

Соблюдение профессиональных и этических стандартов журналистики в публикациях информационных телеграм-каналов

Научный руководитель – Колесниченко Александр Васильевич

Приезжева Мария Дмитриевна

Выпускник (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра цифровой журналистики, Москва, Россия

E-mail: mariapriezzjeva@yandex.ru

Введение. Данная статья является фрагментом кандидатского диссертационного исследования на тему "Трансформация норм журналистской этики в новых медиа: на примере информационных телеграм-каналов". **Период исследования** - два месяца (январь-февраль 2026).

Актуальность работы связана с проблемой сохранения профессиональных ценностей в условиях цифровой медиареальности [3,4]. Институт журналистской этики в России переживает кризис [2], а сами журналисты в настоящий момент имеют нечеткие представления о ценностях как о важной составляющей профессионализма [3]. Особенно остро проблема соблюдения этических норм стоит в мессенджере Телеграм, который на сегодняшний день играет ключевую роль как источник новостей и контента [6]. Мы исходили из предположений, что проблемные моменты в Телеграм касаются объективности (манипулирование, навязывание выводов, скрытая реклама и пропаганда, односторонняя подача конфликтных тем), невозможности верифицировать информацию (отсутствия ссылок на первоисточник и источники информации), а также излишней эмоциональности авторов публикаций с выходом на "язык вражды". В предлагаемой статье обсуждается вопрос того, в какой мере соблюдаются профессиональные и этические стандарты журналистики в публикациях информационных телеграм-каналов.

Новизна обусловлена недостаточно широким освещением этой темы в отечественном научном дискурсе.

Объектом исследования в данной статье стали публикации наиболее популярных новостных телеграм-каналов. **Предмет исследования** - соблюдение норм журналистской этики сотрудниками телеграм-каналов.

Теоретические основы. Наше исследование основывается на трудах российских (Смирновой О.В., Кажберовой В.В. (2023), Вартановой Е. Л. (2021), Колесниченко А.В. (2025)) и зарубежных (Drok N., Duiven R. (2023), Leask, J., Harada, S., Rieger, D.J. (2023)) исследователей.

Методы. По примеру научных исследований Колесниченко А. В. [1] применяется контент-анализ, как основной способ исследования публикаций телеграм-каналов. Публикации оценивались по критериям, сформулированным с опорой на Кодекс этики журналиста, Медиаэтический стандарт 2.0 [7], и находящиеся в доступе профессиональные стандарты СМИ.

Кодификатор содержал 16 критериев, которые были отнесены к трем группам (объективность, работа с источниками, корректность).

Выборку составили публикации 20 наиболее популярных по охвату телеграм-каналов, по данным tgstat.ru [8], в категории «Новости и СМИ» по состоянию на 28 января 2026 г. (дата начала исследования). В каждом канале было отобрано по 25 публикаций с текстовой составляющей. Таким образом была сформирована выборка, включающая 500 публикаций.

Результаты исследования.

-В 52,2% от общего числа публикаций интерпретация выдавалась за факт.

-Конфликтные темы содержало 7,4 % публикаций выборки. В 75,6% из них - приводилась позиция только одной стороны, в 21,6% - тема освещалась объективно с учетом позиций двух или нескольких сторон.

-В 2,7% от общего числа публикаций, содержащих конфликтную тему, авторы были необъективны, приводя позиции двух или нескольких сторон конфликта.

-Только в 1,3% из числа публикаций, которые имели визуальное сопровождение, аудиовизуальное сопровождение искажало понимание текста.

-2,2 % публикаций выборки содержали скрытую рекламу и пропаганду

-8,8 % от общего числа публикаций выборки являлись собственной информацией или интерактивом редакции. Среди остальных 456 публикаций, только в 29,1% зафиксированы ссылки на первоисточник, и в 30,4% текстов ссылки на источник информации.

-В 2,2% публикаций были зафиксированы оскорбления оппонентов и излишняя эмоциональность авторов.

Заключение. Гипотеза исследования подтверждена. Проблемные моменты в Телеграм касаются

- объективности (манипулирование, навязывание выводов, скрытая реклама и пропаганда, односторонняя подача конфликтных тем),

- невозможности верифицировать информацию (отсутствие ссылок на первоисточник и источники информации),

-излишней эмоциональности авторов публикаций с выходом на "язык вражды".

Прогнозы и перспективы. Результаты данной работы могут быть использованы на занятиях со студентами факультета журналистики. Выводы исследования могут быть учтены при дальнейшем изучении этики новых медиа.

Источники и литература

- 1) 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
- 2) Марчан К. В. Этика журналиста в условиях современной коммуникации // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2024. – №. 1. – С. 131-136
- 3) Смирнова О.В., Кажберова В.В. Ценностные ориентиры будущих российских журналистов (результаты опроса студентов) // Меди@льманах. 2023. № 2 (115). С. 53–59. DOI: 10.30547/mediaalmanah.2.2023.5359)
- 4) Drok N., Duiven R. Journalistic Roles, Values and Qualifications in the network era // How journalism educators around the globe view the future of journalism. Windesheim. – 2023.
- 5) Leask, J., Harada, S., Rieger, D.J. (2023). Roles, values, and qualifications in transition: An initial data snapshot of post-secondary journalism educators in Canada and their perspectives on where journalism is going. Facts & Frictions: Emerging Debates, Pedagogies and Practices in Contemporary Journalism, 2(2), 12-41. doi: <https://doi.org/10.22215/ff/v2.i2.02>
- 6) <https://ads.mts.ru> (Платформа МТС ADS)
- 7) <https://presscouncil.ru> (Медиаэтический стандарт 2.0)
- 8) <https://tgstat.ru> (TGStat)