НОВЫЕ МЕДИА

Колесниченко Александр Васильевич, кандидат филологических наук, доцент кафедры цифровой журналистики, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Россия; e-mail: april-7@yandex.ru, ORCID 0000-0003-3972-5247

ЖАНРЫ ПУБЛИКАЦИЙ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ

Жанровая палитра наиболее популярных русскоязычных информационных телеграм-каналов сводится почти исключительно к различным формам новостей и к «служебным» жанрам, таким как анонсы публикаций «материнского» СМИ и подписи под иллюстративным контентом. В Telegram сформировались новые, уникальные для этой соцсети жанры, такие как расширенная новость-конспект, сдвоенная новость, новость с оценкой, расширенный анонс. Таковы результаты исследования текстовой части публикаций 20 наиболее популярных по охвату русскоязычных телеграм-каналов категории «Новости и СМИ». Исследование также показало отсутствие в телеграм-каналах многих традиционных для СМИ жанров: репортажа, интервью, статьи, рецензии, авторской колонки и других. В целом же можно сделать вывод, что тексты в Telegram по сравнению со СМИ сокращаются и упрощаются. Нормой стало отсутствие ссылок на источники информации и первоисточники публикаций. Широко распространены эмоциональные и при этом не подкрепленные аргументами оценки происходящего. Поэтому медиареальность Telegram рискует стать еще более далекой от реальности, чем медиареальность СМИ.

Ключевые слова: *Telegram, жанры, журналистика, новости, СМИ.*

Как цитировать: *Колесниченко А. В.* Жанры публикаций информационных телеграм-каналов // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2025. № 4. С. 3–23. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.323

Alexander V. Kolesnichenko, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Digital Journalism, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: april-7@yandex.ru, ORCID 0000-0003-3972-5247

GENRES OF PUBLICATIONS IN INFORMATION TELEGRAM CHANNELS

The genre palette of the most popular Russian-language information Telegram channels is reduced almost exclusively to various forms of news and to "service" genres, such as announcements of publications of the "parent" media outlet and captions under illustrative content, such as photos or multimedia. A number of new, unique genres have formed in Telegram, such as an extended news summary (news supplemented with the

positions of the parties, expert assessments, and background, but in a compressed form and usually without links to sources), double news (news in development of the previous news, which is laid out on top), news with an assessment (a message about an event and commenting on it in an emotional form), an extended announcement (an announcement of a publication, claiming to be self-sufficient and valuable in itself for the reader). These are the results of the study of the text part of publications of the 20 most popular Russian-language Telegram channels in the "News and Media" category by reach. The study also showed the absence of such traditional media genres as reportage, interview, feature, review, and column in Telegram channels. In general, it can be concluded that texts in Telegram channels are shortened and simplified compared to the media. The absence of links to sources of information and original publications has become the norm. Emotional and, at the same time, unsupported assessments of what is happening are widespread. Therefore, the media reality of Telegram risks becoming even further from reality than the media reality of the media.

Key words: *Telegram, genres, journalism, news, media.*

To cite this article: Kolesnichenko A. V. (2025) Zhanry publikatsiy informatsionnykh Telegram-kanalov [Genres of publications in information Telegram channels]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika 4*: 3–23. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.323

DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.4.2025.323

Введение

Telegram как мессенджер и как соцсеть в 2020-е гг. приобрел особое значение в российском медиапространстве. По данным исследовательской компании *Mediascope*[1], среднесуточный охват *Telegram* с 2021 по 2024 г. увеличился с 18% до 51% населения России старше 12 лет, а проводимое в соцсети время – с 2% до 9% от времени, проводимого в интернете. По популярности среди мессенджеров *Telegram* в России находится на втором месте после *WhatsApp,* по популярности среди соцсетей – на первом, обойдя в 2023 г. по охвату аудитории соцсеть «ВКонтакте».

При этом если в других популярных в России соцсетях («ВКонтакте», «Одноклассники», «Дзен» и др.) доминирует развлекательный контент, то в *Telegram* – общественно-политический. По данным *Mediascope,* из 100 каналов – лидеров по охвату аудитории 55 относятся к новостным или политическим, а 73% пользователей *Telegram* ежедневно читают минимум один канал.

В *Telegram* представлен максимально широкий спектр источников информации – от каналов крупнейших СМИ, известных политиков, общественных деятелей и экспертов до каналов СМИ, сайты

которых заблокированы на территории России, и каналов журналистов, эмигрировавших из России и признанных иноагентами. Особенностью *Telegram* также является отсутствие смешанной новостной ленты (пользователь может читать только конкретный канал) и навязываемых соцсетью алгоритмов показа сообщений (пользователь видит все сообщения, опубликованные в канале).

Интерес исследователей к *Telegram* также существенно вырос в последние годы. Практически все наиболее значимые исследования выполнены в 2020-е г., при том что соцсеть существует с 2013-го. Причем в России *Telegram* изучают гораздо активнее, чем за рубежом. Хотя в 2025 г. число пользователей сети в мире достигло 1 млрд[2], по популярности среди соцсетей и мессенджеров *Telegram* находится лишь на седьмом месте[3], отставая от лидера *Facebook** по числу пользователей более чем в три раза.

Обзор исследований

По поводу представленности журналистских жанров в блогосфере в целом существуют различные, в том числе диаметрально противоположные точки зрения: от подобия контента соцсетей в жанровом плане контенту СМИ (Морозова, 2015) до описания жанровой системы соцсетей как набора простых речевых жанров в отличие от сложных письменных жанров СМИ (Колесниченко, 2021). В рамках еще одного подхода контент соцсетей предлагается разделить на три вида: профессиональный контент СМИ с идентичной СМИ жанровой структурой, профессиональный блогерский контент с формами публикаций, называемыми гипержанрами (высокая степень креолизованности, гипертекстуальности), и пользовательский контент, в котором доминируют интерактивные субжанры (Горошко, Полякова, 2015).

Что же касается информационных телеграм-каналов, то опубликованные на сегодняшний день исследования в основном направлены на изучение содержательных, структурных и стилистических особенностей каналов и публикаций в них. Под информационными каналами в контексте данной работы понимаются телеграм-каналы, выполняющие ключевые функции СМИ, такие как информирование об актуальных социально значимых событиях и проблемах, ориентирование в происходящем и формирование отношения к нему.

Предложена типология информационных телеграм-каналов (Дементьева, 2021) по различным критериям: связь со СМИ

---

* Принадлежит организации *Meta*, признанной в РФ экстремистской.

(каналы традиционных СМИ, каналы сетевых СМИ, «оригинальные» каналы, не связанные с медиабрендом), жанры (новостные каналы, аналитико-новостные и аналитические), авторство (анонимные и неанонимные), широта тематики (монотемные и политематические), территориальный охват (локальные, региональные и общенациональные).

В рамках еще одной типологии (Болдина, Константинова, 2023) информационные телеграм-каналы предложено делить на каналы СМИ, каналы, не связанные со СМИ, и каналы известных личностей (журналисты, эксперты, политические и общественные деятели).

Выявлено, что в российском сегменте *Telegram* сложилась политико-экспертная экосистема, своего рода «распределенный *think tank*» (Ляховенко, 2022). Телеграм-каналы стали инструментом коммуникации внутри политической элиты, пространством рефлексии по поводу происходящего, трибуной для обращения к лицам, принимающим решения, и к публике. Это обострило информационное противостояние, привело к обилию вбросов компромата и распространению «псевдоаналитики» – манипулятивного контента, который выглядит как экспертиза.

В *Telegram* формируются «информационные пузыри» в каналах сторонников маргинальных взглядов, что способствует радикализации участников этих сообществ и поляризации общества в целом. Так, исследование более 2 млн публикаций и комментариев 174 наиболее популярных голландских телеграм-каналов общественно-политической тематики (Simon, Welbers, Kroon, Trilling, 2023) показало, что в голландском сегменте *Telegram* наиболее активны сторонники конспирологических теорий, ультраправые и ковид-диссиденты.

Российские исследования подтверждают, что контент информационных телеграм-каналов часто лишен объективности и не соответствует журналистским этическим нормам (Болдина, Константинова, 2023). Если для качественной журналистики нормой является отделение фактов от мнений, то в телеграм-каналах оценочные суждения становятся стандартным элементом новостного текста (наряду с заголовком, «телом» новости и визуальным элементом), причем в оценках активно используется агрессивный тон, ирония и сарказм (Вьюгина, Салихова, Филаткина, 2023).

Для создания доверительной атмосферы в информационных телеграм-каналах активно используется устная речь, имитирующая близость к читателю (Belinskaya, 2023), а также неформальное обращение к аудитории и эмотиконы (Sánchez-Gonzales, Martos-

Moreno, 2023). Использование эмотиконов и эмодзи как элементов текста, а также спойлеров для сокрытия части текста названо «трендовыми практиками» современной телеграм-среды наряду с традиционными для соцсетей инструментами завлечения аудитории, такими как опросы, голосования и призывы к репостам (Кадочникова, Королева, 2025).

Что же касается жанров и форматов публикаций, то исследование районных телеграм-каналов Москвы показало, что доминируют в этих каналах такие жанры, как новость и реплика (высказывание, побуждающее к дискуссии), а помимо этого представлены объявления, анонсы и подпись к фото (Зуйкина, Аникина, 2023). Еще в одном исследовании формы публикаций информационных телеграм-каналов классифицировались как «инцидент», «криминал», «страшный/курьезный случай», «запись с камер видеонаблюдения/очевидцев» (Беленко, 2024). Также выявлено, что в телеграм-каналах информационных телеканалов доминируют новости и анонсы программ (Чобанян, 2024).

Автор данной работы исходит из того, что перечисленные выше, а также прочие, не охваченные исследованиями, но объективно существующие особенности мессенджера (связанные с технологией ведения каналов, интерфейсом, спецификой медиапотребления) не могли не привести к созданию собственной жанровой системы журналистских публикаций в *Telegram*. Это могут быть адаптированные к сети жанры традиционных СМИ либо новые жанры, сложившиеся исключительно в телеграм-каналах. Жанровая палитра публикаций информационных телеграм-каналов будет отличаться от жанровой палитры СМИ и по использованию традиционных для СМИ жанров, часть которых в *Telegram* окажется невостребованной.

Обоснование использования именно термина «жанр», а не «формат» применительно к исследуемым публикациям таково. Жанр здесь трактуется как «устойчивый тип публикаций, объединенных сходными содержательно-формальными признаками» (Тертычный, 2017: 13). Формат же применительно к публикации – это адаптация жанра под задачи конкретного медиа с учетом его информационной ниши и запросов целевой аудитории (Лазутина, 2010; Лащук, 2010). Цель данного исследования – выявление именно жанров как устойчивых типов публикаций, а не особенностей публикаций отдельных телеграм-каналов.

Исследования, аналогичного задуманному автором данной работы, на сегодняшний день нет. При том что понимание жанровой

специфики *Telegram* необходимо и для осмысления этой информационной среды, и для совершенствования журналистской практики, которая на сегодняшний день осуществляется в основном методом проб и ошибок либо копирования наиболее успешных решений конкурентов.

Методика

Исследовательский вопрос был сформулирован так: Какова жанровая структура текстовой части публикаций наиболее популярных информационных телеграм-каналов?

Мы исходили из предположений, что в *Telegram* сложились текстовые жанры, специфичные именно для этой соцсети, что в информационных телеграм-каналах представлены как отдельные жанры, идентичные жанрам СМИ, так и уникальные жанры.

Выборку составили публикации 20 наиболее популярных по охвату телеграм-каналов, по данным *tgstat.ru*[4], в категории «Новости и СМИ» по состоянию на 10 марта 2025 г. (дата начала исследования). Рейтинг именно по охвату (по среднему количеству просмотров публикаций канала за последние 30 дней), а не по числу подписчиков был взят как более адекватно отражающий популярность телеграм-каналов.

В ходе исследования выяснилось, что два канала («Госуслуги», *t.me/gosuslugi* и «Предупреждение РО», *t.me/LiveOnlain*) по своему содержанию не относятся к информационным, несмотря на присутствие в категории «Новости и СМИ». Поэтому они были исключены из выборки и заменены каналами, занимавшими 21 и 22 места в рейтинге. Получившаяся выборка представлена в таблице 1.

Таблица 1

Информационные телеграм-каналы категории «Новости и СМИ» – лидеры по среднему охвату публикации по состоянию на 10.03.2025

№	Telegram-канал	Ссылка	Средний охват публикации, тыс.	Число подписчиков, тыс.
1	Mash	t.me/mash	1100	3164
2	Топор Live	t.me/toporchan	841	4150
3	Прямой эфир	t.me/novosti_efir	785	3499
4	Новости Москвы	t.me/moscowmap	675	2178
5	РИА Новости	t.me/rian_ru	664	3378

Окончание таблицы 1

6	Baza	t.me/bazabazon	562	1607
7	Москвач	t.me/moscowach	539	3380
8	Раньше всех. Ну почти	t.me/bbbreaking	536	1903
9	Осторожно, новости	t.me/ostorozhno_novosti	467	1606
10	Readovka	t.me/readovkanews	451	2723
11	Москва Live	t.me/msk_live	445	2466
12	Varlamov News*	t.me/varlamov_news	395	1185
13	ВПШ	t.me/pravdadirty	391	1473
14	Shot	t.me/shot_shot	383	1247
15	Поздняков 3.0	t.me/doktorvlad	382	709
16	ЗАРУБИН	t.me/zarubinreporter	334	445
17	Kit	t.me/getkit	320	25
18	Два майора	t.me/dva_majors	280	1228
19	КОНТЕКСТ	t.me/kontext_channel	272	906
20	Медуза – LIVE*	t.me/meduzalive	256	1260

* Внесены Минюстом РФ в реестр иностранных агентов.

Далее в каждом канале было отобрано по 20 публикаций с текстовой составляющей. Таким образом суммарная выборка в рамках данного исследования составила 400 публикаций.

Отбор проводился в марте–апреле 2025 г. в дневное время. Публикации отбирались подряд в обратном порядке от момента начала просмотра каждого канала. Конкретные даты отбора у разных каналов различны, но в рамках исследования это допустимо ввиду схожести информационной повестки и отсутствия форс-мажорных событий, существенно повестку искажающих. Публикации, не содержащие текста, а также рекламные публикации из выборки исключались.

Исследование проводилось методами контент-анализа и типологического анализа. Вначале выявлялись жанровые характеристики публикации (предмет отображения, метод сбора и подачи информации, цель публикации), затем публикации со сходными характеристиками относили к одному типу.

Кодификатор в исходном виде содержал только один жанр – короткая новость (краткое сообщение о событии, написанное по принципу «перевернутой пирамиды»). Пополнять кодификатор предполагалось по ходу исследования, относя выявляемые жанры

либо к уже известным, представленным в СМИ и описанным в различных работах (Колесниченко, 2018; 2017), либо к новым, которые и будут специфичными для *Telegram*.

Под жанром в контексте данного исследования понимается тип публикации, существенно отличающийся от других в рамках жанрообразующей триады (предмет, метод и цель). Возможные предметы отображения – событие, явление, проблема, среда, личность. Метод касается сбора и подачи информации: поверхностное или глубокое погружение в тему, хронология или ее нарушение при рассказе о событии, использование каких-либо еще композиционных схем. Целью же может быть информирование, убеждение, разъяснение, развлечение, погружение.

Устойчивость и историчность данных форм публикаций ввиду короткой истории *Telegram* и еще более краткой истории его исследований не учитывается.

Результаты

Вначале перечислим в алфавитном порядке те жанры, которые были выявлены в публикациях, помимо упомянутого выше жанра «короткая новость»:

– анонс публикации – краткое описание публикации в «материнском» СМИ со ссылкой на эту публикацию на сайте СМИ;

– история – хронологический рассказ о курьезном или трагическом случае;

– карточки – публикация справочного характера, оформленная в виде картинок с поясняющим текстом;

– мини-аналитика – осмысление причин и последствий происходящего в сжатой форме и без ссылок на источники;

– новость с оценкой – новость, завершающаяся оценочным суждением, призванным сформировать восприятие этой новости;

– новость-молния – новость, состоящая из одного предложения. По форме идентична новости-молнии как жанру информагентств, но не обязательно является первым срочным сообщением по теме, сопровождающимся расширенными публикациями по мере получения информации;

– обзор – перечисление и краткое описание нескольких событий, объединенных темой или временным промежутком;

– обзор-анонс – анонс нескольких публикаций с кратким их описанием;

– обращение – призыв к читателям проявить определенную активность;

– подпись под аудио – краткое описание аудио, предложенного к прослушиванию;

– подпись под видео – краткое описание видео, предложенного к просмотру;

– подпись под фото – информирование о том, что изображено на фотографии;

– расширенная новость-конспект – новость с элементами аналитики (позиции сторон, оценки и прогнозы экспертов, контекст, предыстория и др.), подаваемая в сжатом виде по сравнению с традиционным для СМИ вариантом расширенной новости и, как правило, без ссылок на источники;

– расширенная подпись под видео – текст, анонсирующий представленное видео и содержащий также дополнительную информацию и/или оценку;

– расширенная подпись под фото – текст, поясняющий, что изображено на фото, и содержащий также дополнительные факты и/или оценки;

– расширенный анонс публикации – развернутое анонсирование публикации «материнского» СМИ, претендующее на то, чтобы быть самодостаточным материалом, раскрывающим тему;

– рекомендация – совет по решению проблемы или задачи;

– реплика – краткая трактовка или оценка происходящего;

– сдвоенная новость – новость, являющаяся развитием другой новости, ранее опубликованной в канале и подверстанной к данной новости.

Сводные результаты по частоте использования каждого из жанров представлены в таблице 2.

Таблица 2

Жанры текстовой части публикаций 20 наиболее популярных телеграм-каналов категории «Новости и СМИ»

№	Жанр	Кол-во
1	Короткая новость	165
2	Расширенная новость-конспект	47
3	Сдвоенная новость	39
4	Подпись под видео	26
5	Расширенная подпись под видео	25

Окончание таблицы 2

6	Расширенный анонс публикации	20
7	Новость-молния	16
8	История	16
9	Новость с оценкой	12
10	Расширенная подпись под фото	9
11	Реплика	7
12	Подпись под фото	7
13	Обзор	3
14	Анонс публикации	2
15	Карточки	1
16	Рекомендация	1
17	Мини-аналитика	1
18	Обзор-анонс	1
19	Обращение	1
20	Подпись под аудио	1
Всего		**400**

В публикациях было выявлено 20 жанров. Из них 12 встречаются более чем в 1% публикаций и поэтому могут считаться устоявшимися и характерными для *Telegram*.

Лидирует короткая новость, на которую приходится около половины (41%) публикаций. В целом же на новостные жанры (короткая новость, расширенная новость-конспект, сдвоенная новость, новость-молния, новость с оценкой) приходится более двух третей публикаций (70%). Отсюда можно сделать вывод, что основными формами публикаций в информационных телеграм-каналах являются различные виды новостных текстов.

Во вторую группу жанров можно объединить «служебные» тексты – подписи под иллюстрациями или мультимедиа. На эти жанры (подпись под видео, расширенная подпись под видео, расширенная подпись под фото, подпись под фото, подпись под аудио) суммарно приходится 17% публикаций.

Третья группа жанров – это различные виды анонсов (расширенный анонс публикации, анонс публикации, обзор-анонс). Они составили 6% публикаций, охваченных исследованием.

Среди оставшихся жанров внимания заслуживает история (4% публикаций) и реплика (2%). Прочие жанры являются нишевыми – составляющими незначительную долю публикаций.

На основании изложенного можно сделать вывод о жанровом профиле информационных телеграм-каналов. Это новостные тексты, «служебные» тексты в приложении к иллюстрациям и мультимедиа, анонсы публикаций «материнского СМИ», истории (краткое повествование) и реплики (краткие комментарии).

Примечательно, что нам ни разу не встретились такие базовые для традиционных СМИ жанры, как репортаж и интервью. Статья представлена редуцированной и редко встречающейся формой «мини-аналитика». Очерков, портретных текстов и других больших и сложных жанров в исследованном массиве публикаций также не было.

Теперь рассмотрим выявленные в ходе исследования специфичные для *Telegram* жанры. К таковым можно отнести расширенную новость-конспект, сдвоенную новость, новость с оценкой, расширенный анонс публикации, расширенную подпись под фото, расширенную подпись под видео и мини-аналитику.

Расширенная новость-конспект и мини-аналитика – это адаптация в *Telegram* традиционных для СМИ жанров «расширенная новость» и «статья». Однако сжатие до ключевых тезисов приводит к потере важных подробностей, а отсутствие ссылок на источники не дает представления о достоверности информации. В результате возрастает риск искаженного понимания даже при добросовестной подготовке публикации и возможность манипулирования при недобросовестности автора.

Краткость и во многих случаях эмоциональность форм публикаций приводит к тому, что *Telegram* становится средой распространения фактов и идей, вырванных из контекста, оторванных от первоисточника, некорректно прокомментированных и – вполне вероятно – искаженных либо вовсе сфабрикованных. Поэтому *Telegram* создает токсичную информационную среду, еще более искажающую реальную действительность, чем СМИ, с их процедурой верификации фактов, обязательными ссылками на источники и представлением в тексте позиций разных сторон конфликта.

В обзоре исследований упоминалось, что *Telegram* способствует поляризации общества и радикализации сторонников маргинальных взглядов. Теперь – при изучении жанровой структуры публикаций информационных телеграм-каналов – мы видим, что этому способствует форма публикаций.

Сюда же нужно добавить специфичный для *Telegram* жанр «новость с оценкой», когда оценка является навязыванием определенного восприятия новости. И именно оценка, обычно выраженная в эмо-

ционально-саркастической манере, является ключевым элементом текста. Упомянутый же в новости факт, как правило, только повод.

Вот пример новости с оценкой из телеграм-канала «Два майора» (см. рис. 1).



Рисунок 1. Пример новости с оценкой из телеграм-канала «Два майора»

Расширенные подписи под изображениями и мультимедиа – это попытка совместить специфичную для соцсетей наглядность со стремлением транслировать смыслы, не ограничиваясь показом фото или видео. По сути перед нами инверсия ролей текстовой и иллюстративной частей по сравнению со СМИ, где иллюстрация (фото, мультимедиа) обычно дополняет текст, а не наоборот. Это оправдано с учетом медиаповедения аудитории (предпочтение иллюстративного и аудиовизуального контента текстовому, просмотровое чтение с малых экранов и между делом, с низкой концентрацией внимания), но все так же вынуждает сжимать и упрощать, создавая риски для неадекватного восприятия и манипулирования.

Сдвоенная новость – это порождение интерфейса *Telegram*, возможности подверстать одно сообщение к другому, когда читатель может видеть часть его, а при желании – перейти к нему одним движением и так же, одним движением, вернуться назад. Для читателя же, знакомого с темой, ссылка на предыдущую новость не перегружает текущее сообщение, позволяет увидеть только новую информацию, не смешивая ее со старой.

Расширенный же анонс публикации – это следствие «промежуточного» положения телеграм-канала между аудиторией и «материнским» СМИ, с учетом того что значительная часть аудитории будет довольствоваться опубликованным в сети и на сайт СМИ не перейдет. Жанр же позволяет не только проинформировать о публикации, но и передать и отчасти обосновать содержащиеся в ней ключевые идеи.

Далее показана представленность жанров в каждом из охваченных исследованием телеграм-каналов:

Таблица 3

Жанры текстовой части публикаций наиболее популярных телеграм-каналов категории «Новости и СМИ» по отдельным каналам

Жанр	Mash	Топор Live	Прямой эфир	Новости Москвы	РИА Новости	Baza	Москвач	Раньше всех. Ну почти	Осторожно, новости	Readovka
Короткая новость	6	12	15	8	13	8	9	13	7	9
Расширенная новость-конспект	7					3			8	7
Сдвоенная новость	3	5	5	2		3		2	1	1
Подпись под видео							2			
Расширенная подпись под видео	1	2		4	2	1	1		3	
Расширенный анонс публикации										
Новость-молния					3		5	3		
История	2				1	5	2	2		1
Новость с оценкой										
Расширенная подпись под фото				5						1
Реплика		1								
Подпись под фото							1		1	

Окончание таблицы 3

Обзор					1					
Анонс публикации										1
Карточки	1									
Рекомендация				1						
Мини-аналитика										
Обзор-анонс										
Обращение										
Подпись под аудио										

Таблица 3а

Жанры текстовой части публикаций наиболее популярных телеграм-каналов категории «Новости и СМИ» по отдельным каналам

Жанр	Москва Live	Varlamov News*	ВПШ	Shot	Поздняков 3.0	ЗАРУБИН	Kit	Два майора	КОНТЕКСТ	Meduza – LIVE*
Короткая новость	13	12	8	8	7	1			13	3
Расширенная новость-конспект		1	1	2	1			3	5	9
Сдвоенная новость	2			8					2	5
Подпись под видео		2	2		1	16		3		
Расширенная подпись под видео	2	1	2	2	2	2				
Расширенный анонс публикации							18			2
Новость-молния		3			1			1		
История	1		1		1					
Новость с оценкой					3			9		
Расширенная подпись под фото	1		1					1		
Реплика					4	1		1		
Подпись под фото			5							
Обзор								1		1
Анонс публикации		1								
Карточки										
Рекомендация										
Мини-аналитика	1									

* Внесены Минюстом РФ в реестр иностранных агентов.

Окончание таблицы 3а

Обзор-анонс							1			
Обращение							1			
Подпись под аудио								1		

На таблице 3 прежде всего бросается в глаза несходство жанровой палитры различных телеграм-каналов. Даже если исключить из рассмотрения наиболее специфичные каналы, такие как «ЗАРУБИН» (канал тележурналиста, используемый для анонсирования телепрограмм) и *Kit* (канал аналитических рассылок), то мы видим, что нет ни одного жанра, который был бы представлен во всех без исключения каналах (это касается даже наиболее популярного жанра «короткая новость»). Также нет никакого «усредненного» жанрового профиля, к которому бы тяготела хотя бы часть каналов.

По частоте использования жанров можно выявить форматы отдельных каналов, их специализацию в рамках среды *Telegram*. Так *Mash, Baza*, «Осторожно, новости», *Readovka*, «КОНТЕКСТ» и «Медуза–*LIVE*»* претендуют на определенную аналитичность, что проявляется в обилии расширенных новостей, пусть даже в конспективной форме. Телеграм-каналы «Топор *Live*», «Прямой эфир», «РИА Новости», «Москвач», «Раньше всех. Ну почти», *Varlamov News** и «Москва *Live*» – чисто новостные. Каналы «Поздняков 3.0» и «Два майора» изобилуют комментариями. «Новости Москвы» наряду с текстовыми новостями активно публикуют иллюстративный материал, и почти половина текстовых публикаций – подписи под фото и видео.

Форматы каналов могут отражать как предпочтения целевой аудитории, так и типы и способы медиапотребления в *Telegram*. Сводить все только к характеристикам целевой аудитории нельзя, так как с большой вероятностью аудитория исследуемых каналов пересекается. Просто к разным каналам обращаются за информацией различного типа. Хотя и не исключено формирование «информационного пузыря» вокруг определенного канала или группы каналов со схожей мировоззренческой позицией.

Подводя итог, можно утверждать, что ответ на исследовательский вопрос получен. Жанровая структура информационных телеграм-каналов выявлена. Гипотеза о представленности в них как жанров, аналогичных жанрам СМИ, так и специфичных для *Telegram* подтвердилась. Эти новые жанры были описаны выше. Также подтвердилась гипотеза о специфичности использования

* Внесены Минюстом РФ в реестр иностранных агентов.

жанров СМИ в телеграм-каналах. Выявилось отсутствие в них целого ряда традиционных для СМИ жанров.

Дискуссия

Представленное исследование – лишь маленький шаг к пониманию специфики и сущности *Telegram* как коммуникационной среды в целом и как пространства для распространения журналистской информации в частности. Спектр возможных дальнейших исследований крайне широк, и изучить предстоит гораздо больше, чем известно на сегодняшний день.

Для понимания жанровой специфики информационных телеграм-каналов желательно проведение целого ряда исследований, аналогичных представленному в данной статье. В различные периоды, с различными выборками, с различными трактовками выявляемых форм публикаций. Только так можно получить системное представление о жанрах *Telegram*, выделить действительно «устойчивые, исторически сложившиеся типы публикаций, объединенные сходными содержательно-формальными признаками» (Тертычный, 2017;13). Особенно с учетом «текучести» цифровой среды, характерной для нее постоянной трансформации, адаптации и поиска.

От текстовых жанров нужно перейти к мультимедийным. Выявить сложившиеся и складывающиеся в информационных телеграм-каналах сочетания текстовых и мультимедийных элементов, включая разножанровые, претендующие на то, чтобы стать устоявшимися формами публикаций, эффективными с точки зрения соотношения затрат на их подготовку и привлеченного внимания аудитории.

Для понимания журналистики в пространстве *Telegram* также необходимы исследования других аспектов этой информационной среды. Во-первых, необходимы исследования телеграм-каналов как медиапредприятий. Выявление их редакционных структур, рабочих процессов и бизнес-моделей. На сегодняшний день часть популярных каналов являются анонимными, а описание и понимание технологии работы отсутствует даже в случае с телеграм-каналами СМИ.

Совершенно не исследована аудитория: ее структура, мотивы выбора каналов, восприятие публикаций и место телеграм-каналов в информационном потреблении. Сравнение числа подписчиков и среднего охвата их публикаций показало, что реальная аудитория большинства каналов составляет 10–30% от числа подписчиков. При этом мотивы подписки и последующего отказа

от чтения также не выявлены. Равно как и влияние публикаций телеграм-каналов на мировоззрение и поведение аудитории, способность соцсети выполнять идеологическую функцию медиа.

Работа с источниками при подготовке публикаций для каналов также нуждается в прояснении. Не исследован «круговорот» информации, при том что значительная часть публикаций даже топовых каналов повторяют друг друга. Необходимо выявить как принципы отбора тем для публикации, так и механизмы «вбросов», когда *Telegram* используется для привлечения либо отвлечения внимания в рамках информационных кампаний. Отдельного исследования достоин и результат этого – складывающаяся в телеграм-каналах информационная повестка, медиареальность *Telegram*, ее соотношение с медиареальностью СМИ и с реальной действительностью. Хотя бы в рамках конкретных событий и тем.

Перечисленные выше исследования критичны для понимания мессенджера, а понимание *Telegram* критично для понимания современной медиасреды. Особенно в России, где для значительной части аудитории телеграм-каналы стали важным, если не основным источником информации о происходящем в мире.

Примечания

[1] Аудитория Telegram // Mediascope.net. Режим доступа: https://mediascope.net/upload/iblock/2ee/bdbcymunn4gcxjwcgjgjzsw74nrqtmz6/Mediascope_НРФ_Telegram.pdf (дата обращения 04.05.2025).

[2] Billion Telegram Users. Du Rove channel. Available at: https://t.me/durov/404 (accessed 06.05.2025).

[3] Most popular social networks worldwide as of February 2025, by number of monthly active users. Statista.com. Available at: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (accessed 06.05.2025).

[4] Рейтинг Телеграм-каналов. Категория «Новости и СМИ». По охвату // Tgstat.ru. Режим доступа: https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=reach (дата обращения 10.03.2025).

Библиография

Беленко В. Е. Новостные телеграм-каналы сибирских городов-миллионников в контексте развития медиа-ландшафта 2022–2024 годов // Вестн. НГУ. Сер.: История, филология. 2024. Т. 23. № 6: Журналистика. С. 44–53. DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-44-53

Болдина К. А., Константинова В. С. Специфика контента русскоязычных новостных Телеграм-каналов (на примере каналов «BBC NEWS | РУССКАЯ СЛУЖБА» и «ОСТОРОЖНО, НОВОСТИ») // Актуальные

вопросы современной филологии и журналистики. 2023. № 4 (51). С. 125–136. DOI: 10.36622/AQMPJ.2023.39.14.019

Вьюгина Д. М., Салихова Е. А., Филаткина Г. С. Структурные элементы постов новостных каналов в Telegram и ВК // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 5. С. 22–39. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.2239

Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий. // Жанры речи. 2015. № 2. С. 119–127.

Дементьева К. В. Развитие Телеграм-каналов в медиапространстве российских регионов: специфика, типология, перспективы развития (на примере Телеграм-каналов Республики Мордовия) // Вестн. НГУ. Сер.: История, филология. 2021. Т. 20 № 6: Журналистика. С. 131–144. DOI 10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144

Зуйкина К. Л., Аникина М. Е. Районные Телеграм-каналы Москвы: опыт контент-аналитического исследования // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2023. № 6. С. 87–117. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2023.87117

Кадочникова С. А., Королева М. Н. Тенденции продвижения новостного контента в Telegram: технологический аспект // Вопросы теории и практики журналистики. 2025. Т. 14. № 1. С. 63–79. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(1).63-79

Колесниченко А. В. Востребованность жанров журналистских текстов в онлайновых СМИ // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 26–42.

Колесниченко А. В. Журналистика и блогосфера: жанрово-тематические пересечения // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2021. № 1. С. 52–75.

Колесниченко А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов. М.: Юрайт, 2017.

Лазутина Г. В. Жанр и формат в терминологии современной журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 14–21.

Лащук О. Р. Термин «формат» в массовой коммуникации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 6. С. 36–41.

Ляховенко О. И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России // *Journal of Media Studies.* 2022. № 1. С 114–144. DOI: 10.46539/gmd.v4i1.230

Морозова А. А. Специфика традиционных жанров журналистики в текстах социальных сетей (на примере «ВКонтакте») // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер.: Филология. Искусствоведение. 2015. № 5. С. 240–249.

Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2017.

Чобанян К. В. Трансформация характеристик телевизионных видеоновостей на платформах VK и Telegram // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2024. № 5. С. 3–26. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326

Belinskaya Yu. S. (2023) ‘Insider news’ on Russian Telegram: Resembling truth, proximity and objectivity. *The Journal of Applied Journalism & Media Studies*. DOI: 10.1386/ajms_00108_1

Simon M., Welbers K., Kroon A. C., Trilling D. (2023) Linked in the dark: A network approach to understanding information flows within the Dutch Telegramsphere, *Information, Communication &* Society 26 (15): 3054–3078. DOI: 10.1080/1369118X.2022.2133549

Sánchez-Gonzales H.-M., Martos-Moreno J. (2023) Production and distribution of media news on Telegram. *Comunicacion y Sociedad* 36 (1): 95–112. DOI: 10.15581/003.36.1.95-112

Notes

Billion Telegram Users. *Du Rove channel*. Available at: https://t.me/durov/404 (accessed 06.05.2025).

Auditoriya Telegram [Telegram Audience]. *Mediascope.net.* Available at: https://mediascope.net/upload/iblock/2ee/bdbcymunn4gcxjwcgjgjzsw74nrqtmz6/Mediascope_НРФ_Telegram.pdf (accessed 04.05.2025).

Most popular social networks worldwide as of February 2025, by number of monthly active users. *Statista.com*. Available at: https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/ (accessed 06.05.2025).

Reyting Telegram-kanalov. Kategoriya «Novosti i SMI». Po okhvatu [Telegram Channel Rating. Category “News and Media”. By reach]. *Tgstat.ru*. Available at: https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=reach (accessed 10.03.2025).

References

Belenko V. E. (2024) Novostnye telegram-kanaly sibirskikh gorodov-millionnikov v kontekste razvitiya media-landshafta 2022–2024 godov [News Telegram Channels of Siberian Cities with a Population of Over a Million in the Context of the Development of the Media Landscape in 2022–2024]. *Vestnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya* 23 (6): 44–53. DOI: 10.25205/1818-7919-2024-23-6-44-53. (In Russian)

Belinskaya Yu. S. (2023) ‘Insider news’ on Russian Telegram: Resembling truth, proximity and objectivity. *The Journal of Applied Journalism & Media Studies*. DOI: 10.1386/ajms_00108_1

Boldina K. A., Konstantinova V. S. (2023) Spetsifika kontenta russkoyazychnykh novostnykh Telegram-kanalov (na primere kanalov «BBC NEWS | RUSSKAYA SLUZHBA» i «OSTOROZHNO, NOVOSTI» [Specifics of the Content of Russian-Language News Telegram Channels (Based on the Example of the Channels “BBC NEWS | RUSSIAN SERVICE” and “CAUTION, NEWS”)] *Aktual’nye voprosy sovremennoy filologii i zhurnalistiki* 4 (51): 125–136. DOI: 10.36622/AQMPJ.2023.39.14.019. (In Russian)

Chobanyan K. V. (2024) Transformatsiya kharakteristik televizionnykh videonovostei na platformakh VK i Telegram [Transformation of characteristics of television video news on the VK and Telegram platforms]. *Vestnik*

Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. 5: 3–26. DOI: 10.55959/msu.vestnik.journ.5.2024.326. (In Russian)

Dementeva K. V. (2021) Razvitie Telegram-kanalov v mediaprostranstve rossiyskikh regionov: spetsifika, tipologiya, perspektivy razvitiya (na primere Telegram-kanalov Respubliki Mordoviya) [Development of Telegram channels in the media space of Russian regions: specifics, typology, development prospects (on the example of Telegram channels of the Republic of Mordovia)] *Vestnik NGU. Seriya: Istoriya, filologiya* 20 (6): 131–144. DOI: 10.25205/1818-7919-2021-20-6-131-144. (In Russian)

Goroshko E. I., Polyakova T. L. (2015) K postroeniyu tipologii zhanrov sotsial'nykh mediy [On the construction of a typology of social media genres]. *Zhanry rechi* 2: 119–127. (In Russian)

Kadochnikova S. A., Koroleva M. N. (2025) Tendentsii prodvizheniya novostnogo kontenta v Telegram: tekhnologicheskiy aspekt [Trends in promoting news content in Telegram: technological aspect] *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki* 14 (1): 63–79. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(1).63-79. (In Russian)

Kolesnichenko A. V. (2017) *Tekhnika i tekhnologiya SMI. Podgotovka tekstov* [Technique and technology of mass media. Preparation of texts]. Moscow: Yurayt Publ. (In Russian)

Kolesnichenko A. V. (2021) Zhurnalistika i blogosfera: zhanrovo-tematicheskie peresecheniya [Journalism and the blogosphere: genre and thematic intersections]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 1: 52–75. (In Russian)

Kolesnichenko A.V. (2018) Vostrebovannost' zhanrov zhurnalistskih tekstov v onlajnovyh SMI [The demand for genres of journalistic texts in online media]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 1: 26–42. (In Russian)

Lashchuk O. R. (2010) Termin «format» v massovoy kommunikatsii [The term "format" in mass communication]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 36–41. (In Russian)

Lazutina G. V. (2010) Zhanr i format v terminologii sovremennoy zhurnalistiki [Genre and format in the terminology of modern journalism]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 14–21. (In Russian)

Lyakhovenko O. I. (2022) Telegram-kanaly v sisteme ekspertnoy i politicheskoy kommunikatsii v sovremennoy Rossii [Telegram channels in the system of expert and political communication in modern Russia]. *Journal of Media Studies* 1: 114–144. DOI: 10.46539/gmd.v4i1.230. (In Russian)

Morozova A. A. (2015) Spetsifika traditsionnykh zhanrov zhurnalistiki v tekstakh sotsial'nykh setey (na primere «VKontakte») [Specificity of traditional journalism genres in social media texts (on the example of VKontakte)] *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya. Iskusstvovedenie* 5: 240–249. (In Russian)

Sánchez-Gonzales H.-M., Martos-Moreno J. (2023) Production and distribution of media news on Telegram. *Comunicacion y Sociedad* 36 (1): 95–112. DOI: 10.15581/003.36.1.95-112

Simon M., Welbers K., Kroon A. C., Trilling D. (2023) Linked in the dark: A network approach to understanding information flows within the Dutch

Telegramsphere, *Information, Communication &* Society 26 (15): 3054–3078. DOI: 10.1080/1369118X.2022.2133549

Tertychnyy A. A. (2017) *Zhanry periodicheskoy pechati* [Genres of periodicals]. Moscow: Aspekt Press Publ. (In Russian)

Vyugina D. M., Salikhova E. A., Filatkina G. S. (2023) Strukturnye elementy postov novostnykh kanalov v Telegram i VK [Structural elements of news channel posts in Telegram and VK]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 5: 22–39. DOI: 10.30547/vestnik.journ.5.2023.2239. (In Russian)

Zuykina K. L., Anikina M. E. (2023) Rayonnye Telegram-kanaly Moskvy: opyt kontent-analiticheskogo issledovaniya [Moscow district Telegram channels: experience of content analytical research] *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 6: 87–117. DOI: 10.30547/vestnik.journ.6.2023.87117. (In Russian)

Поступила в редакцию
08. 05.2025