Валерия Владимировна Олешкевич

*Высшая школа печати и медиатехнологий СПбГУПТиД*

o\_valeri@mail.ru

**Работа российских Telegram-каналов СМИ в период конфликта**

**на Ближнем Востоке**

Настоящее исследование посвящено изучению деятельности каналов СМИ в мессенджере Telegram в первые дни палестино-израильского конфликта. Сравниваются инструменты их работы и способы привлечения внимания аудитории и анализируется конкурентоспособность. В качестве исследуемого материала были выбраны каналы РИА Новости, Readovka и Mash.

*Ключевые слова*: Telegram, РИА Новости, Mash, Readovka.

В 2022 г. возросла популярность Telegram как площадки для журналистской деятельности. В марте этого года аудитория активно переходила на каналы мессенджера, принадлежащие блогерам, выполняющим журналистскую деятельность, и СМИ [2: 77]. Сегодня популярность мессенджера продолжает возрастать. В медиасфере его уже можно рассматривать как «инновационный вид цифрового средства массовой информации» [3: 33].

В настоящем исследовании мы обратились к работе Telegram-каналов СМИ в период палестино-израильского конфликта, который начался 7 октября 2023 г. Мы проанализировали тенденции работы журналистов в мессенджере на примере трех ведущих каналов по рейтингам TGStat и Медиалогии: РИА Новости, Readovka и Mash. Любопытно, что три канала различаются по своей природе: информационное агентство, зарегистрированное СМИ и незарегистрированный канал, выполняющий журналистскую деятельность.

Для наиболее точного изучения работы каналов мы проанализировали публикации в них за три первых дня палестино-израильского конфликта, а именно посты, вышедшие с 7 по 9 октября. Оказалось, что Telegram-каналы СМИ, как и многие крупные традиционные медиаплощадки, заметно большее внимание уделяют громкому мировому событию, отвлекаясь при этом от новостей федерального и тем более регионального масштаба. В условиях информационного покоя три выбранных нами канала часто освещают события страны и отдельных ее регионов. Такая тенденция часто отмечается в СМИ, так как когда СМИ включено в процесс информационной глобализации, то повесткой дня, согласно законам рынка, оно делает то, что лучше продается [1: 12–13].

Каждый из рассмотренных нами каналов пользуется широким функционалом площадки Telegram. Например, РИА Новости привлекают внимание читателя к особо срочным сообщениям посредством красного восклицательного знака, выбранного из панели эмодзи. Примерно так же поступают и Readovka, и Mash, дополняя средства привлечения внимания аудитории еще и эмодзи-молнией. Все три канала делают акцент на обилии фото- и видеоконтента, который наглядно и оперативно передает информацию с места конфликта. Помимо этого Mash активно использует функцию сториз, которую разработчики Telegram ввели в августе этого года.

Примечательно то, что на собственно сайтах три редакции в заметно меньшем объеме и с меньшей регулярностью освещали события на Ближнем Востоке. Так, например, РИА Новости 7 октября вторую новость о начале конфликта выпускает на сайте в 07:53, что на 13 минут позже поста в Telegram. Более того, этот материал – дублирование поста из мессенджера в виде скриншота, сопровождаемого бэкграундом – сообщением, которое уже было опубликовано в 06:39 на канале в Telegram. А редакция Mash и вовсе не выпустила ни одной новости на сайте от 7 октября, хотя в мессенджере регулярно публиковала сообщения, сопровождая их фото- и видеоконтентом, отмеченным логотипом издания. Readovka существенно отличается по манере работы в Telegram, так как здесь редакция открыла доступ ко многим реакциям-эмодзи и комментариям, посредством которых читатели могут выражать свою оценку и делиться мнением. В Mash и РИА Новости функции обратной связи отключены. На канале Readovka читателя вовлекают не только в актуальную информационную повестку, но и в ее обсуждение.

Посредством мессенджера можно в персонализированной форме оперативно передавать новостные сообщения во всех форматах (текст, аудио, видео, голосовое сообщение, а также сториз) каждому читателю канала. И проведенное исследование наводит на мысль, что мессенджер Telegram в современных digital-реалиях становится все более опасным конкурентом для классической интернет-журналистики, которая существует в форматах самостоятельных сайтов.

*Литература*

1. Вартанова Е. Л. Глобализация СМИ и масс-медиа России // Вестн. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005. № 4. С. 9–24.
2. Олешкевич В. В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа // МедиаАльманах. 2022. № 5. С. 74–84.
3. Пушнина А. С. Telegram-каналы как инновационные цифровые СМИ в России // Астраполис: Астраханские политические исследования. 2021. Т. 11. С. 32–37.