национального исследовательского Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарёва. Материалы конференции. В 3-х частях, Саранск, 19-21 мая 2021 года / Сост. А. В. Столяров, отв. за выпуск П. В. Сенин. Том Часть 3. – Саранск: Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва, 2021. – С. 327-334.

39 Telegram-канал «Brand Analytics» [Электронный ресурс]: Telegram. – Режим доступа : <https://t.me/BrandAnalytics/371> – 13.04.2025.

40 Telegram-канал«Readovka» [Электронный ресурс]: Telegram. – Режим доступа : <https://t.me/readovkanews>. – 13.04.2025.

41 Telegram-канал «Комсомольская правда KP.RU» [Электронный ресурс]: tgstat.ru. – Режим доступа : <https://tgstat.ru/channel/@truekpru> – 13.04.2025.

42 Telegram-канал «Павел Дуров» [Электронный ресурс]: Telegram – Режим доступа : <https://t.me/durov> – 13.04.2025.

43 Telegram-канал как инструмент маркетинга новых медиа.
[Электронный ресурс]: vernsky.ru. – Режим доступа :
<https://vernsky.ru/pubs/telegram-kanal-kak-instrument-marketinga-novyh-media-5cd02d8ef2ad471e773c72cb> – 13.04.2025.