

Политконсультант / Political Science and Technology <https://politicjournal.ru>

2026, Том 6, № 2 / 2026, Vol. 6, Iss. 2 <https://politicjournal.ru/issue-2-2026.html>

URL статьи: <https://politicjournal.ru/PDF/03PK226.pdf>

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

Ссылка для цитирования этой статьи:

Полтавский-Угольников, А. А. Формирование медиаповестки на телевидении и в Telegram: сравнительный анализ тематических приоритетов / А. А. Полтавский-Угольников // Политконсультант. — 2026. — Т. 6. — № 2. — URL: <https://politicjournal.ru/PDF/03PK226.pdf>.

For citation:

Poltavsky-Ugolnikov A.A. The formation of the media agenda on television and in Telegram: a comparative analysis of thematic priorities.. *Political Science and Technology*. 2026;6(2): 03PK226. Available at: <https://politicjournal.ru/PDF/03PK226.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.).

Полтавский-Угольников Андрей Александрович

ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», Москва, Россия
ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия
E-mail: poltavskiy1ugolnikov@mail.ru

Формирование медиаповестки на телевидении и в Telegram: сравнительный анализ тематических приоритетов

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования медиаповестки на телевидении и в Telegram в условиях сосуществования традиционных и цифровых новостных сред. Цель исследования — выявить различия в тематических приоритетах федеральных информационных программ «Вести» телеканала «Россия 1» и Telegram-канала «Прямой эфир. Новости». Эмпирическую базу составили 1330 единиц анализа за март — апрель 2026 года: 978 телевизионных сюжетов и 352 Telegram-публикации. Методом сравнительного контент-анализа материалы были распределены по единой системе тематических рубрик; дополнительно фиксировалась их связь со специальной военной операцией и Ближневосточным кризисом. Установлено, что телевизионная повестка заметно сильнее сосредоточена на военной проблематике, международных событиях и экономике, тогда как в Telegram большую долю занимают общество и повседневная жизнь, а также происшествия. Два кризисных процесса охватывали 51,0 % телевизионного массива и 27,0 % Telegram-публикаций. При этом характер их освещения различался. Telegram представлял специальную военную операцию преимущественно через военные действия и связанные с ними происшествия, тогда как телевидение чаще включало ее в более широкий политический и международный контекст. В случае Ближневосточного кризиса тематическая структура двух медиасред, напротив, практически совпала. Результаты показывают, что различия телевизионной и Telegram-повестки проявляются не только в распределении общего внимания между темами, но и неодинаково воспроизводятся при освещении отдельных крупных информационных процессов.

Ключевые слова: медиаповестка; телевидение; Telegram; теория установления повестки дня; контент-анализ; тематические приоритеты; цифровые медиа

Введение

Современное российское медиапространство характеризуется одновременным сохранением значимой роли традиционных средств массовой информации и быстрым развитием цифровых платформ. Телевидение продолжает оставаться одним из основных источников общественно-политической информации, тогда как Telegram за последние годы сформировался в самостоятельную новостную среду с высокой скоростью обновления и собственными принципами распространения контента. В результате одни и те же события оказываются включены в разные по своей организации информационные потоки.

Телевизионная новостная повестка формируется в условиях редакционного отбора, ограниченного эфирного времени и заданной структуры выпуска. Отдельные темы получают различную степень внимания в зависимости от частоты появления, продолжительности сюжетов и их места в программе. В Telegram новостной поток организован иначе: публикации могут появляться непрерывно, их количество не связано с фиксированным объемом выпуска, а тематически различные сообщения последовательно сменяют друг друга в общей ленте. Эти особенности позволяют предположить, что различия между двумя медиасредами проявляются не только в скорости и форме распространения информации, но и в структуре самой медиаповестки.

Теоретической основой такого сопоставления выступает теория установления повестки дня, сформулированная М. Маккомбсом и Д. Шоу [1]. В ее рамках средства массовой информации рассматриваются как участники процесса распределения общественного внимания: интенсивность присутствия определенных тем в медиаконтенте формирует их относительную значимость внутри информационной повестки. В цифровой среде эта логика усложняется из-за более высокой скорости обновления и иной организации новостного потока. Тем не менее анализ тематических приоритетов позволяет сопоставлять способы формирования повестки в разных медиасредах [8; 9].

В связи с этим цель настоящей статьи — выявить особенности формирования медиаповестки телевидения и Telegram на основе сравнительного анализа тематических приоритетов федеральных информационных программ «Вести» телеканала «Россия 1» и Telegram-канала «Прямой эфир. Новости». Эмпирическую основу исследования составляет массив новостных материалов, проанализированных по единой системе тематических категорий. Это позволяет сопоставить представленность различных тем и особенности распределения внимания в двух медиасредах.

Основная часть

Телевидение и Telegram являются частью единого информационного пространства, однако новости в этих медиасредах организованы по-разному. Телевидение представляет собой институционально организованную систему производства новостей, где редакция работает в условиях заданной структуры вещания и ограниченного эфирного времени. Она определяет, какие события войдут в выпуск, в какой последовательности они будут представлены и какой объем эфирного времени получит каждая тема [2].

Такая организация создает выраженную иерархию информационных приоритетов. Одни события появляются в эфире один раз, другие неоднократно возвращаются в течение дня, получают развитие в последующих выпусках или становятся основой итоговых программ. Поэтому значение темы внутри телевизионной повестки определяется не только фактом ее появления, но и интенсивностью освещения [3]. Поскольку эфирное время ограничено, усиление внимания к одной группе событий неизбежно сокращает пространство для других тем.

В результате телевизионная повестка приобретает более концентрированную и структурированную форму.

Telegram-канал работает в иных условиях. Новостной контент здесь не объединен в отдельные выпуски с заранее установленной продолжительностью, а формируется как непрерывно обновляемый поток публикаций. Количество сообщений в течение дня не ограничено эфирным временем, поэтому канал может оперативно реагировать на отдельные события, публиковать короткие сообщения и быстро переходить между тематически не связанными информационными поводами. Политическая или международная новость может непосредственно соседствовать в ленте с сообщением о происшествии, погоде, изменении городской инфраструктуры или бытовой ситуации [4].

При этом было бы неверно противопоставлять телевидение как редакционное медиа Telegram как среду, свободную от редакционного отбора. Новостные Telegram-каналы также отбирают события и формируют собственные тематические приоритеты [10; 11]. Различаются прежде всего условия этого отбора. Телевизионная редакция собирает конечный по продолжительности и внутренне организованный выпуск, тогда как Telegram-канал работает с непрерывно пополняемым потоком сообщений [12; 13]. Поэтому возможности распределять внимание между темами в двух медиасредах различаются [5].

Изменение роли традиционных медиа в цифровой среде описывает концепция гибридной медиасистемы Э. Чедвика [6]. В этой модели традиционные и цифровые медиа не существуют изолированно: они работают с общими информационными поводами, взаимодействуют и способны влиять друг на друга. Однако общий событийный контекст не приводит к одинаковой повестке. Одни и те же события проходят через разные условия отбора, организации и подачи новостей.

Поэтому телевидение и Telegram имеет смысл сопоставлять не как конкурирующие каналы коммуникации, а как две медиасреды, которые по-разному распределяют внимание между темами. Телевизионный формат способствует большей концентрации повестки вокруг ограниченного числа приоритетных событий, тогда как организация Telegram-ленты потенциально создает условия для большей тематической фрагментарности и присутствия широкого круга повседневных информационных поводов [14; 15].

Настоящее исследование проверяет это предположение на основе сравнительного анализа структуры новостного контента двух медиасред. Анализ проводится на двух уровнях: сначала сопоставляются общие тематические приоритеты телевидения и Telegram, затем отдельно рассматривается, какое место в каждой из повесток занимают два крупных информационных процесса исследуемого периода — СВО и Ближневосточный кризис. Это позволяет оценить не только общий набор и соотношение тем, но и степень концентрации редакционного внимания вокруг крупнейших событий.

Методология и эмпирическая база исследования

Для выявления различий в тематической структуре телевизионной и Telegram-повестки проведен сравнительный контент-анализ новостных материалов телеканала «Россия 1» и Telegram-канала «Прямой эфир. Новости». Выбор этих объектов обусловлен их ведущим положением в соответствующих сегментах российского медиапространства. По итогам 2025 года «Россия 1» занимала первое место среди российских телеканалов по аудитории¹, а «Прямой эфир. Новости» находился среди крупнейших Telegram-каналов категории «Новости

¹ РБК — «Какие каналы чаще всего смотрели россияне в 2025 году» https://www.rbc.ru/technology_and_media/12/01/2026/6964d39f9a7947699293f488.

и СМИ» по количеству подписчиков.² Это позволяет рассматривать их как ключевых представителей телевизионной и Telegram-среды при анализе массовой новостной повестки.

Выбор Telegram сохраняет актуальность и на фоне происходящей трансформации российского цифрового пространства. Ограничения работы мессенджера уже повлияли на его аудиторию: по данным Mediascore, в марте 2026 года среднесуточный охват Telegram в России снизился с 80 до 72,2 млн пользователей, а среднее время использования — с 44 до 34 минут в сутки. При этом Telegram продолжал опережать МАХ: его месячный охват составлял 94,3 млн пользователей против 83,2 млн у МАХ, среднесуточный — 72,2 млн против 61,5 млн.² По состоянию на август 2026 года «Прямой эфир Новости» насчитывает около 4 млн подписчиков и остается крупнейшим российским новостным Telegram-каналом³.

Исследование охватывает март и апрель 2026 года. Для каждого месяца была сформирована сконструированная неделя, включающая по одному понедельнику, вторнику, среде, четвергу, пятнице, субботе и воскресенью. В мартовскую выборку вошли материалы за 2, 6, 10, 14, 18, 22 и 26 марта, в апрельскую — за 3, 6, 11, 14, 19, 22 и 30 апреля.

Выбор этих двух периодов связан с логикой исследования. В марте и апреле в информационной повестке одновременно присутствовали два крупных кризисных процесса — специальная военная операция и Ближневосточный кризис. Это позволяет сначала сопоставить общую тематическую структуру телевидения и Telegram, а затем отдельно сравнить, какое место каждый из двух процессов занимает в их новостной повестке.

Телевизионную выборку составили федеральные информационные программы «Вести», «Вести в 20:00» и итоговая программа «Вести недели». Региональные выпуски «Местное время» не учитывались, поскольку исследование посвящено федеральной информационной повестке. Программа «Вести. Дежурная часть» также не включалась в выборку: это специализированный криминально-правовой формат, в котором доминирует происшествная тематика. Ее включение сделало бы сравнение универсального телевизионного новостного массива с новостным Telegram-каналом асимметричным.

После формирования выборки телевизионный массив составил 978 сюжетов: 455 материалов за март и 523 за апрель. Единицей анализа выступал отдельный телевизионный сюжет.

Цифровой массив составили все публикации Telegram-канала «Прямой эфир. Новости» за те же исследуемые дни. В мартовскую выборку вошло 182 сообщения, в апрельскую — 170. Единицей анализа являлась отдельная публикация. Таким образом, совокупный Telegram-массив составил 352 публикации, а общий эмпирический корпус исследования — 1330 единиц анализа.

Для обоих массивов использовалась единая система тематического кодирования. Каждый телевизионный сюжет и каждая Telegram-публикация относились только к одной основной рубрике: армия и военные действия, общество и повседневная жизнь, происшествия, экономика, международные события, внутренняя политика, внешняя политика, культура, социальная политика, прочее или спорт. Если материал затрагивал несколько тем, рубрика определялась по его основному содержанию. Такой подход исключал двойной учет и позволял напрямую сопоставлять два массива.

² РБК — «Россияне стали проводить меньше времени в Telegram на фоне замедления» https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/04/2026/69d77f029a7947f9e3725a9d.

³ TGStat — рейтинг Telegram-каналов категории «Новости и СМИ» <https://tgstat.com/ratings/channels/news?sort=members>.

Дополнительно отмечалась связь материала с двумя ключевыми информационными процессами — СВО и Ближневосточным кризисом. Эта отметка не заменяла основную рубрику, а дополняла ее. Например, сюжет о влиянии ближневосточного конфликта на нефтяной рынок относился к рубрике «Экономика» и одновременно учитывался как материал о Ближневосточном кризисе. Благодаря этому можно сравнить не только долю двух процессов в общей повестке, но и то, через какие темы они раскрываются на телевидении и в Telegram.

При анализе учитывались количество материалов и их доля в каждом массиве. Поскольку телевизионная выборка значительно больше Telegram-выборки — 978 против 352 материалов, — основой сравнения выступают процентные показатели. Сначала сопоставляется общая тематическая структура двух медиасред, затем — место СВО и Ближневосточного кризиса в каждой из них, а на последнем этапе — тематическая структура освещения самих кризисных процессов [7].

Результаты сравнительного анализа медиаповестки

Первое сопоставление показывает, из каких тем в целом складывалась новостная повестка телевидения и Telegram в марте — апреле 2026 года (табл. 1). В телевизионном массиве крупнейшей рубрикой стали «Армия / военные действия»: к ней относятся 240 из 978 сюжетов, или 24,5 %. Следующие позиции занимают экономика — 13,6 % и международные события — 13,3 %. Вместе эти три рубрики составляют 51,4 % телевизионного массива.

Таблица 1

Тематическая структура телевизионной и Telegram-повестки в марте — апреле 2026 года

Тематическая рубрика	TV, кол-во	TV, %	Tg, кол-во	Tg, %
Армия / военные действия	240	24,5	51	14,5
Общество и повседневная жизнь	97	9,9	83	23,6
Происшествия	115	11,8	70	19,9
Экономика	133	13,6	43	12,2
Международные события	130	13,3	35	9,9
Внутренняя политика	64	6,5	30	8,5
Внешняя политика	73	7,5	9	2,6
Культура	52	5,3	8	2,3
Социальная политика	20	2,0	13	3,7
Спорт	17	1,7	2	0,6
Прочее	37	3,8	8	2,3
Итого	978	100,0	352	100,0

Составлено автором по результатам контент-анализа

В Telegram тематическая иерархия выглядит иначе. На первом месте находится рубрика «Общество и повседневная жизнь» — 83 из 352 публикаций, или 23,6 %. Второе место занимают происшествия — 19,9 %, третье — армия и военные действия — 14,5 %.

Наиболее заметные различия связаны с тремя крупнейшими рубриками. Военная тематика занимает 24,5 % телевизионной повестки против 14,5 % в Telegram — разница составляет 10 процентных пунктов. Обратная картина наблюдается в рубрике «Общество и повседневная жизнь»: 9,9 % на телевидении против 23,6 % в Telegram. Еще одно существенное различие приходится на происшествия — 11,8 и 19,9 % соответственно.

Таким образом, телевизионная повестка заметно сильнее ориентирована на военную проблематику, тогда как в Telegram гораздо больше места занимают повседневные события и происшествия.

При этом различия между двумя медиасредами не означают полного расхождения их повесток. Экономическая тематика представлена относительно близко: 13,6 % на телевидении и 12,2 % в Telegram. Сходная ситуация наблюдается во внутренней политике — 6,5 и 8,5 % соответственно. Иными словами, различается не столько сам набор общественно значимых тем, сколько их положение внутри общей иерархии новостей.

Тематические рубрики показывают, из каких тем складывалась повестка, но не позволяют увидеть, вокруг каких крупных событий концентрировалось внимание медиа. Поэтому отдельно были выделены два ключевых информационных процесса исследуемого периода — СВО и Ближневосточный кризис.

Материалы о них могли относиться к разным рубрикам — военной, международной, экономической, общественной и другим, — что позволяет точнее оценить их место в общем новостном потоке.

Представленность двух ключевых информационных процессов также заметно различалась в телевизионной и Telegram-повестке (табл. 2).

Таблица 2

**Представленность ключевых информационных процессов
в телевизионной и Telegram-повестке в марте — апреле 2026 года**

Ключевой информационный процесс	TV кол-во	TV, %	Tg, кол-во	Tg, %
СВО	277	28,3	36	10,2
Ближневосточный кризис	222	22,7	59	16,8
Без флага ключевого информационного процесса	479	49,0	257	73,0
Итого	978	100,0	352	100,0

Составлено автором по результатам контент-анализа

В телевизионном массиве с СВО были связаны 277 сюжетов, или 28,3 % выборки, с Ближневосточным кризисом — 222 сюжета, или 22,7 %. В сумме на два процесса приходится **51,0 % всех исследованных телевизионных материалов**. Таким образом, каждый второй сюжет федеральных новостных программ в рассматриваемый период был связан с одним из двух крупнейших военно-политических кризисов.

В Telegram картина заметно отличается. СВО посвящены 10,2 % публикаций, Ближневосточному кризису — 16,8 %. Вместе они составляют **27,0 % массива**, тогда как остальные **73,0 % публикаций находятся за пределами двух выделенных кризисных процессов**. Разрыв хорошо показывает различие двух повесток: на телевидении СВО и Ближний Восток занимают около половины всего новостного пространства, в Telegram — немногим больше четверти.

Помесячное сравнение показывает разную динамику двух информационных процессов. **СВО была практически одинаково представлена в марте и апреле**: ее доля на телевидении составила соответственно 27,5 и 29,1 %, в Telegram — 9,9 и 10,6 %. Представленность Ближневосточного кризиса, напротив, заметно снизилась: на телевидении с 29,2 % в марте до 17,0 % в апреле, а в Telegram — с 27,5 до 5,3 %.

Следующий вопрос — не только сколько места СВО и Ближневосточный кризис занимали в повестке, но и через какие темы они освещались. Для этого мы отдельно сравнили тематическую структуру материалов о каждом из двух процессов (табл. 3).

Освещение СВО в двух медиасредах заметно различается. В Telegram 61,1 % публикаций о СВО относятся к рубрике «Армия / военные действия», еще 16,7 % — к происшествиям. То есть почти четыре из пяти сообщений о СВО сосредоточены в этих двух категориях.

Таблица 3

Тематическое распределение материалов о СВО и Ближневосточном кризисе в телевизионной и Telegram-повестке в марте — апреле 2026 года, %

Тематическая рубрика	СВО: TV	СВО: Tg	Ближневосточный кризис: TV	Ближневосточный кризис: Tg
Армия / военные действия	48,7	61,1	42,3	42,4
Международные события	15,9	8,3	23,4	28,8
Экономика	4,0	0,0	22,5	18,6
Происшествия	7,6	16,7	0,0	1,7
Внешняя политика	9,7	8,3	9,0	3,4
Внутренняя политика	6,1	5,6	0,0	0,0
Общество и повседневная жизнь	5,4	0,0	1,8	5,1
Социальная политика	1,8	0,0	0,0	0,0
Культура	0,7	0,0	0,5	0,0
Прочее	0,0	0,0	0,5	0,0
Итого	≈ 100,0	100,0	100,0	100,0

Составлено автором по результатам контент-анализа

На телевидении военная тематика также занимает первое место, но ее доля ниже — 48,7 %, еще 7,6 % приходится на происшествия. В сумме это 56,3 % материалов. **Следовательно, почти 44 % телевизионных сюжетов о СВО выходят за пределы непосредственно военной и происшествивной тематики, тогда как в Telegram таких публикаций только 22,2 %.** На телевидении заметную долю составляют международные события — 15,9 %, внешняя политика — 9,7 %, внутренняя политика — 6,1 %.

Иными словами, Telegram освещает СВО прежде всего как военное событие и поток связанных с ним происшествий, тогда как телевизионная повестка чаще включает СВО в более широкий политический и международный контекст.

С Ближневосточным кризисом картина получилась другой. Его тематическая структура на телевидении и в Telegram оказалась почти одинаковой. В обоих массивах на первом месте находятся военные действия — 42,3 % на телевидении и 42,4 % в Telegram.

Далее следуют международные события — 23,4 и 28,8 %, а также экономика — 22,5 и 18,6 %. Вместе эти три рубрики охватывают 88,2 % телевизионных и 89,8 % Telegram-материалов о Ближневосточном кризисе.

Фактически обе медиасреды освещали этот кризис через одни и те же три основные составляющие: **военное противостояние, международную политику и экономические последствия.**

Различия между ними здесь значительно меньше, чем в случае СВО. В Telegram несколько выше доля международных событий — 28,8 против 23,4 %, на телевидении — экономической тематики, 22,5 против 18,6 %, и внешней политики — 9,0 против 3,4 %.

В результате два кризисных процесса дали разные модели. В освещении СВО телевидение и Telegram заметно расходятся: Telegram концентрирует 77,8 % публикаций вокруг военных действий и происшествий, тогда как на телевидении на эти две рубрики приходится 56,3 %. В случае Ближневосточного кризиса, напротив, тематическая структура двух медиасред практически совпадает: около 90 % материалов в обоих массивах распределяются между военной, международной и экономической проблематикой.

Иными словами, различия между телевидением и Telegram не воспроизводятся одинаково при освещении разных кризисов: в случае СВО тематические структуры заметно расходятся, тогда как при освещении Ближневосточного кризиса они практически совпадают.

Заключение

Проведенный анализ показывает, что телевидение и Telegram работают с одним информационным потоком, но по-разному расставляют в нем акценты. В телевизионной повестке марта — апреля 2026 года крупнейшей рубрикой стали «Армия / военные действия» — 24,5 % всех сюжетов, далее следовали экономика — 13,6 % и международные события — 13,3 %. В Telegram на первом месте находились «Общество и повседневная жизнь» — 23,6 %, на втором — происшествия — 19,9 %, на третьем — «Армия / военные действия» — 14,5 %. **Телевидение выстраивало повестку прежде всего вокруг военной, экономической и международной проблематики, тогда как в Telegram центр тяжести смещался к повседневным событиям и происшествиям.**

Еще сильнее различие проявилось при анализе двух крупнейших кризисных процессов исследуемого периода. Почти каждый третий телевизионный сюжет был связан с СВО, а каждый второй — либо с СВО, либо с Ближневосточным кризисом. В Telegram на оба процесса вместе пришлось 27 % публикаций, тогда как 73 % новостного потока находились за их пределами. **Для телевидения два кризиса фактически образовали центр повестки; для Telegram они оставались лишь частью значительно более широкого событийного потока.**

Различался и характер освещения СВО. В Telegram 77,8 % связанных с ней публикаций приходились на военные действия и происшествия — почти четыре сообщения из пяти. На телевидении эти две рубрики составляли 56,3 %. Значительная часть телевизионных материалов относилась к международным событиям, внешней и внутренней политике. **Иными словами, Telegram освещает СВО прежде всего как военное событие и поток связанных с ним происшествий, тогда как телевизионная повестка чаще включает СВО в более широкий политический и международный контекст.**

Ближневосточный кризис показал другую картину. Здесь телевидение и Telegram практически совпали по структуре освещения: военные действия составили 42,3 и 42,4 % материалов соответственно, а вместе с международными событиями и экономикой эти три рубрики охватили 88,2 % телевизионного и 89,8 % Telegram-массива. Если в случае СВО две медиасреды формируют заметно разные модели освещения, то Ближневосточный кризис, напротив, сближает их: основное внимание в обоих случаях распределяется между военной, международной и экономической проблематикой.

В итоге различие между телевидением и Telegram нельзя свести только к скорости публикации или объему новостного потока. **Телевидение сильнее концентрирует повестку вокруг крупных политических и военных процессов, тогда как в Telegram значительно большую долю занимают повседневные события и происшествия.** При этом различия между двумя медиасредами проявляются по-разному в зависимости от конкретного информационного процесса: в случае СВО они выражены отчетливо, тогда как при освещении Ближневосточного кризиса тематические структуры практически совпадают.

ЛИТЕРАТУРА

1. McCombs, M.E. The Agenda-Setting Function of Mass Media / M.E. McCombs, D. L. Shaw // Public Opinion Quarterly. — 1972. — Vol. 36, No. 2. — P. 176–187. — DOI: 10.1086/267990.
2. White, D.M. The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News / D.M. White // Journalism Quarterly. — 1950. — Vol. 27, No. 4. — P. 383–390. — DOI: 10.1177/107769905002700403.

3. Iyengar, S. Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television News Programs / S. Iyengar, M.D. Peters, D.R. Kinder // *American Political Science Review*. — 1982. — Vol. 76, No. 4. — P. 848–858. — DOI: 10.2307/1962963.
4. Klinger, U. The Emergence of Network Media Logic in Political Communication: A Theoretical Approach / U. Klinger, J. Svensson // *New Media & Society*. — 2015. — Vol. 17, No. 8. — P. 1241–1257. — DOI: 10.1177/1461444814522952.
5. Лукьянова, Г. В. Особенности формирования повестки дня в мессенджере Telegram / Г. В. Лукьянова, А. Ю. Соловьев // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология*. — 2024. — Т. 24, Вып. 1. — С. 90–97. — DOI: 10.18500/1818-9601-2024-24-1-90-97.
6. Chadwick, A. *The Hybrid Media System: Politics and Power* / A. Chadwick. — Oxford: Oxford University Press, 2013. — ISBN: 9780199680203. — URL: <https://global.oup.com/academic/product/the-hybrid-media-system-9780199680203> (дата обращения: 03.09.2026).
7. Rogers, E.M. Agenda-Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going? / E.M. Rogers, J.W. Dearing // *Communication Yearbook*. — 1988. — Vol. 11. — P. 555–594.
8. Roberts, M. Agenda Setting and Issue Salience Online / M. Roberts, W. Wanta, T.-H. Dzwo // *Communication Research*. — 2002. — Vol. 29, No. 4. — P. 452–465. — DOI: 10.1177/0093650202029004004.
9. Gilardi, F. Social Media and Political Agenda Setting / F. Gilardi, T. Gessler, M. Kubli, S. Muller // *Political Communication*. — 2022. — Vol. 39, No. 1. — P. 39–60. — DOI: 10.1080/10584609.2021.1923873.
10. Meraz, S. Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks / S. Meraz // *Journal of Computer-Mediated Communication*. — 2009. — Vol. 14, No. 3. — P. 682–707. — DOI: 10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x.
11. Groshek, J. Agenda Trending: Reciprocity and the Predictive Capacity of Social Networking Sites in Intermedia Agenda Setting across Topics over Time / J. Groshek, M. C. Groshek // *Media and Communication*. — 2013. — Vol. 1, No. 1. — P. 15–27. — DOI: 10.17645/mac.v1i1.136.
12. Олешкевич, В. В. Телеграм-журналистика: информационные проекты в мессенджерах как новые массмедиа / В. В. Олешкевич // *Меди@льманах*. — 2022. — № 5. — С. 74–83. — EDN: UYDKJK. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/telegram-zhurnalistika-informatsionnye-proekty-v-messendzherah-kak-novye-massmedia> (дата обращения: 03.09.2026).
13. Вьюгина, Д. М. Структурные элементы постов новостных каналов в Telegram и ВК / Д. М. Вьюгина, Е. А. Салихова, Г. С. Филаткина // *Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика*. — 2023. — № 5. — С. 22–39. — DOI: 10.55959/MSU0579-8430-10-2023-5-22-39.
14. Дунас, Д. В. Повестка дня в социальных медиа и федеральных информагентствах: тематический разрыв и смысловое единство на примере цифровой молодёжи России / Д. В. Дунас, А. В. Толоконникова, Д. А. Бабына [и др.] // *Журнал Сибирского федерального университета. Гуманитарные науки*. — 2025. — Т. 18, № 1. — С. 178–193. — DOI: 10.17516/1997-1370-0987.
15. Дунас, Д. В. Повестка дня молодёжных телеграм-каналов: тематическое наполнение / Д. В. Дунас, Д. А. Бабына // *Меди@льманах*. — 2024. — № 3. — С. 75–84. — EDN: VYFSJK. — URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=67891234> (дата обращения: 03.09.2026).

Poltavsky-Ugolnikov Andrey Alexandrovich

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
National Research University «Higher School of Economics», Moscow, Russia
E-mail: poltavskiy1ugolnikov@mail.ru

The formation of the media agenda on television and in Telegram: a comparative analysis of thematic priorities

Abstract. The article examines media agenda formation on television and Telegram in the context of the coexistence of traditional and digital news environments. The study aims to identify differences in the thematic priorities of the federal news programs Vesti on the Russia 1 television channel and the Telegram channel Pryamoy Efir. Novosti. The empirical corpus consists of 1330 units collected in March — April 2026: 978 television news stories and 352 Telegram posts. Using comparative content analysis, all materials were coded according to a unified system of thematic categories; their connection with the special military operation and the Middle East crisis was also recorded. The findings show that television is more strongly focused on military issues, international events and the economy, while Telegram devotes a larger share of content to society and everyday life and to incidents. The two crisis processes accounted for 51,0 % of the television corpus and 27,0 % of Telegram posts. Their thematic presentation also differed. Telegram covered the special military operation primarily through military actions and related incidents, whereas television more often placed it in a broader political and international context. By contrast, the thematic structure of coverage of the Middle East crisis was almost identical in the two media environments. The results show that differences between television and Telegram concern both the overall distribution of attention and the representation of individual major information processes.

Keywords: media agenda; television; Telegram; agenda-setting theory; content analysis; thematic priorities; digital media