

Наталія Стеблина

Донецький національний університет імені Василя Стуса,
вул. 600-річчя, 21, Вінниця
n.steblyna@donnu.edu.ua
ORCID: 0000-0001-9799-9786

КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ІНФОРМАЦІЙНОГО КОНТЕНТУ ПРОФЕСІЙНИМИ ЗМІ ТА ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАМИ (НА ПРИКЛАДІ НОВИН “ДЗЕРКАЛА ТИЖНЯ” ТА “УКРАИНА СЕЙЧАС”)

© Стеблина Н., 2023

Здійснено компаративний аналіз журналістських текстів у так званих нових медіа (телеграм-канал “Україна Сейчас”) та професійних медіа (онлайн-видання “Дзеркало тижня”). З’ясовано подібності та відмінності контенту за тематикою та найпопулярнішими персоналіями, що стають героями новин, дотриманням стандартів точності та відокремлення фактів від коментарів або ж нейтральністю новин. Метод дослідження – комп’ютерний аналіз текстів, із використанням модулів Python та бібліотеки для обробки природньої мови Spacy. Було встановлено, що найбільше згадок в обидвох медіа про повномасштабну війну Росії проти України, Зеленського, Генштаб, ЗСУ та Путіна. Однак при цьому телеграм-канал робить ставку на гарячі новини з регіонів, що найближче до лінії фронту, а професійне ЗМІ опікується міжнародним порядком денним. Також контент УС більше стосується персоналій, а ДТ надає перевагу інституціям, частка з яких – це інші ЗМІ. Тож онлайн-ЗМІ ще й акумулює ексклюзивні повідомлення від інших професійних масмедіа. Проте намагання телеграм-каналу повідомляти новини якомога швидше призводить і до порушення стандартів, зокрема точності: телеграм-канал може повідомляти про вибух чи ракетний удар майже відразу, як це сталося, не маючи при цьому достатньо фактів. Те саме стосується і фото, відео, які супроводжують подібну інформацію. Ще одна відмінність телеграм-каналу від професійного медіа у тому, що тут не завжди дотримуються стандарту відокремлення фактів від коментарів. Тож не тільки повідомляють новини, але й коментують, іронізують тощо. Здійснений аналіз дозволяє говорити про певний розподіл функцій нових та професійних медіа. Телеграм-канали краще дотримуються правила наближення інтересів, а також виготовляють контент, що є більш легким для сприйняття. Але без професійних ЗМІ, які будуть публікувати так звані *hard news* – суспільно-вагомні повідомлення, що надходять із різноманітних інституцій та міжнародних організацій, а також перевіряти гарячі новини, що були повідомлені телеграм-каналами, не можна говорити про ефективну медіасистему.

Ключові слова: телеграм, онлайн-ЗМІ, мережеві новини, професійні стандарти, виробництво новин.

Постановка проблеми. Під час кризових ситуацій (воєн, аварій, катастроф, революцій чи заворушень) інтенсивність споживання новин значно зростає. Аудиторія шукає ті медіа, які готові повідомляти інформацію якомога швидше. Після повномасштабного вторгнення в Україну таким медіа, безперечно, став Телеграм. Саме із телеграм-каналів більшість населення країни отримує

новини про події на фронті, постачання зброї із західних країн, ракетні обстріли українських міст терористичними російськими військами тощо. Проте яким саме є цей інформаційний продукт? Наскільки новини в Телеграмі відрізняються від контенту, який виробляється професійними медіа, наприклад онлайн-виданнями?

Актуальність дослідження. Компаративний аналіз журналістських текстів у так званих нових медіа (у нашому випадку представлених телеграм-каналом) та професійних медіа (онлайн-видання) дасть змогу зрозуміти, як саме ці медіа співіснують за часів “гібридної медіа системи” [15]. Адже нині мусимо констатувати, що саме соцмережі мають лідерство у генеруванні новин. Це описано в межах концепції Твіттер-ефекту [14], а також європейським дослідниками, що зауважують: “журналісти стають більше фоловерами, ніж лідерами у процесі виробництва новин” [16]. Тож оскільки у сучасній медійній системі змінюється склад основних гравців, очевидно, іншими можуть ставати і самі правила гри. Тому цілком актуальним вважається порівняння новинного контенту, що поширюється популярними телеграм-каналами і професійними онлайн-виданнями. Чим саме схожі та чим саме відрізняються новини цих медіа? Чи є однаковими теми, ньюзмейкери, підходи до створення окремих структурних елементів (наприклад, заголовків)? На ці питання ми спробуємо відповісти у дослідженні, використовуючи метод комп’ютерного семантичного аналізу журналістських текстів.

Тож **метою дослідження** буде здійснити компаративний семантичний аналіз заголовків новин одного із найпопулярніших телеграм-каналів та професійного онлайн-видання та з’ясувати подібність чи відмінність контенту за:

- тематикою;
- найпопулярнішими персоналіями/інституціями, що стають героями новин, та їхнім складом;
- дотриманням стандартів точності та відокремлення фактів від коментарів або ж нейтральністю новин.

Матеріалом дослідження стали такі медіа:

- телеграм-канал “Україна Сейчас” (УС) – 1,8 млн підписників, що входить до категорії “Новини та медіа”, є верифікованим, створений у жовтні 2018 року, мова публікацій – переважно російська, але є й українські тексти;
- онлайн-видання “Дзеркало тижня” (ДТ), що входить до білого списку ЗМІ [3], дотримується стандартів та має найменший показник маніпуляцій (джинса, фейки тощо), створене у 2001 році спочатку як друковане видання, а з 2019 – перейшло повністю в онлайн; має українську та російську версії.

Період дослідження – осінь 2022. Загальна кількість текстів для ДТ – 7906, для УС – 6040.

Інструменти дослідження: комп’ютерний аналіз, із використанням модулів Python та бібліотеки для обробки природньої мови Spacy.

Завданнями дослідження є:

- завантажити та підготувати до аналізу тексти означених медіа (модулі requests, bs4);
- здійснити семантичний аналіз текстів – бібліотека Spacy;
- на основі отриманих даних порівняти тематику, використання принципу нейтральності, точності;
- з’ясувати основні подібності та відмінності у виробництві новин обидвома медіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українські соціологи встановили, що під час великої війни телеграм-канали стали одним із провідних джерел інформації для українців. Так, згідно із дослідженням “Детектор медіа”, ці медіа називаються у списку найпопулярніших каналів отримання інформації, поряд із марафоном “Єдині новини” та вітчизняними інтернет-виданнями [10]. Схожі дані отримали соціологи КМІС, за їхніми даними Телеграм має лідерство з-поміж інших соц-

мереж, таких як Ютуб та Фейсбук, а загалом відбулося “велике переселення” новин в мережу [12]. Такі самі результати опитування на замовлення “Інтерьюз”: 74 % опитуваних отримували новини із соцмереж, при цьому саме Телеграм був найбільш популярним каналом [11].

Незважаючи на те, що ця мережа набирає популярності, наукових досліджень новинного контенту практично немає. Українські медійні організації мають тут лідерство, вивчаючи маніпуляції, поширення проросійської пропаганди тощо [5].

Щодо вітчизняного наукового дискурсу, то Телеграм тут розглядають як інструмент впливу на суспільну думку [4] або ж виборців [17], залучення аудиторії [13]. Виявлено також негативні моменти: анонімність та поширення фейків [9], чуток та недостовірних посилань [7], прокремлівське походження [2].

Таким чином, компаративний аналіз контенту телеграм-каналів та професійних медіа не здійснювався взагалі, відомими є лише окремі особливості дописів у телеграмі. Тож перейдемо до опрацювання результатів дослідження.

Виклад основного матеріалу. За допомогою семантичного аналізу були встановлені найбільш популярні власні назви (до 10 вживань) та візуалізовані за допомогою хмари слів (рис.).



Хмари слів (власні назви) УС (ліворуч) та ДТ (праворуч)

Так, на хмарах слів видно, що найбільше обидва медіа писали про протистояння: Україна, США/Росія, Зеленський, ЗСУ, генштаб/Путін (заяви та дії сторін). Ці власні назви є найпопулярнішими (входять до топ-10). Але у цьому списку найуживаніших назв є ЄС та Німеччина для ДТ та ОВА та Херсон для УС. Із цього можна зробити висновок, що телеграм-канал надає більше переваги саме регіональним новинам, натомість онлайн-ЗМІ – міжнародним.

Це підтверджується і через аналіз власних назв, що входять до топ-20. Для УС додаються інші регіони України: Запоріжжя, Дніпро, Харків; для ДТ інші зарубіжні країни (Китай, Іран), території Європа та МЗС. Однакову увагу приділяли міжнародним організаціям НАТО та ООН, а також Білорусі – як учасниці війни проти України. Ще одна цікава відмінність, що виявляється на цьому рівні – це увага УС до українського бізнесмена Ахметова та його благодійного фонду. Поверховий аналіз дописів, написаних про нього, виявляє, що це – матеріали із ознаками замовності або ж джінса, призначена для того, щоб формувати про нього позитивний імідж [8].

Таким чином, УС орієнтується на гарячі новини з українських регіонів (адже в переліку саме ті, що постійно знаходилися під ударом російських терористичних військ або ж були звільнені воєни – як Херсон). Натомість ДТ орієнтується на більш підготовану аудиторію, розповідаючи про розстановку сил на дипломатичному рівні. Однак основний масив новин в обидвох медіа на одні й ті ж теми.

Якщо аналізувати власні назви без географічних, а тільки прізвища та назви установ, бачимо ще одну відмінність між УС та ДТ (таблиця). Телеграм-канал частіше згадує саме персоналії, ніж інституції. Так, у топ-20, окрім Зеленського, Путіна та Ахметова, яких ми вже згадували, входять Подоляк, Байден, Старух, Столтенберг, Єрмак, Резніченко, Кім та Федоров (усього 12 позицій). Натомість у ДТ переважають різноманітні міжнародні інституції, міністерства тощо. Персоналій із 20 – чотири (Путін, Зеленський, Байден та Кулеба). Схожі результати були отримані й під час порівняння УС із контентом ще одного професійного українського онлайн-видання “Української правди” [8]. Це дає змогу припустити, що телеграм-канали дають більш персоналізований контент, ніж онлайн-видання.

Найбільш згадувані персоналії та інституції (дані у %)

УС		ДТ	
ЗСУ	6,8	ЗСУ	5,1
Зеленський	5,9	Путін	5,0
Путін	3,2	Зеленський	4,2
Генштаб	3,0	Генштаб	2,8
ОВА	2,7	ЗМІ	1,3
Ахметов	1,9	НАТО	1,3
ООН	1,1	ISW	1,2
ОП	1,5	МЗС	1,2
Подоляк	0,7	ООН	1,2
Байден	0,5	ОВА	0,9
Старух	0,4	Байден	0,9
Столтенберг	0,4	Міноборони	0,9
Єрмак	0,4	Кремль	0,8
Резніченко	0,4	Кулеба	0,7
Кім	0,4	МАГАТЕ	0,7
Єврокомісія	0,3	СБУ	0,7
Федоров	0,3	Bloomberg	0,7
ДСНС	0,3	ОК	0,6
Кулеба	0,3	УП	0,6
Синегубов	0,3	Reuters	0,5

У випадку ДТ спостерігаємо ще й більший розрахунок на різноманітні ЗМІ (загалом, Bloomberg, Reuters та Українська правда (УП)). Часом в УС наявні персоналії, що у випадку ДТ представлені інституціями, наприклад, для УС Столтенберг, для ДТ – НАТО. Або ж для ДТ МЗС та Кулеба, для УС – тільки Кулеба, для ДТ ОВА, для УС – конкретні очільники адміністрацій: Синегубов, Старух, Кім, Резніченко.

Тепер подивимося, чи можна за допомогою семантичного аналізу виявити відмінності у конструюванні заголовків (зокрема у точності та нейтральності викладу). Для цього було виявлено найбільш поширені прислівники.

Аналіз вживання прислівників у заголовках вказує на порушення стандарту точності у заголовках телеграм-каналу УС: “хтось”, “десь”, “щось”, натомість у ДТ вживання таких висловів зафіксовано тільки в цитатах.

Наприклад, для УС “У тимчасово окупованому Херсоні хтось “необережно палив” біля гуртожитка школи поліції” або “На з/д станції Карань в окупованій Андріївці Донецької області у окупантів щось горить”.

Пояснити це можна якраз намаганням телеграм-каналів першими повідомляти інформацію, що не є достатньо перевіреною.

У деяких випадках вживання висловів пов'язано із порушенням стандарту відокремлення фактів від коментарів та звичною авторів дописів коментувати деякі новини. Наприклад, “А ось і відео з Путіним, який думає, що може щось ввести на території України” або “Ілон Маск продовжує робити вигляд, що розуміє щось у політиці”.

На порушення стандарту точності вказує також часте використання прислівників “нібито”, “попередньо”, “приблизно”, “імовірно”, “нещодавно”. Рідке вживання цих же прислівників в онлайн-ЗМІ підкреслює традицію спершу перевіряти інформацію, а потім публікувати її. Або ж намагатися якомога точніше подавати факти.

На порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів вказує й часте вживання оціночного прислівника “успішно” на телеграм-каналі. Як правило, це стосується просування ЗСУ. Натомість ДТ уникає такої характеристики.

І ще одну відмінність, що також свідчить про відмінності у дотриманні принципів точності та нейтральності, можемо побачити, аналізуючи використання прислівника “так”, а також виразів, які його вміщують. Для ДТ фіксуємо декілька вживань у значенні “так званий”, у намаганні перевірити заяву: “що не так...”, у значенні “настільки” – але тільки у цитатах.

Наприклад: “Голова Єврокомісії повідомила про кількість загиблих українських військових, а потім видалила твіт: що не так із гучною заявою Урсули фон дер Ляєн” (перевірка інформації); “Борель: Євросоюз не вірив, що Росія розпочне війну, а Україна буде так жорстко чинити опір” (оцінка, але у цитаті).

Натомість для УС вживання прислівника трапляється частіше та в інших значеннях. Найперше, у підписах під фото чи відео у значенні “ось як щось виглядає”. Наприклад, “Ось так виглядає Чорнобаївка з траси Миколаїв – Херсон”. Тут нібито й не йдеться про порушення стандартів, але все ж – для традиційних новин важливо зафіксувати на фото чи відео певний факт і вказати на нього. А от для УС важливо дати змогу читачам це інтерпретувати.

Також прислівник використовується для опису відчуттів, що вже говорить про порушення стандарту нейтральності. Наприклад: “Усі так чекають на повернення McDonald’s, що сил немає”; “В’їхати на Кримський міст, до слова, не так просто”; “Рашисти так тікали від ЗСУ в Херсонській області, що забули цілі арсенали своєї зброї” тощо.

Окрім цього, прислівник вживається у коментарях, що не є частиною цитати. Це також свідчить про порушення стандартів. Наприклад: “Активна оборона: саме так будуть діяти ЗСУ у випадку повторного нападу з території Білорусі”; “Наочно про те, чому не можна просто так взяти й відновити електроенергію за хвилини після російських обстрілів”.

Висновки. Отже, порівнявши заголовки професійного ЗМІ та телеграм-каналу, можемо зауважити наявність, як схожих, так і протилежних рис. Найбільше пишуть в обидвох медіа про повномасштабну війну Росії проти України, найбільше згадують Зеленського, Генштаб, ЗСУ та Путіна. Однак при цьому телеграм-канал робить ставку на гарячі новини з регіонів, що найближче до лінії фронту, а професійне ЗМІ опікується міжнародним порядком денним. Також контент УС більше стосується персоналій, а ДТ надає перевагу інституціям, частка з яких – це інші ЗМІ. Тож онлайн-ЗМІ ще й акумулює ексклюзивні повідомлення від інших професійних масмедіа.

Проте намагання УС повідомляти новини якомога швидше призводить і до порушення стандартів, зокрема точності: телеграм-канал може повідомляти про вибух чи ракетний удар майже відразу, як це сталося, не маючи при цьому достатньо фактів. Те саме стосується і фото, відео, які супроводжують подібну інформацію.

Ще одна відмінність телеграм-каналу від професійного медіа полягає у тому, що тут не завжди дотримуються стандарту відокремлення фактів від коментарів. Тож не тільки повідомляють новини, але й коментують, іронізують тощо.

Зважаючи на те, що телеграм-канали стають все більш популярним джерелом новин для українських громадян, маємо брати до уваги й особливості контенту, який вони поширюють. Так, можемо говорити про певний розподіл функцій нових та професійних медіа. Виходить, що телеграм-канали краще дотримуються правила наближення інтересів, а також виготовляють контент, що є більш легким для сприйняття. Але без професійних ЗМІ, які будуть публікувати так звані hard news – суспільно-вагомні повідомлення, що надходять із різноманітних інституцій та міжнародних організацій, а також перевіряти гарячі новини, що були повідомлені телеграм-каналами, не можна говорити про ефективну медіасистему.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вісім із десяти найпопулярніших телеграм-каналів в Україні є анонімними. ІМІ. URL : <https://imi.org.ua/news/visim-iz-desyaty-najpopulyarnishyh-telegram-kanaliv-v-ukrayini-ye-anonimnymu-doslidzhennya-imi-i41295> (дата звернення: 10.12.2022).
2. Гуржій С. В. Сучасні загрозові тенденції використання Telegram-каналів на шкоду державним інтерсам // Інформація і право. 2021. № 4. С. 162–169.
3. Дев'ять онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/dev-yat-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymu-monitoruyng-imi-i47998> (дата звернення: 10.12.2022).
4. Жугай В., Кузнецова Т. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. 2021. № 6 (3). С. 120–125.
5. Методологія аналізу проросійських і окупаційних телеграм-каналів в українському сегменті телеграма. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/monitoring-internetu/article/205956/2022-12-14-metodologiya-analizu-prorosiysskykh-i-okupatsiynyykh-telegram-kanaliv-v-ukrainskomu-segmenti-telegrama/> (дата звернення: 10.12.2022).
6. Моніторинг регіональних ЗМІ, соціальних мереж Одещини, окремих ЗМІ рф з метою виявлення інформаційних операцій, дезінформації, прихованих спроб маніпулювання громадською думкою. Ізбірком. URL : http://cvu.od.ua/db_pic/images/files/file_1657126497.0931.pdf (дата звернення: 10.12.2022).
7. Стеблина Н. Алгоритм виявлення недостовірних посилань та чуток у телеграм-каналах. Образ. 2022. № 3(40). С. 94–100.
8. Стеблина Н. Медіахолдингу немає, джінса триває. Тепер Ріната Ахметова вихваляють у телеграмі. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/monitoring-internetu/article/206483/2022-12-29-mediakholdyngu-nemaie-dzhynsa-tryvaie-teper-rinata-akhmetova-vykhvalyayut-u-telegrami/> (дата звернення: 29.12.2022).
9. Тонкіх Ю. Особливості функціонування публічних Telegram-каналів як кросмедійної платформи. Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2021. № 4 (48). С. 47–54.
10. Українська аудиторія після початку великої війни: зміни у медіаспоживанні, сприйняття інформаційного простору, чутливість до спотвореного контенту. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/infospace/article/204890/2022-11-16-ukrainska-audytoriya-pislya-pochatku-velykoi-viynuzminy-u-mediaspozhyvanni-spryynyattya-informatsiyного-prostoru-chutlyvist-do-spotvorenogo-kontentu/> (дата звернення: 10.12.2022).
11. Українські медіа, ставлення та довіра у 2022 р. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL : <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf> (дата звернення: 10.12.2022).
12. Українці беруть новини з інтернету та не надто сподіваються на вибори – дослідження. Детектор медіа. URL : <https://detector.media/infospace/article/202016/2022-08-18-ukraintsi-berut-novyny-z-internetu-ta-nenadto-spodivayutsya-na-vybory-doslidzhennya/> (дата звернення: 10.12.2022).
13. Чернявська Л., Данилюк Н. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика. 2021. № 6 (3). С. 192–198.
14. Bruno N. Tweet first , verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events. Reuters Institute. 2021. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/tweet-first-verify-later-how-real-time-information-changing-coverage-worldwide-crisis> (дата звернення: 10.12.2022).
15. Chadwic A. The Hybrid Media System: Politics and Power. Oxford : Oxford University Press, 2017.

16. Mattoni A., Ceccobelli D. Comparing hybrid media systems in the digital age: A theoretical framework for analysis. *European Journal of Communication*. 2018. С. 1–18.

17. Plakhta D. Telegram as a tool for political influence and manipulation. *Теле- та радіожурналістика*. 2020. № 19. С. 88–94.

REFERENCES

1. IMI. (2021). Visim iz desyaty najpopulyarnishykh telehram-kanaliv v Ukrayini ye anonimnymy. URL : <https://imi.org.ua/news/visim-iz-desyaty-najpopulyarnishykh-telegram-kanaliv-v-ukrayini-ye-anonimnymy-doslidzhennya-imi-i41295>.

2. Hurzhij, S. V. (2021). Modern threatening trends in the use of Telegram channels to the detriment of state interests. *Informaciya i pravo*. No. 4. P. 162–169.

3. IMI. (2022). Dev'yat' onlajn-media, shho staly najyakisnishymy: monitorynh. URL : <https://imi.org.ua/monitorings/dev-yat-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoring-imi-i47998>.

4. Zhuhai, V., Kuznietsova, T. (2021). Features of Telegram channels as the most modern media tools: ukrainian context. *Vcheni zapysky Tavrijskoho nacionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho*. Seriya: Filolohiya. *Zhurnalistyka*. No. 3. P. 120–125.

5. Detector media. (2022). Metodolohiya analizu prorosijs'kyx i okupacijnykh telehram-kanaliv v ukrajins'komu sehmenti telehrama. URL : <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/205956/2022-12-14-metodolohiya-analizu-prorosijskykh-i-okupatsiynykh-telegram-kanaliv-v-ukrajinskomu-segmenti-telehrama/>.

6. Izbirkom. (2022). Monitorynh rehional'nykh ZMI, social'nykh merezh Odeshhyny, okremykh ZMI rf z metoyu vyavlennya informacijnykh operacij, dezinformaciyi, pryxovanykh sprob manipulyvannya hromads'koyu dumkoyu. URL : http://cvu.od.ua/db_pic/images/files/file_1657126497.0931.pdf.

7. Steblyna, N. O. (2022). Alhorytm vyavlennya nedostovirnyx posylan' ta chutok u telehram-kanalax. *Obraz*. No. 3(40). P. 94–100.

8. Steblyna, N. O. (2022). Mediakholdynhu nemaye, dzhynsa tryvaye. Teper Rinata Axmetova vyxvalyayut' u telehrami. *Detector media*. URL : <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/206483/2022-12-29-mediakholdyngu-nemaie-dzhynsa-tryvaie-teper-rinata-akhmetova-vykhvalyayut-u-telegrami/>.

9. Tonkikh, I. (2021). Functioning Peculiarities of Public Telegram-Channels as Cross-Media Platform. *State and regions*. Series: Social communications. No. 4 (48). P. 47–54.

10. Detector media. (2022). Ukrayins'ka audytoriya pislya pochatku velykoyi vijny: zminy u mediaspozhyvanni, spryjnuyatya informacijnoho prostoru, chutlyvist' do spotvorenogo kontentu. URL : <https://detector.media/infospace/article/204890/2022-11-16-ukrajinska-audytoriya-pislya-pochatku-velykoi-viyny-zminy-u-mediaspozhyvanni-spryjnuyatya-informatsiynogo-prostoru-chutlyvist-do-spotvorenogo-kontentu/>.

11. Internews. (2022). Ukrayins'ki media, stavlennya ta dovira u 2022 r. Opytuvannya USAID-Internews shhodo spozhyvannya media. URL : <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2022/11/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2022.pdf>.

12. Detector media. (2022). Ukrayinci berut' novyny z internetu ta ne nadto spodivayut'sya na vybory – doslidzhennya. URL : <https://detector.media/infospace/article/202016/2022-08-18-ukrajinci-berut-novyny-z-internetu-ta-ne-nadto-spodivayutsya-na-vybory-doslidzhennya/>.

13. Cherniavska, L. V., Danyliuk, N. O. (2021). Telegram as the instrument of digitalization of ukrainian masmedia. *Vcheni zapysky Tavrijskoho nacionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho*. Seriya: Filolohiya. *Zhurnalistyka*. No. 6(3). P. 192–198.

14. Bruno, N. (2011). Tweet first, verify later? How real-time information is changing the coverage of worldwide crisis events. *Reuters Institute*. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/tweet-first-verify-later-how-real-time-information-changing-coverage-worldwide-crisis>.

15. Chadwic, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford : Oxford University Press.

16. Mattoni, A., Ceccobelli, D. (2018). Comparing hybrid media systems in the digital age: A theoretical framework for analysis. *European Journal of Communication*. P. 1–18.

17. Plakhta, D. (2020). Telegram as a tool for political influence and manipulation. *Теле- та радіожурналістика*. No.19. P. 88–94.

**COMPARATIVE ANALYSIS OF PROFESSIONAL MASS MEDIA AND TELEGRAM CHANNELS
INFORMATION CONTENT NEWS PRODUCTION (ON THE CASE
OF “DZERKALO TYZHNYA” AND “UKRAYINA SEJCHAS”)**

A comparative analysis of journalistic texts in the so-called new media (Telegram channel “Ukrayina Sejchas”) and professional media (online publication “Dzerkalo tyzhnya”) is conducted in the paper. The similarities and differences of the content are clarified (by topic, the most popular personalities who become the heroes of the news, compliance with the standards of accuracy and separation of facts from comments, or the neutrality of the news). The research method is computer analysis of texts using Python modules and Spacy natural language processing library. It was found that the most popular topic for both media was Russia’s full-scale war against Ukraine, Zelenskyi, the General Staff, the Armed Forces, and Putin were mentioned more often. However, at the same time, the Telegram channel bets on hot news from the regions closest to the front line, while the professional mass media takes care of the international agenda. Also, the content of the US is more about personalities, while the DT prefers institutions, some of which are other mass media. Therefore, the online mass media also accumulates exclusive messages from other professional mass media. However, the telegram channel’s attempt to report news as quickly as possible also leads to a violation of standards, in particular accuracy: the telegram channel can report an explosion or missile attack almost immediately as it happened, without having enough facts. The same applies to photos and videos, published as some evidence. Another difference between the Telegram channel and the professional media is that they do not always adhere to the standard of separating facts from comments. Therefore the channel not only report news, but also comment, ironize, etc. The performed analysis allows us to talk about a certain distribution of functions of new and professional media. Telegram channels better adhere to the rule of convergence of interests, and also produce content that is easier to perceive. However, without professional mass media, which will publish the so-called hard news – socially significant messages coming from various institutions and international organizations, as well as check the hot news reported by telegram channels, one cannot talk about an effective media system.

Key words: telegram, online mass media, internet news, professional standards, news production.