

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет міжнародних відносин
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри
Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»
СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «ПОСТ²КУЛЬТУРА»

Виконавець: Онищук Катрін Петрівна

Керівник: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Телеграм-канал як спосіб поширення інформації	
1.1. Історія розвитку месенджера «Телеграм» та його функціональні можливості.....	6
1.2. Телеграм-канал: поняття та різновиди.....	11
1.3. Сучасні телеграм-канали в Україні: загальна характеристика.....	15
1.4. Перспективи розвитку телеграм-каналів в Україні.....	19
Висновки до розділу.....	24
РОЗДІЛ 2. Творчий проєкт: розробка концепції та створення телеграм-каналу «Пост ² культура».	
2.1. Концепція створення власного телеграм-каналу.....	27
2.2. Значення телеграм-каналу «Пост ² культура».....	32
2.3. Цільова аудиторія.....	35
2.4. Методи просування каналу «Пост ² культура» в Україні.....	39
Висновки до розділу 2.....	42
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47
ДОДАТКИ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена швидким зростанням популярності соціальної мережі «Телеграм», в тому числі самого контенту, особливо серед молоді. Сам додаток є досить зручним у користуванні та легким для освоєння навіть для тих, хто ніколи не користувався месенджерами. Деяким його функціям та можливостям можуть з легкістю позаздрити інші соціальні мережі та месенджери. Єдиний мінус: він не є настільки інтернаціональним на відміну від багатьох інших застосунків, таких як: «Фейсбук», «Ватсап», «Інстаграм» тощо. Та, цілком можливо, цей мінус колись також зникне.

Телеграм-канал є досить зручною платформою для розповсюдження різної інформації. Блоги в цій платформі можуть бути різної тематики. Оскільки телеграму надає перевагу більше молодь, контент повинен відповідати бажанням аудиторії. Це має бути не лише щось корисне, а й нове, сучасне.

В Україні надзвичайно швидких обертів набирає популяризація сучасної української культури, музики, мистецтва, моди, традицій. Але не таких, до яких всі звикли, а до оновлених та модернізованих. Українська культура повинна бути саме передовою та сучасною. Адже світ йде вперед та розвивається. Разом з ним розвивається й душа українського народу. Молодь все більше цікавиться українською сучасною музикою, кінематографом, українським народним одягом. Щодня можна знайти щось нове та цікаве для аудиторії. Тому Телеграм є одним з найзручніших та передових додатків задля розповсюдження такого контенту.

Питанням становлення української культури займалися Баканурський А.Г., Бондарчук Я.В., Виткалов С.В., Горпенко В.Г., Жилюк С.І., Захарчук-Чугай Р.В., Іваницький А.І., Кияновська Л.О., Овсійчук В.А., Постоловський Р.М., Ричков П.А., Стоколос Н.Г., Супрун-Яремко Н.О., Троян С.С., Федорук О.К., Чернест В.Г. Питання інформаційних

телеграм-каналів та їх використання як засобів для медіа у своїх роботах розглянули Бондар С.В., Бурлаков С.В., Жугай В.Й., Зимбалевська Ю.В., Кузнєцова Т.В., Чернявська Л.В., [1;2;3;4;5;6].

Мета дослідження полягає в створенні власного телеграм-каналу задля поширення сучасної української культури, а також оцінка зацікавленості споживачів цим контентом та його поширення.

Визначена мета дослідження передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Проаналізувати історію розвитку месенджера «Телеграм», його функціональні можливості та перспективи розвитку.
2. Схарактеризувати термінологічну базу дослідження.
3. Визначити специфіку телеграм-каналів.
4. Схарактеризувати різновиди телеграм-каналів в Україні.
5. Створити телеграм-канал «Пост²культура».

Об'єктом дослідження є телеграм-канали та їх просування на ринку медіа.

Предметом дослідження є технологія створення й успішного просування телеграм-каналу про новини сучасної української культури.

Методи дослідження. У процесі розробки телеграм-каналу та вивчення його властивостей було використано методи:

- історичний – допоміг простежити становлення соціальної мережі «Телеграм», а також телеграм-каналів в Україні;
- метод термінологічного аналізу допоміг визначити терміни з проблеми дослідження;
- контент-аналіз допоміг схарактеризувати різновиди телеграм-каналів та їх тематичну наповнюваність;
- метод спостереження допоміг створити власну концепцію телеграм-каналу про новини сучасної української культури;
- аналітичний – допоміг з'ясувати цільову аудиторію телеграм-каналу та особливості розвитку телеграм-каналів.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в розкритті інструментів створення телеграм-каналу та в обґрунтуванні механізмів удосконалення діяльності в цьому напрямку на прикладі створення телеграм-каналу «Пост²культура».

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що матеріали дослідження можуть бути використанні для створення та просування телеграм-каналів, а також у процесі вивчення журналістської та видавничої діяльності у вищих навчальних закладах.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися у виступах на конференціях «POLIT. Challenges of science today 2021» (Київ, 2021), «POLIT. Challenges of science today 2022» (Київ, 2022), Восьма всеукраїнська студентсько наукова конференція «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (Київ, 2022).

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

- Onyshchuk K.P. Blog as a means of developing professional competence // Polit. Callanges of science today. International relations: abstracts of XXI International conference of higher education students and young scientists. – National aviation university. – Kyiv: NAU, 2021. – P. 349-350

- Онищук К.П. Соціальні мережі як засоби інформації для ЗМІ / Polit. Callanges of science today. – National aviation university. – Kyiv: NAU, 2022.

Подано до друку.

- Онищук К. П. Телеграм та його участь у інформаційній війні з росією. Подано до друку. Актуальні проблеми соціальних комунікацій: Доповіді Восьмої міжвузівської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю, 2022. Подано до друку.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (8 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків,

списку використаних джерел (36 джерел), додатків. Загальний обсяг роботи становить 56 сторінок, основний текст викладено на 44 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК СПОСІБ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

1.1. Історія виникнення месенджера «Телеграм» та його функціональні можливості

Вже досить давно месенджери увійшли в наше повсякденне життя, адже вони стали зручною альтернативою звичайній пошті. Вони набагато швидше працюють, тобто будь-хто охочий може без проблем отримувати повідомлення від знайомих та близьких із різних куточків світу та в будь-який час. Одним з таких месенджерів став телеграм.

Це багатоплатформовий клауд-месенджер, який був заснований ще у 2013 році російськими популярними програмістами Павлом та Миколою Дуровими. «Компанія Телеграм Месенджер ЛЛП» базується в Лондоні [29]. У телеграмі у кожного користувача є можливість обмінюватися текстовими, голосовими або відеоповідомленнями, фото- та відеоматеріалами, документами, організувати аудіо- або відеодзвінки, надсилати інформацію про своє місцезнаходження та ще багато іншого. Телеграм є досить зручним у користуванні, який може освоїти будь-хто будь-якого віку. Будь-яка інформація може зберігатися в переписці, навіть якщо вона була видалена з самого пристрою. Тобто завдяки мережі ви можете відновити необхідну вам інформацію навіть у тому телефоні, з якого ви попередньо її видалили. Це досить зручна функція, якою володіють не всі месенджери, наприклад, вайбер. Втрата інформації може відбутися лише тоді, коли вона буде видаленою остаточно в самому месенджері. Якщо те ж саме фотоповідомлення, яке попередньо автоматично зберігається на пристрій, пізніше було видалене, надалі доступ до нього буде втрачено остаточно. І відновити його або загрузити наново вже не буде можливим.

За даними досліджень Телеграм Маркетингу за 2019 рік, було виявлено, що цей месенджер найбільш є розповсюдженим в таких країнах, як Росія,

Україна, Індія, Казахстан, Сінгапур, Ізраїль, Саудівська Аравія, Італія, Іспанія та Малайзія. Також він почав набирати свою популярність у Франції, Нігерії, Єгипті, Португалії, Південно-Африканській республіці, та Філіппінах. Країни, де є розповсюдженим телеграм, продовжують доповнювати список [11].

Месенджер «Телеграм» є доступним для користування на телефоні, планшеті, комп'ютері або ноутбучі. Обліковий допис користувача прив'язується за його номером телефону. Месенджер є доступним для користування майже 20-ма мовами світу, у тому числі й українською. Також у користувачів є можливість відслідковувати свою активність в спеціальних налаштуваннях додатку.

Телеграм позиціонує себе як безпечну альтернативу месенджеру «Ватсап Ко». Навіть на власному веб-сайті додаток рекламує свою безпечність та швидкість. Він пропонує дві форми шифрування, тобто приватні та групові чати захищені механізмом шифрування клієнт-сервер/сервер-клієнт та зберігають зашифрованими в хмарному сховищі телеграм-месенджера [7].

Як вже повідомлялося раніше, телеграм месенджер активно набирає свою популярність. На початку січня компанія «Телеграм» повідомила, що має 500 мільйонів активних користувачів щомісяця. Така прихильність до месенджеру виводить його попереду таких додатків, як «Снапчат» або «Твіттер». Попри величезну кількість завантажень додатку у «Гугл Плей Стор», месенджер поступається таким гігантам, як фейсбук (2 мільярди) та ватсАп (5 мільярдів). У рейтингу за щомісячними активними користувачами телеграм займає 9 місце, тоді як ватсАп посідає 1 сходинку. Це не враховуючи системні месенджери «Епл АйМеседж», «Андроїд Меседж» та «Гугл Чат» [30].

Телеграм є досить зручним для користування та надсилання різної необхідної інформації не лише в особистих цілях, а й для роботи великих компаній. Наприклад, робочі чати, телеграм-канали, боти тощо.

Функції в телеграмі:

- Особистий профіль, який надається кожному користувачеві, застосовується для обміну приватними повідомленнями та дзвінками, а також

завдяки ньому можна бути одним з учасників групового чату, каналу, створювати власні групи та бути адміністраторами в них.

- Телеграм-канал. Це так звана сторінка в месенджері, яку може створити будь-хто для поширення власного контенту та мати необмежену кількість підписників. Робити публікації та писати у Телеграм-каналі має право лише його адміністрація, а підписники можуть лише реагувати за допомогою емоджі на контент. Права на відповідь та публікацію у них немає.

- Телеграм-чат. Це груповий чат в месенджері, де може міститися до 200 000 користувачів, діяльність яких контролюється адміністратором/рами чату, тобто обмеження часу на публікацію. додавати чи видаляти користувачів тощо.

- Телеграм-бот. Це штучно створений адміністратор, який може відповідати на повідомлення, надсилати різні матеріали в чатах, коротко кажучи допомагати адміністраторам. Телеграм-бот може бути як безкоштовним для користування, так і платним [27].

Як вже повідомлялося, телеграм можна використовувати не лише задля обміну особистими повідомленнями. Він також може бути корисним і для бізнесу. Через додаток компанії можуть знаходити працівників та клієнтів, спілкуватися з ними, надавати різного роду консультації. Компанії можуть легко та швидко надавати інформацію щодо їх продукції чи послуг, а клієнти мають змогу миттєвого зворотного зв'язку з компанією, аби отримати відповідь на свої запитання та вирішити проблему. Частіше за все компанії створюють чат-ботів задля зв'язку, адже бот є таким собі штучним інтелектом, яким виконує команди за певним алгоритмом дій, тобто варто натиснути або ж необхідну кнопку, або ж написати ключове слово запиту, як він відразу відреагує на запит та надасть допомогу в питанні. Такий метод зв'язку є зручним, адже боти працюють 24/7 і миттєво реагують на запит (звісно якщо немає технічних проблем в роботі).

Як і багато інших різних додатків, телеграм має свої маловідомі, але досить корисні функції. Серед них:

- можливість прив'язати обліковий допис більше ніж до одного номеру. Якщо користувачеві Телеграму будь-коли знадобиться змінити номер телефону, але він бажає перенести всю інформацію та чати зі старого, достатньо лише натиснути в налаштуваннях на номер телефону, далі обрати «змінити номер» та дотримуватися інструкцій;
- мати можливість змінювати акаунти. Часто користувачі бажають розмежовувати своє особисте та робоче життя, тому телеграм пропонує функцію «додати акаунт», завдяки якій ви матимете різні чати в різних облікових записах;
- секретні чати. Такі чати забезпечують максимальну конфіденційність, тобто повідомлення не зберігаються на серверах, і якщо одна сторона видалила повідомлення, то воно зникає з усіх пристроїв;
- функція «Надіслати пізніше», або «Нагадування». Це функція надсилення повідомлень, завдяки якій ви можете встановити певну дату та час, в який буде надіслано повідомлення. Це можна використовувати як для нагадування самому собі будь-чого, так і для планування публікацій, наприклад, у тих самих телеграм-каналах [10];
- функція «Надіслати без звуку». Є досить зручною функцією для тих, хто хоче надіслати повідомлення в пізній час, аби не розбудити іншого користувача;
- функція «Вимкнення звуку чатів». Ця функція надає можливість користувачам вимикати звук чатів, груп, каналів, який може заважати та відволікати. Наприклад, якщо чат груповий і в ньому активно проходить переписка, а для когось звук повідомлень є нестерпним та відволікаючим;
- функції «Поділитися маячком» та «Поділитися розташуванням». Трохи схожі, та все ж різні функції. Адже обидві дають змогу ділитися місцезнаходженням, але маячок дозволяє відслідковувати всі переміщення на карті іншим користувачам, тоді як функція «Поділитися розташуванням» надає інформації про місцезнаходження саме в той момент, як повідомлення було надіслане. Ніяке переміщення не прослідковується;

- функція «Збережених повідомлень». Це односторонній чат, у якому є можливість писати та зберігати ті повідомлення, до яких необхідний швидкий доступ. Це може бути і як блокнот чи чернетка [10];
- конфіденційність та безпека. Телеграм надає можливість переписуватися не лише з контактами, які є збереженими, а й з іншими. Тому ця функція надає право користувачеві самостійно вирішувати та обирати тих, хто може бачити особисту інформацію, а саме номер телефону;
- функція «Код-пароль» або захист чатів паролем. Якщо раптом користувач лишив свій пристрій десь увімкненим, то ця функція надає можливість приховати переписки від сторонніх очей. Людина, яка не знає пароль, не зможе навіть переглянути список чатів. Функція доступна в налаштуваннях конфіденційності та безпеки. Після активування, користувачеві знадобиться створити чотиризначний пароль [33]. Також можна налаштувати час блокування месенджера. Якщо в телефоні передбачений спосіб розблокування відбитком пальця, то ним можна замінити пароль;
- приховати активність. Месенджер дозволяє користувачам самостійно визначати чи буде відображено інформацію про те, чи є ви онлайн, чи ні [10];
- налаштування проксі-сервера. Проксі-сервер є так званим посередником між користувачем та мережею. Він забезпечує конфіденційність та безпеку входу на сайти, сторінки тощо. Тобто сайт може думати, що проксі й є реальною людиною. Цей сервер дозволяє виконувати непрямі запити до Інтернету. Користувач з'єднується з проксі-сервером і запитує у нього будь-який ресурс, розташований на іншому сервері. Тоді проксі сам намагається отримати ресурс з іншого сервера. При цьому зберігається цілковита анонімність. У телеграмі проксі дозволяють обійти блокування месенджера в вашій країні. Його легко можна налаштувати в налаштуваннях додатку в вкладці «Дані та сховище». А далі все по інструкції.

Отже, телеграм-канал попри свою зростаючу популярність досі лишається лише месенджером. Але розробники додатку не припиняють

удосконалювати його та додавати нові функції та можливості для користувачів. Тому можна зробити припущення, що незабаром телеграм може стати не просто популярною платформою для передачі даних у світі, а й зручним сервісом для розвитку бізнесу та отримування коштів від каналів, груп та ботів.

1.2. Телеграм-канал: поняття та різновиди

Вже не секрет, що телеграм досить давно набув своєї популярності серед багатьох країн. Із простого месенджера він зміг перерости на платформу для заробітку. Завдяки багатотисячній аудиторії на телеграм-каналі можна отримувати досить гарні замовлення на розміщення реклами. Єдина відмінність від інших платформ – відсутність монетизації до контенту.

Звернемося до деяких визначень

«Канали в телеграмі – це інструмент для трансляції повідомлень великим групам читачів. Теоретично вони можуть мати необмежену кількість членів, на практиці є обмеження у 20.000 учасників» [4].

Телеграм-канал – це так званий блог у месенджері. Їх поняття досить схожі. Адже: «Блог – це веб-сайт, основний вміст якого — записи, що регулярно додаються, зображення або мультимедіа» [25]. Схоже призначення має і телеграм-канал.

Адміністратор каналу (у випадку з блогом – блогер) повинен регулярно додавати новий контент, постити якісь текстові повідомлення, голосові повідомлення, це може бути як просто запис голосу або навіть музика (в залежності від типу телеграм-каналу), відео- або фотоповідомлення. Також можна змішувати типи постів, наприклад, фото чи відео з текстом. Кількість постів на день у телеграм-каналі визначає сам адміністратор.

З'ясуємо, чому телеграм-канал можна вважати блогом. Це питання можна розкрити на основі нещодавньої ситуації на території росії, яка склалася у зв'язку російсько-українською війною. 11 березня «Роскомнагляд» заявив про блокування соціальної мережі «Інстаграм» на території рф. Таке рішення було прийняте через те, що компанія «Мета», якій належить інстаграм та фейсбук,

зняла заборону для мешканців низки країн на публікування контенту, який містить заклики до насильства проти громадян росії [8].

Після такої заяви більшість російських блогерів, основним джерелом заробітку яких був інстаграм, перейшли до телеграму, де вони вже створили власні канали та закликали своїх підписників продовжувати слідкувати за ними вже на іншій платформі.

«Канал – це щось середнє між блогом та мікроблогом, тобто ще одна платформа для розповсюдження контенту, але вже серед аудиторії месенджеру» [28].

У зв'язку з тим, що блогери інстаграму перейшли з одного додатку на інший і далі продовжують позиціонувати себе як блогери, логічно дійти до висновку, що телеграм-канали є чимось на кшталт блогів. Авжеж, за своїми функціональними можливостями вони є трохи слабші за ті ж самі блоги в інстаграмі, адже телеграм, як месенджер, не має тих налаштувань монетизації, як у соціальних мережах, таких як «Інстаграм» та «Фейсбук». Але вони є все ж дуже подібними до блогів по вмісту контенту. Тому що там так само можна публікувати пости на різну тематику (можливо, навіть більшу, адже в Телеграм не має таких обмежень по цензурі, як в Інстаграмі), увімкнути реакції підписників на контент (по типу лайків), створити окремий чат, в якому підписники матимуть можливість писати коментарі, які зберігатимуться для наявного каналу, та розміщувати рекламу (яка і стає джерелом заробітку в телеграм-каналах).

Як вже повідомлялося, контент в телеграм-каналах може бути різним, у залежності від типу самого каналу. Це так звана різновидність телеграм-каналів. За їхнім тематичним наповненням телеграм-канали можуть бути:

- новинними;
- експертними;
- авторськими;
- добірки;
- канал бренду [32].

Під час створення телеграм-каналу необхідно дуже ретельно продумати тематику, цільову аудиторію, методи просування. Частіш за все канал буде конкурентоспроможним лиш у тому випадку, якщо інформація буде публікуватися в ньому першою (підходить більше для новинних каналів), буде унікальною та оригінальною, а також міститиме в собі трішки гумору, адже хоча аудиторія телеграму є значно меншою, вона все ж є унікальною та потребує трішки іншого способу подання інформації. А гумор досить добре сприймається в телеграмі. Лиш тоді вдасться вдало розвинути та просунути канал та почати заробляти на ньому.

Але на початку доведеться трохи постаратися та працювати за дарма, аби розкрутити телеграм-канал та набрати справжню аудиторію. Із цим може допомогти так зване «сарафанне радіо», тобто рекламування каналу із вуст у вуста [12]. Друзі, родичі, будь-хто може розказати іншим про канал та закликати інших підписатися на нього. Також телеграм-канал можуть порекомендувати інші телеграм-канали або блогери, які відвідали його та вподобали контент. Варто не плутати з рекламою, адже рекламу можна отримати лише за кошти, тобто якщо власник каналу замовить її в когось іншого з більшою аудиторією. А рекомендація надається вже за рішенням самого блогера чи адміністратора іншого телеграм-каналу, не маючу з цього жодного прибутку.

Коли почнуть з'являтися підписники, варто їх втримати та не дати покинути канал. Також не варто забувати долучати їх до активності, адже кількість переглядів та реакцій є показником якості та того, що канал є «живим», і контент не йде в односторонньому боці без віддачі.

Саме тому у каналу має бути власна так звана фішка:

- «незвичайний стиль публікацій (оригінальна мова тексту, підхід до подачі публікації, контент відразу привертає увагу та зацікавлює читача до його перегляду);
- внутрішня кухня бренду (контент не має бути нудним та неактуальним, адже він просто зацікавить хіба що найменшу кількість підписників, якщо взагалі зацікавить);

- подача інформації з гумором, у власному стилі (власний стиль може виступити в цьому випадку як фішка каналу, за якою його будуть впізнавати скрізь, навіть якщо той, хто побачить пост, не є підписником каналу. Наприклад, вашу публікацію можуть репоснути собі інші телеграм-канал. Цією фішкою може стати привітання на початку публікації, або публікування до тексту власного фото чи колажу, який був створений саме адміністратором);
- актуальні новини в якомусь вузькому напрямку (книги, автомобілі, фільми) (якщо ви обрали певну тематику каналу, то весь контент, який там з'являється, повинен бути актуальним та свіжим для читача, він повинен зацікавлювати);
- експертність – якщо ви професіонал у своїй справі і вам є що розповісти читачам» [32].

На жаль, телеграм є всього лише месенджером, тому на надає можливості форматувати текст у телеграм-каналі за зразком різних блогівих платформ. Єдине, що можна там зробити, так розбити текст на різні абзаци і зробити текст різного шрифту. І то це можна зробити через комп'ютерну версію додатка, адже через телефон значно складно навіть зробити абзац.

Також в телеграмі немає тієї можливості пошуку за тегами. Якщо використати хештег у дописі в телеграм-каналі, то користувач має можливість пошуку за ним лише у власних чатах. Тобто інші користувачі, які не підписані на певний телеграм-канал навіть за однаковим хештегом не зможуть знайти вашу публікацію.

Отже, телеграм-канали є спірним питання щодо того, чи можна їх віднести до блогів чи ні. Але все ж у них є величезна кількість плюсів та мінусів. Телеграм-канали все частіше стають платформою для заробітку, тому не виняток, що досить скоро можна буде заробляти не лише на рекламі, яку розміщують в них, а й на монетизації різного роду публікацій.

1.3. Сучасні телеграм-канали в Україні: загальна характеристика

Свою цілковиту популярність в Україні телеграму все ще не вдалося здобути. Впродовж 5-7 лютого 2021 року Київський міжнародний інститут соціології провів власне дослідження для того, щоб визначити, який мобільний додаток є найпопулярнішим. Майже в усіх категоріях телеграм посів 3 місце [30].

Телеграм вже давно перестав бути просто месенджером. Тепер він є одним із найкращих рекламних майданчиків для всіх, хто хоче заявити про себе – політиків, брендів, бізнесів, різних галузей послуг тощо. Саме тому більшість українських видатних особистостей намагаються створити свій телеграм-канал, аби і там поширювати власний контент. Це може бути зручним методом як поширення бренду серед аудиторії, якої немає на інших платформах, так і додатковим способом заробітку .

В Україні можна знайти багато різноманітних телеграм-каналів на різну тематику, починаючи з новин, закінчуючи різними освітніми каналами. Якщо пошукати в інтернеті, то можна знайти цілий список з назвами та посиланнями на них.

Якщо звернутися до сайту «Телеграм Аналітика» [9], то можна знайти цілий список та рейтинг українських телеграм-каналів, а також кількість поточних підписників на кожному, стан активності (які охоплення кожної публікації, скільки репостів) та дізнатися в якому стані активність на них (збільшилася чи зменшилася кількість фоловерів та чи змінилася кількість переглядів постів).

Проаналізувавши сайт, можна зазначити, що в зв'язку з теперішньою ситуацією в Україні в лідери виходять телеграм-канали на політичну та новинну тематику.

Наприклад, перше місце посідає телеграм-канал «Світ сьогодні з «Юрієм Подоляком», який був створений 17 серпня 2019 року, має майже 1,9 мільйонів підписників і висвітлює події в світі, політику, економіку та конфлікти. І якщо поглянути на всю статистику каналу, то видно, що популярність його все далі зростає [18].

Найпопулярнішим саме новинним каналом є «Україна зараз: новини» з 1,3 мільйонною аудиторією [19]. Також цей канал має так звану «галочку» та означає, що він пройшов верифікацію – «це процедура документального підтвердження ваших особистих даних. Її мета – підвищити рівень захисту ваших коштів і особистого кабінету [26]». Тобто акаунт є перевіреним адміністрацією телеграму.

Для чого надається галочка в телеграмі? Її можуть отримати канал, група чи бот. Звичайним користувачам додатку вона не надається. Спеціальних можливостей галочка не дає. Вона може слугувати для:

- підвищення довіри та доводить, що особа не є фейком;
- для укріплення авторитету, тобто доводить, що особа є публічною [31].

Власне дослідження щодо наявності в Україні телеграм-каналів з новинами сучасної української культури показало, що в нашій державі є телеграм-канали, які представляють окремі галузі культури: про одяг, музику, літературу тощо.

На сайті можна виділити такі категорії українських телеграм-каналів, які можуть стосуватися культури:

- музика;
- картинки та фото;
- мода й краса;
- відео та фільми;
- книги;
- мистецтво;
- рукоділля.

Якщо проаналізувати сайт «Telegram Аналітика» на контент саме з українською музикою, то першість отримує телеграм-канал під назвою «Лише у нас в Україні», де публікуються новині пісні саме українських виконавців. Канал має майже 35 тисяч підписників, кількість яких, судячи з графіків, з 5 квітня по 12 квітня збільшилася. Та, не зважаючи на збільшення кількості

фоловерів, перегляди контенту впали на 34,9%. У середньому на день публікується приблизно 4 пости [16].

У категорії «Картинки та фото» перше місце займає україномовний телеграм-канал під назвою «Український гумор. Жарти та мєми». На нього підписано 84 тисячі підписників, які з кожним днем збільшуються. У середньому на день публікується 15 постів. Метою каналу є розвеселити та розважити свою аудиторію [20].

Про моду та красу українські дівчата можуть дізнатися з телеграм-каналу «Септембер», який пройшов верифікацію та має 75,1 тисяч підписників. У середньому на день публікується близько 4 постів [23].

Україномовний телеграм-канал про кіно «СІНЕМА – фільми та серіали» має 12,4 тисяч підписників. Але фільми, які там публікуються, є здебільшого виробництва США. Новини про український кінематограф на ньому не публікуються. За день у телеграм-каналі в середньому з'являються 2 пости [22]. Також увагу звертає на себе телеграм-канал «Кінооборона», який від початку війни перетворився на «Кіно Кібер Фронт» та веде інфовійну проти росії. Канал має більшу кількість підписників, ніж попередньо згаданий – 13,6 тисяч. Усі пости до 27 лютого були видалені [21]. Якщо оглянути інші телеграм-канали з категорії «Кіно», то можна зазначити, що переважно канали просто публікують фільми різного виробництва та описи до них. Можна припустити, що така непопулярність фільмів саме українського виробництва спричинена тим, що наш вітчизняний кінематограф ще не досить розвинений та не таких масштабів, як інші імениті кінокомпанії як «Юніверсал», «Марвел» та інші.

У категорії «Книги» можна знайти велику кількість саме україномовних телеграм-каналів. Але у них схожа ситуація, як з кіно – більшість контенту іноземних авторів. У телеграм-каналах можна знайти завантажені електронні чи аудіокниги та аудіопідкасти, які здебільшого в платному доступі після того, як користувач перейде за посиланням на сайт. Найпопулярнішим україномовним каналом про книги є «Книги українською», з 28,9-тисячною аудиторією. У

випадку з цим каналом підрахунок постів іде не за день, а за тиждень – приблизно 5 публікацій [15].

У категорії про мистецтво перше місце посідає телеграм-канал «Моя Україна», який налічує 6,2 тисячі підписників. За місяць на каналі публікується близько 25 постів [17]. Але якщо переглянути сам канал, то можна помітити, що пости здебільшого про українське мистецтво минулого, тобто це вже не сучасна культура, а просто можна назвати пізнавальний контент для українців, аби вивчити та бути більш обізнаним у галузі мистецтва.

І остання категорія, яка може стосуватися культури, – рукоділля. За цією категорією можна знайти канали, які здебільшого подібні одне до одного за своєю тематикою: вишивка та в'язання. А саме схеми для робіт. Найпопулярнішим є російськомовний телеграм-канал «Мяу». Але якщо говорити про україномовний, то таким є «Вишивка+», який має лише 218 підписників, але попри невеличку аудиторію пройшов верифікацію та має галочку. Канал є власністю магазину рукоділля, в якому публікуються світлини готових робіт, виконаних технікою бісероплетіння, вишивкою за допомогою ниток муліне та алмазною технікою в рамках [14].

Отже, у результаті проведеного дослідження ми дійшли висновку, що в Україні є різні телеграм-канали на різну тематику. На жаль, більшість із них російськомовні. Але є й багато гарних україномовних каналів, які поки що не здобули такої популярності, як російськомовні. Та все ж потрібного знайдено не було. Як було зазначено раніше, канали про культуру є, але вони не про культурні новини і розділені на окремі категорії, які можуть мати відношення до культури. Тому можна стверджувати, що наш «Пост²культура» є унікальним. Усі досліджені канали зараз активно просувають патріотичну тематику. Адміністратори публікують різні пости про Україну, аби підтримати дух та моральний стан своєї аудиторії, а також допомогти їй відволіктися від буденності та подій у країні, що є не менш важливою складовою в нелегкі часи для будь-якого народу.

1.4. Перспективи розвитку телеграм-каналів в Україні

Телеграм можна вважати потужним джерелом інформації для ЗМІ, який частково (якщо не цілковито) існує поза межами законодавчого поля України. Неодноразово гучні політичні конфлікти в Україні виникали через зливи саме в телеграмі: анонімні телеграм-канал, спільноти або в особисті повідомлення. Введення власного телеграм-каналу є безкоштовним, але, певною мірою, неконтрольованим. Адже телеграм не має ніяких цензурних обмежень, як в інстаграмі чи фейсбуці, канали можуть бути анонімними, через що важко вичислити особу власника тощо.

Популярність телеграму продовжує зростати як за кордоном, так і в Україні. Через нього досить зручно та швидко отримувати повідомлення та різні новини з усього світу. Самі телеграм-канали не потребують високих технічних знань та навиків для того, щоб їх створити та розвивати. Усі можливості, функції та опис до них можна знайти в інтернеті. А також все це легко освоїти навіть тим, хто ніколи не користувався месенджером. З кожним оновленням в телеграмі пропонується автоматичні новини щодо нових функцій та детальний опис до кожної з них, який ще й супроводжується відео- чи фотоматеріалом. Звісно, це все стосується не окремо телеграм-каналів, а й всього месенджеру в цілому.

Досить часто в сучасних країнах пострадянського простору можна зустріти користувача саме телеграму. З особистого досвіду можемо стверджувати, що додаток у деяких своїх функціональних можливостях зручніший, ніж інші популярні месенджери. Проте багато хто ладен посперечатися щодо його системи шифрування та приватності переписки. Хоча розробники додатку запевняють у його надійності.

За статистикою минулого 2022 року, яку склала компанія «Статіста», завантаження телеграму в Україні з кінця січня до кінця лютого відбулося 506 тисяч разів. А з кінця лютого до 20 березня ця кількість скачувань додатку зросла ще раз. За ці періоди месенджер в Україні завантажили майже мільйон разів, а це на 88% більше, ніж за попередній період [31]. Можна зробити

висновок, що все ж, попри всі сумніви, популярність додатку зростає з кожним роком.

Через свою легкість в користуванні та стрімкий зростання популярності в телеграмі можна знайти безліч українських спільнот та каналів, які можна класифікувати як новинні ЗМІ, особисті блоги або бізнес-акаунти. Досить велика кількість ЗМІ, таких як журнали, газети, їх електронні версії, мають свої телеграм-канали, які не припиняють свою активність та поширюють у них свою скорочену версію новин та статей з посиланням та їх інші офіційні сторінки. Також канали можуть бути як відкритими, так і закритими. Потрапити до них можна лише за особистим посиланням-запрошенням, або якщо адміністрація каналу захоче додати нового підписника. Така функція також може стосуватися спільнот та бесід. Відкриті ж канали досить легко знайти і без посилання на нього. Варто всього лише знати його назву та ввести її в пошуковий запис. Також можна просто знайти канал на ту тематику, яка цікавить користувача, якщо в назві міститься бодай одне слово, яке він ввів в пошук. Наприклад, «культура». Тоді месенджер автоматично аналізує всі наявні канали та видає ті, назви яких бодай якимось стосуються цього слова. Якщо каналів декілька, то користувач має можливість переглянути кожен із них, обрати той, який до вподоби, а вже тоді й підписатися на нього.

Під час російсько-української війни телеграм став потужним джерелом інформації для українців. Більшість новин надходить саме з нього. Різні медіа мають свої індивідуальні джерела, які весь час повідомляють про ситуацію в країні саме через месенджер. Інші ж можуть запозичувати інформацію, посилаючись на той канал, звідки вона була взята. Те, що ЗМІ беруть інформацію з телеграму неодноразово можна було помітити під час ознайомлення з новинами, в яких вказують саме телеграм-канали як джерело.

Стосовно довіри до телеграму та його популярності було нами було проведено опитування, у якому взяли участь 175 чоловік віком від 16 років з різних областей України: Житомирської (45 осіб), Київської (66 осіб), Вінницької (7 осіб), Чернігівської (20 осіб), Харківської (2 осіб), Одеської (1

особа), Хмельницької (1 особа), Черкаської (4 осіб), Миколаївської (4 осіб), Рівненської (2 осіб), Запорізької (2 осіб), Миколаївської (4 осіб), Львівської (1 особа), Волинської (1 особа), Дніпропетровської (1 особа), Закарпатської (2 осіб), Полтавської (1 особа), Чернівецької (1 особа), Луганської (1 особа), Тернопільської (1 особа) та Херсонської (1 особа). Не взяли участь тільки мешканці Донецької, Івано-Франківської, Кіровоградської та Сумської областей. Але за відповідями можна побачити, що анкету проходили навіть з Франції (1 особа) та Польщі (Варшави) (1 особа) (рис. 1).

Область, в якій проживаєте?

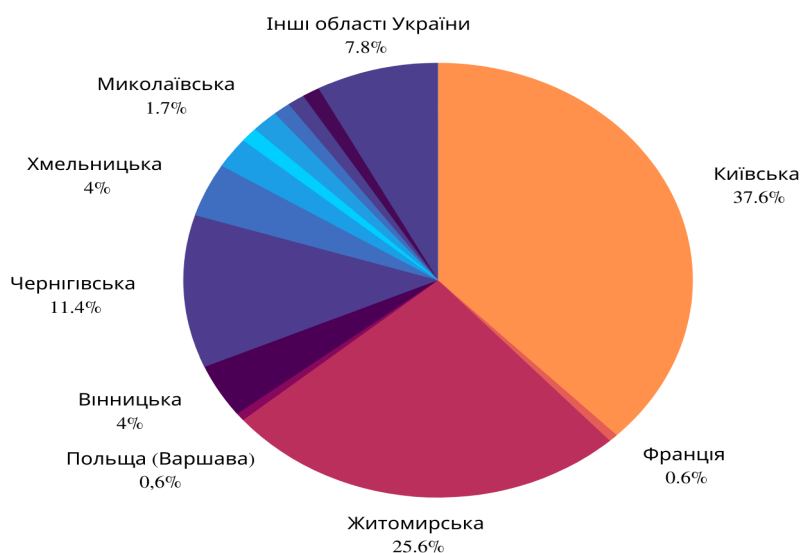


Рис. 1. Результати опитування щодо довіри українців до телеграму

Звісно, що під час ознайомлення з різною інформацією варто вміти аналізувати її та не довіряти лише одному джерелу. Завжди важливо перевіряти її та звіряти з заявами офіційних осіб чи установ, які можуть як підтвердити її, так і спростувати. У телеграмі можна знайти не лише прості телеграм-канали на різну тематику, а канали, які особисто можуть вести політичні та громадські діячі, канали, які ведуться від імені офіційних державних установ та її представників. І за час війни кількість підписників на них помітно зростає.

Зараз телеграм для багатьох є основним джерелом інформації. І це не просто приватні чати з друзями, а українські спільноти та новинні телеграм-канали, які кожен мить оновлюються. На запитання «Чи можете ви

назвати телеграм своїм основним джерелом інформації» респонденти дали 131 відповідь «так» та 44 «ні» (рис. 2).

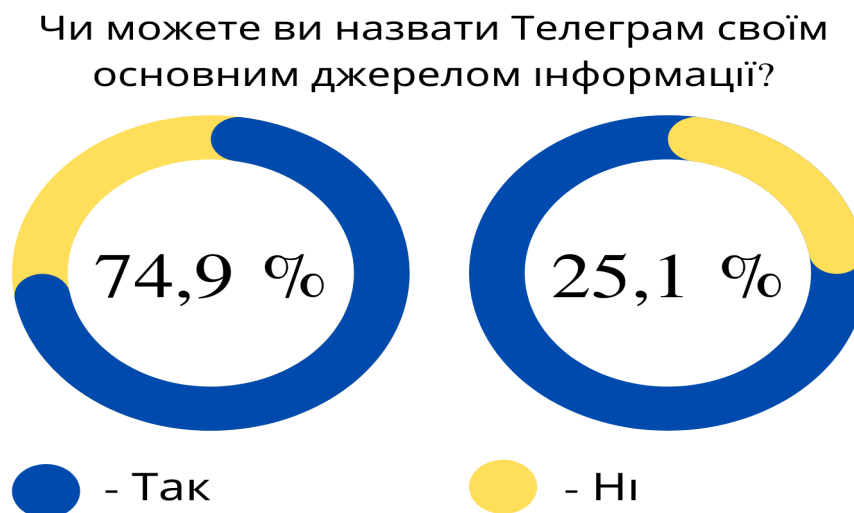


Рис. 2. Результати опитування щодо того, чи є телеграм основним джерелом інформації.

74,9% позитивних відповідей – більше половини і майже 3/4 від 100%. Такі результати свідчать про те, що месенджер є цілком джерелом інформації, якому довіряє більшість українців. Але все ж 25,1% свідчать про те, що серед опитаних є ті, які надають перевагу перевірці інформацію в інших джерелах.

Через збільшення кількості підписників на різних телеграм-каналах та факт того, що багато медіа посилаються на інформацію саме з цього додатка, можна зробити ймовірне припущення, що через війну люди масово почали користуватися телеграмом. Опитування показало, що 94,9% (166 осіб) респондентів вважають, що аудиторія застосунку значно збільшилася під час повномасштабної війни в Україні. Всього 5,1% (9 осіб) опитаних вважають, що це не так (рис. 3).

На вашу думку, кількість користувачів додатком під час повномасштабної війни зростає?

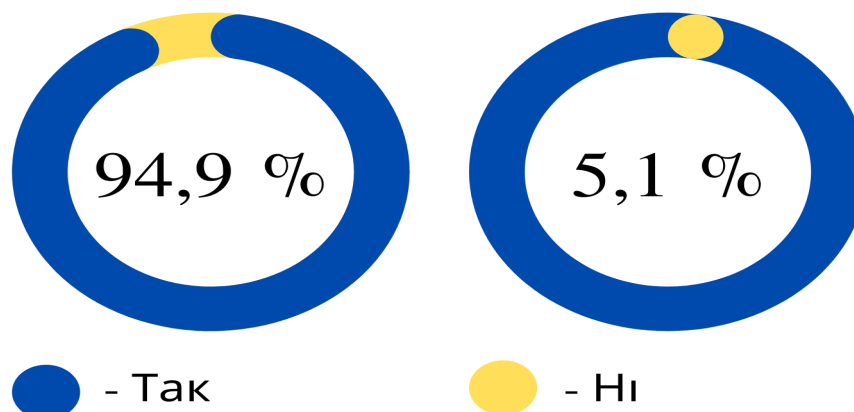


Рис.3. Результати опитування щодо кількості користувачів телеграму під час повномасштабної війни

Телеграм-канали потребують свого розвитку в Україні, тому що, по-перше, немає потреби щоразу відкривати та шукати електронний варіант свого медіа та шукати там те, що цікавить. По-друге, користувач може швидше дізнаватися про нове завдяки звуковим повідомленням про нову публікацію на каналі. Звісно, звук за бажанням можна вимкнути на певний час або й назавжди. По-третє, телеграм-канали не люблять багато тексту та великої кількості інформації. Коротко, чітко та про основне. Ось що в 21 століття цікавить аудиторію. Адже темп життя дедалі продовжує стрімко зростати. Тому в читачів немає часу гортати великі статті, для них головне – суть. А якщо вони самі хочуть дізнатися більше про новини, то можна з легкістю створити посилання, за яким читач перейде на основний сайт та ознайомиться з іншими розгорнутими деталями. По-четверте, телеграм не потребує коштів на те, аби створити свій канал. Будь-хто може створити власний та просувати свій контент. По-п'яте, телеграм не має цензури. Звісно, що за «Конституцією України» будь-яка цензура заборонена, та все ж за правилами багатьох додатків контент різного сексуального, небезпечного та жорстокого характеру не проходить у маси. Телеграм навпаки не має цієї функції та пропускає будь-що. Є випадки, у

яких така неконтрольованість впливає не надто добре на користувачів, адже саме це стає гарною можливістю для розповсюдженню фейків, пропаганди, закликів до насильства, жорстокості та булінгу. Це є однією з найважливіших проблем додатку. І поки не відомо подальшу її долю. Адже все ж телеграм лишається простим месенджером, а не великою соціальною платформою, як «Інстаграм», «Ютуб», «Твіттер», «Фейсбук» тощо. По-шосте й ,мабуть, останнє, телеграм має досить зручну функцію хмарного сховища, про яку вже йшлося в одному з попередніх підрозділів. Тобто не лише текст, а й будь-які медіафайли зберігаються в додатку до тих пір, поки їх не буде цілковито видалено з самого додатку.

Отже, аудиторія телеграму продовжує зростати. Телеграм-канали активно формуються та розвиваються на різну тематику. Також вони не мають мовних обмежень. А сам застосунок продовжує доводити свою зручність та простоту в використанні. Його може освоїти як підліток, так і людина похилого віку. Все, що необхідно для користування ним, – смартфон та доступ до інтернету.

Висновки до 1 розділу

Використання традиційних ЗМІ, таких як радіо, телебачення та друкованих видань, все більше відходить у минуле. А їх місце займають ті медіа, які можна знайти в електронному вигляді в інтернеті та якомога швидше ознайомитися саме з тією інформацією, яка цікавить читача. Наприклад, у випадку з радіо та телебаченням більше не потрібно прослуховувати чи переглядати всю інформацію, аби дійти до тієї, яку шукав із самого початку. Можна швидше знайти матеріал на відповідну тему в інтернеті та зберегти час при обробці непотрібного контенту. А в сучасному світі люди найбільше почали цінувати швидке сприйняття матеріалу. Адже через пришвидшений темп життя людям просто ніколи витратити час на зайве. Якщо обговорити переваги електронних ЗМІ над друкованими, то варто зазначити, що тут теж спрацьовує той самий ефект, що й у випадку з радіо та телебаченням. А також електронні

ЗМІ зручніші у плані того, що вони завжди під рукою і не потрібно витратити на них величезну кількість ресурсів для друку.

Інтернет-журналістика знайшла своє розгалуження в багатьох галузях. Нині існує багато суперечок про те, чи можна називати блогерів журналістами, чи все ж вони є окремими представниками своєї професії. Також можна помітити, що бувають випадки, коли ЗМІ можуть мати меншу аудиторію, ніж блогери або окремі публічні особистості. А якщо у них велика аудиторія, то люди довіряють їм та готові сприймати інформацію, яка надається.

Кількість електронних видань з кожним днем стрімко зростає, а отже, їй пробитися через конкурентів та проявити свою унікальність стає дедалі складніше. Різні соціальні мережі та додатки стають платформами для різного типу розповсюдження новин та інформації. Навіть месенджери не є тому винятками. Адже аудиторія як у кожного контенту, так і у кожного додатку різна. Тому тут варто ґрунтовно проаналізувати всю інформацію перед, тим як починати створювати блог чи канал. Якщо обрати месенджер, то у реальному житті досить часто можна помітити, що старше покоління України надає свою перевагу додатку «Вайбер», а молодша - «Телеграму». Тому з цього варто зробити висновок, що якщо ваша тематика блогу більше підходить для молодшої аудиторії, то необхідно задуматися над його створенням саме в телеграмі і навпаки.

Телеграм все більше набирає обертів у своєму розвитку. Багато ЗМІ, блогерів та просто охочих створити власний канал на будь-яку тему переходять додатково до телеграму. Тобто окрім інших платформ увесь наявний контент може транслюватися й у цьому месенджері. А все через відсутність цензури на контент. Тому телеграм, можна сказати, дає свободу для вираження власної думки будь-кому. І через це багато хто прямує саме туди та публікує там те, що може не пройти через перевірки в інших додатках (наприклад, цензура, авторські права тощо). Та поки що телеграм не став повноцінною платформою для заробітку. Адже є багато мінусів, які не дозволяють власникам каналів, ботів та груп отримувати заробіток саме з контенту. Поки що заробляти можна

на рекламі, яку купують у власника інші бренди. Але також великим плюсом телеграму є надання можливості його користувачам швидко отримувати інформацію, наприклад, новини. Адже переважно в месенджері публікують швидке змістовне повідомлення, яке стисло донесе до читача його суть. Тому багато людей надають перевагу саме месенджерам, адже це швидко та зручно.

РОЗДІЛ 2

ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ: РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «ПОСТ²КУЛЬТУРА»

2.1. Концепція створення власного телеграм-каналу

До створення телеграм-каналу, як до будь-якого проєкту, варто підійти відповідально. Потрібно розробити чіткий план дій, адже «проєкт» визначається як послідовність завдань, які необхідно виконати для досягнення певного результату» [36]. У випадку зі створенням телеграм-каналу про новини у світі української культури метою є не лише створення телеграм-каналу та наповнення його тематичним контентом, а й успішне просування його в маси та забезпечення його розвитку.

Перед початком роботи варто дізнатися, що таке пре-сід, або ж попереднє формування концепції видання. Цей етап є найбільш важливим, адже саме в цей момент важливо ретельно продумати корпоративну структуру, провести інвентаризацію активів та скласти довгостроковий бізнес-план [34]. Продумати формат, концепцію, спосіб реалізації контенту, цільову аудиторію, план монетизації каналу можна як в командній роботі, так і в одноосібному плані. Тут може допомогти метод «мозкового штурму». Насамперед, формування концепції повинно ґрунтуватися на дослідженні ринку, а саме його тенденцій розвитку, мусять бути проведеними різні маркетингові цільові дослідження, розробити план стартапу, сформувати кількість членів команди, розподілити роботу та знайти шлях для інвестицій телеграм-каналу.

Інвестиції для розвитку проєкту є не менш важливими. Але на початку вистачить і власних коштів, адже створення телеграм-каналу та його просування в принципі не потребують великої кількості грошових вкладень.

Телеграм не є складною платформою для формування та ведення власного бізнесу. Єдине, для чого можуть бути необхідні кошти, то це для створення унікального контенту, наприклад, відеоматеріалів (хоча це більше стосується ютубу), але на створення сценарію, зйомки, монтажу тощо необхідні спеціалісти, яким потрібно платити за це. А ще й для того, щоб купувати рекламу. Але все ж відеоматеріали більше не для телеграму, адже вже повідомлялося, що поки що на момент функціонування телеграму додаток не містить в собі налаштувань монетизації за перегляд контенту. Компанія вже тестує вмонтовану монетизацію контенту і, скоріше за все, це буде реалізовано найближчим часом. У додатку реальні шанси є лише на заробітку від реклами. Звісно, чим популярніший канал, тим більше на ньому цінник за розміщення реклами. А щоб привабити до себе рекламодавців, необхідно провести неймовірну велику роботу для розвитку та підняття активності аудиторії на каналі. Кошти можуть знадобитися для придбання в різних джерелах ексклюзивної інформації. Адже принципом телеграму, а особливо новинних каналів, є перегони у публікуванні та ексклюзивність контенту. Хто швидше опублікує новину, той і зібрав всі «вершки». Інвесторами стартапу можуть стати не лише поодинокі зацікавлені особи, а й профільні компанії, які спеціалізуються на інвестуванні розвитку різних проєктів.

Для наступного етапу варто задуматися над правильним формуванням самого задуму та його реалізацією. Не завадила б рука профільного SMM-спеціаліста та SEO, для того щоб правильно вибрати вектор розвитку каналу. Було б непогано створити на початку прототип сторінки, аби на ньому ретельно продумати всю концепцію свого блогу. Після появи каналу розпочинається етап бета-тестування, під час якого команда перевіряє ефективність роботи задуманої мети. Таким чином, адміністрація каналу перевіряє продукт на валідність та зацікавленість в ньому великої кількості активних читачів. Варто розпочати роботу каналу зі знайомства з аудиторією, короткою розповіддю про проєкт. У телеграмі це можна прописати в описі. Далі поступово можна наповнювати різнобарвним контентом, створювати

рубрики та розвивати ті, які «заходять» читачам. На будь-якому етапі життя каналу може трапитися ситуація, що та чи інша рубрика перестане цікавити аудиторію. Це нормально. Адже на таких помилках можна добре побачити та зрозуміти свою аудиторію та її потреби. Якщо їй стає не цікаво читати якийсь матеріал, нормально, що він припинить своє існування або переросте в щось інше, більш цікаве. Потрібно розуміти, що з розвитком блогу повинен розвиватися і контент, який споживає аудиторія цього блогу. Тому дуже важливо аналізувати контент та потреби своїх читачів. Багато блогів перестають існувати через поганий аналіз своєї аудиторії, тому цей пункт є дуже важливим у розвитку блогу.

І ось, коли проєкт нарешті запрацював та дає свої перші плоди, його можна сміливо презентувати команді та інвесторам. Це допоможе показати, що все працює успішно, канал має право на існування й розвиток, що він справді унікальний та має окупну спроможність. Якщо результати сподобаються спонсорам, вони можуть зацікавитися в інвестуванні в розвиток каналу. Далі метою адміністрації є утримання уваги читача, змушення його повертатися до каналу.

Якщо говорити про створення та розвиток телеграм-каналу «Пост²культура», то це свого роду унікальний телеграм-канал, темою якого є новини про українську культуру в багатьох її векторах: кінематограф, музика, література, художнє мистецтво, мода тощо.

Формат – телеграм-канал. Інформаційна ніша, яку він займає – новини культури України.

Ідея – поширення новин про значущі події, які відбуваються або відбулися в культурному середовищі України.

Місія – поширити знання та показати новини про сучасну українську культуру у месенджері «Телеграм».

Мета – об'єктивне висвітлення новин та популяризація серед користувачів телеграму багатогранної сучасної української культури та мистецтва. А також створення власного культурного проєкту на основі вивченої інформації.

Періодичність залежить від того, скільки разів на тиждень відбувається щось нове у світі української культури. Бодай один раз на тиждень публікування нарисів чи порад читачам ознайомитися з тим чи іншим твором мистецтва: піснею, фільмом тощо. Також можна публікувати підсумки новин, які сталися за тиждень.

Щодо назви телеграм-каналу «Пост²культура»: канал про поширення новин у світі української культури. Префікс «пост» означає наступність [13]. А позначення «²» - наступність в квадраті. Тобто сучасний у подвійному значені.

Унікальністю цього каналу є те, що це, мабуть, єдиний канал саме в месенджері «Телеграм», який є суто новинним зі світу сучасної української культури. Власні дослідження та пошуки конкурентних каналів не дали результатів, адже подібного за тематикою каналу просто не було знайдено. Всі інші телеграм-канали, які бодай якимось чином можуть бути дотичними до української культури, стосуються виключно одного напрямку: окремо про кіно, окремо про моду і т.д.

Завдання телеграм-каналу «Пост²культура»:

- ознайомлювати читачів з останніми новинами у світі культури України (прем'єри та анонсування зйомок фільмів, вихід нової книги українського автора, виставки, нові пісні українських виконавців тощо);
- поширювати культурні надбання України;
- популяризувати українську культуру серед користувачів телеграму.

Адміністрація телеграм-каналу «Пост²культура» відкрита до співпраці з молодими та талановитими людьми, які вміють та хочуть просувати культурний простір серед українців, також готові до праці з митцями України, які бажають просувати своє мистецтво в маси, а також до співпраці з іншими телеграм-каналами, які теж хочуть просувати та удосконалювати свій контент.

Цільовою аудиторією телеграм-каналу «Пост²культура» є будь-хто, кому цікава тема культури України, хто хоче бути в курсі усіх важливих подій. Будь-хто, хто прагне пізнавати сучасну українську культуру, знати те, що відбувається в масовому культурному середовищі.

Телеграм-канал може стати зручною платформою для читачів, щоб дізнатися щось нове зі світу культури України. Тобто це дає змогу не лише переписуватися з друзями, а й бути в курсі новин.

Конкурентами можуть стати такі інтернет-видання, як Zaxid.net, Vogue UA, газета «День», Укрінформ та багато інших. Всі ці видання мають свої аналоги в телеграмі, але їх канали не спеціалізуються окремо на новинах української культури. Окремо рубрику «Культура» вони мають на офіційних сайтах видань.

Джерелом фінансування телеграм-каналу є власні кошти адміністраторів. Фінансування реклами дає змогу більшій аудиторії дізнатися про канал та підписатися на нього. Також рекламою може стати поширення інформації про телеграм-канал в різних соціальних мережах та через приватні повідомлення.

Адміністратори телеграм-каналу «Пост²культура» пропонують такі «Рубрики»:

- новини культури України – тобто висвітлення подій, які відбулися в світі української культури та мистецтва;
- «Автор рекомендує» – порада читачам ознайомитися з будь-яким твором мистецтва, а саме кінематографа, музики, письменництва тощо;
- «Знайомство з новим» – це так зване рекламування читачам молодих митців та демонстрування їхньої творчості.

Звісно, що на сьогоднішній день безліч проектів мали два різні шляхи свого розвитку: або взагалі припинили своє існування, або розвивалися роками, аби досягти того результату, який вони мають зараз. Тому важливо пам'ятати, що будь-яка розробка блогу вимагає терпіння, прорахунків, довгої та величезної праці. Важливо не лише правильно почати, а й грамотно підійти до подальшої роботи каналу та знайти правильний спосіб монетизації, тому що без грошової вигоди ніякий канал довго не буде жити та не стане успішним і впливовим. Якою б не здавалася геніальною задумка, будь-який неправильний крок здатен її знищити.

2.2. Значення телеграм-каналу «Пост²культура»

У зв'язку з повномасштабною війною в Україні серед населення та й взагалі по всьому світові почалося стрімке просування української культури в маси. Таким чином, можна сказати, що українці всіма силами намагаються зупинити спроби ворога знищити їхню культурну спадщину та й взагалі будь-які згадки про Україну.

Українська культура існує та розвивається вже понад тисячу років. Серед світових митців в різних галузях культури неодноразово можна зустріти й українські імена. Наприклад, Тарас Шевченко (письменник та художник), композитор Микола Леонтович та його всесвітньо відомий «Щедрик», художник Ілля Репін зі своєю картиною «Запорожці пишуть листа турецькому султанові» та багато інших. Та не лише культурою славиться Україна. Багато політичних діячів, спортсменів, науковців змогли створити собі світове ім'я. Яскравим сучасним прикладом є президент України Володимир Зеленський, якого до війни майже ніде у світі не сприймали серйозно. А тепер про нього говорить увесь світ, навіть ті, хто не чув про нього до цього моменту. Якщо вдатися до історії, то можна згадати про українських гетьманів та козаків, які боролися за свободу народу, княгиня Ольга, яка шокує весь світ своєю історією помсти, Роксолана, кримчанка, яка підкорила серце султана Сулеймана Хана, Степан Бандера, якого нещодавно шукали кадирівці в Україні, а росіяни всіма силами просили його здатися в полон та багато інших. Відомі і випадки присвоєння українських митців до культурної спадщини росії, наприклад, Григорій Сковорода, Казимир Малевич тощо.

Сучасні українські артисти невпинно працюють на благо України та її незалежності. Благодійні концерти, участі в аукціонах, виступи на стадіонах, співпраця з іноземними іменитими артистами. Все це допомагає не лише зібрати кошти на підтримку Збройних сил України, а й підняти українську культуру на світовий рівень. До речі, у просуванні української музики досить добре допомагає відомий пісенний конкурс «Євробачення», на якому артисти, які співають рідною мовою, знайомлять фанів шоу з культурою України.

Телеграм-канал «Пост²культура» є свого роду унікальним каналом в месенджері, адже саме україномовного каналу про події в сучасному світі української культури просто неможливо знайти. Нашій народній спадщині відведена найменша ніша серед тисячі інших каналів на різну тематику. Якщо канал бодай якось може стосуватися культури, то він не є про новини, а може бути просто у вигляді добірок, наприклад, книг, музики, фільмів (і то вони містять в собі іноземний контент), та й взагалі не стосуються культури в цілому, а лише певному окремому її відгалуженню. Канал «Пост²культура» може допомогти українцям, для яких цікава ця тема, відокремити від усього потоку новин саме новини про культуру України.

Канал «Пост²культура» – це місце, де публікуються всі новини культури України: нова виставка, нова пісня та кліп на неї, вихід у світ нової книги, зйомки фільмів, нагородження українських артистів відзнаками різного ступеня, участь українських артистів у різних шоу, аукціонах, їхня співпраця з іноземними виконавцями та компаніями, поява нових пам'ятників тощо. Такого контенту в принципі не можна знайти в інших телеграм-каналах. На новинних каналах, в яких публікуються всі новини України та світу, досить легко загубити новини культури. Адже самі по собі новини – це великий потік інформації. Під час війни майже кожні 5-10 хвилин з'являються нові публікації, які перекривають собою новини культури. Та й в принципі через війну редакціям та СММ-відділам може не вистачати часу до того, щоб повідомити населенню про нові пісні чи інше.

Культура сама по собі є важливим складником будь-якої країни та нації. Це ДНК та код будь-якого народу. Вона весь час розвивається, доповнюється новими подіями та її представниками. Тому про це важливо говорити та не забувати. Саме для цього і був створений окремий телеграм-канал. Тематика є дуже цікавою та важливою для того, щоб про неї знали та читали. Канал з таким контентом допомагає аудиторії більше розумітися на своїй спадщині та знайомитися з новим її надбанням. Також цей канал може допомагати як вже відомим, так і молодим митцям. Адже завдяки йому аудиторія швидше

дізнається про нові витвори мистецтва та ознайомиться з ними. Якщо, наприклад, молода виконавиця має власний телеграм-канал зі своєю творчістю, вона може поширити її і на ширшу масу саме завдяки каналу «Пост²культура». Можна ще сказати, що телеграм-канал на тему культури України допомагає його аудиторії бути більш обізнаною у галузі мистецтва. Знання про нову скульптуру, яка з'явилася в Україні, її назва та ім'я автора можуть підняти обізнаність та розширити світогляд читача. Це робить націю ще більш ерудованою та свідомішою. Адже знання про те, що відбувається з власною культурою, допомагають ідентифікувати себе як націю, як окремий народ та країну зі своїми звичаями та традиціями. І в сучасній Україні це не менш важлива тема.

Питання мови теж є не менш важливим, особливо у такий важкий для країни час. Канал є виключно україномовним. Під час написання контенту використовується сучасний український правопис, який включає в себе всі правки. Саме україномовний контент теж допомагає аудиторії класифікувати себе як окремий народ, а також допомагає призвичаїтися російськомовним читачам до рідної мови, візуально вивчати слова, їх написання. Взагалі логічно сказати, що контент саме такої тематики мусить бути україномовним. Особливо, якщо це може бути найпершим проєктом цієї тематики на просторах телеграму. Коли канал розвинеться та стане більш популярним, є можливість, що у нього почнуть з'являтися конкуренти. А поширенням нашої культури за межами України можуть з'явитися англійськомовні телеграм-канали, на які будуть підписані іноземці, яким теж може бути цікава тема української культури. Хоча можна припустити, що шанси в такої ідеї все ж дуже низькі, адже кожен представник культури волів би більше знайомитися саме з мистецтвом власної країни.

Отже, телеграм-канал «Пост²культура» є досить важливим для України. Його роль у житті українців, сподіваємося, буде великою. Якщо нація хоче й надалі розвиватися та існувати, вона мусить знати, що відбувається в її країні на всіх рівнях, включаючи культурний. А тому важливо знати не лише поверхово, а й читати про це в новинах. Але ще варто не тільки про нове знати, а й пам'ятати старе та шанувати його.

2.3. Цільова аудиторія

Аудиторія є чи не найголовнішим показником успішності будь-якого медійного проєкту. Адже саме вона дає можливість продовжувати жити, розвиватися та ставати впливовою платформою. Завдання адміністрації – втримати її увагу, заохочувати повертатися до сторінки знову і знову, а також приваблювати нових підписників.

Під час розвитку будь-якого проєкту його засновникам варто добре знати, кому саме вони пропонують свій товар та послуги. Необхідно правильно розуміти, на яку аудиторію працює проєкт, що це таке і для чого воно треба. Це не просто пересічні читачі каналу, а група людей, які хочуть задовольнити свої потреби за допомогою товару [24].

Однак для збільшення кількості підписників необхідно не лише активно просувати канал та поширювати рекламу. Головну роль завжди відіграє якісний контент, який може сам себе презентувати та «утримувати» аудиторію в її бажанні пізнавати і заходити на канал кожного дня для споживання контенту. На жаль, телеграм на сьогодні не має технології пошуку дописів та каналів за власними хештегами або за рекомендаціями іншим користувачам. Тому телеграм-канали вимушені активно боротися за увагу власними методами реклами та намагатися пробитися серед тисячі інших.

Цільовою аудиторією телеграм-каналу «Пост²культура» є переважно молоді люди, які користуються телеграмом в Україні та за її межами, 14-45 років. Але не варто забувати, що у зв'язку з швидким розвитком технологій, а також збільшення їхніх споживачів, користуватися телеграмом вже має змогу й старше населення України, 45+, яке має смартфон, комп'ютери, ноутбуки та доступ до інтернету. Тому підписатися на канал можуть усі, хто хоче знати та читати про новини культури України. Блог ведеться українською мовою, тому логічно сказати, що цільовими фоловерами є мешканці України та люди за кордоном, які знають та розуміють українську мову на достатньо високому рівні.

Характеристика за статтю: підписником каналу може стати як чоловік, так і жінка. Жодних обмежень у цьому плані, адже українська культура стосується обох статей.

Сімейний стан та наявність дітей: для телеграм-каналу «Пост²культура» немає значення сімейний стан та наявність дітей та їх кількість.

Освіта: все, що необхідно знати та вміти підписникам телеграм-каналу «Пост²культура», – це навички читання українською мовою та її розуміння.

Професія: будь-яка особа за будь-яким фахом має змогу бути підписаним на канал.

Рівень доходу: на початковому етапі розвитку каналу це не має жодного значення, хіба що в подальшому це може стати важливим лише у тому плані, що адміністрація каналу буде просувати свою роботу через донати підписників на різних платформах, наприклад, «Патреон» та монетизацію. Та й у такому випадку донати є добровільними. Робити контент платним поки що не планується. Але в разі появи такої ідеї, після реалізації якої підписники будуть змушені платити за контент, ціна визначатиметься завдяки витратам на створення контенту та бажанням заробітку адміністраторів каналу.

Причини підписки аудиторії на телеграм-канал: це лише велике бажання знати новини зі світу українською культурної спадщини та просувати такий контент в маси.

Знаючи портрет своєї цільової аудиторії, можна грамотно будувати рекламну кампанію для залучення нових читачів, продовжувати розвиток проєкту. Саме визначення цільової аудиторії на перших етапах дає змогу власникам каналу правильно орієнтуватися на потреби читача та зібрати велику частину своєї аудиторії. Час, кошти та робота на створення її портрету того варті, тому що потім це принесе більше прибутку, ніж витрати на аналіз. А в майбутньому допоможе каналу не стояти на місці, а успішно розвиватися.

Активність аудиторії завжди була важливим показником успішності проєкту. Самого його існування та публікацій контенту ніколи не було недостатнім. Головне ще й віддача.

Зараз телеграм-канал «Пост²культура» має понад 100 підписників. Якщо переглянути статистику активності на каналі та, відповідно, збільшення кількості підписників у період з 5 лютого до 11 травня 2022 року, можна помітити розширення контенту саме в травні. Вірогідно, що у зв'язку з війною, глобальною панікою та втрачанням можливості на певний час вести канал, ніякої активності на ньому не відбувалося. Але після повного відновлення роботи каналу та поширення інформації про нього активність почала різко зростати, що можна побачити в графіках (див. додатки А, Б).

Сама кількість фоловерів не завжди є важливою. Багато не значить якісно. Якщо аудиторія каналу не проявляє жодної активності, це свідчить про її незацікавленість контентом та відсутність актуальності теми. Про те, чи взаємодіють підписники з контентом, можна дізнатися зі статистики, яка показує охоплення публікацій, перегляди, поширення та реакції. Якщо увімкнути і коментарі, то будь-хто може ще й виражати свою думку щодо прочитаного. Це також досить добре піднімає активність.

Якщо переглянути статистику переглядів по годинно каналу «Пост²культура» (див. додаток В), то можна побачити, що аудиторія надає перевагу ознайомленню з контентом у вечірній час близько 8-ої години. Але також помічено невеличку активність і зранку, близько 10-ої години. Це може означати, що доцільно буде робити публікації саме в такий час, адже підписники так точно зреагують на них та ознайомляться детальніше з їх змістом. Якщо публікувати контент у той час, коли активність на ньому низька, є можливість отримати низькі охоплення та невелику кількість реакцій.

Не меншу увагу до себе привертає статистика, яка визначає аудиторію за мовою (див. додаток Г). Оскільки канал є україномовним, переважна кількість підписників, а саме 61% – також україномовні. Але варто не забувати, що 33% із них складає російськомовна аудиторія. Цікаво додати, що 4% аудиторії складає саме англomовна. Скоріше за все, телеграм визначає мову користувачів за їх особистими налаштуваннями додатку. Тобто якщо у налаштуваннях телеграму стоїть україномовне меню, додаток автоматично сприймає це як користувача з

України. Те ж саме може працювати і з іншими мовами, адже месенджер є доступним для користування в інших країнах.

Якщо звернутися до статистики взаємодії з контентом (див. додаток Д), можна помітити лише невелику кількість переглядів у період з 5 лютого десь до 30 березня 2022 року. Але потім перегляди та кількість поширень почали зростати, в деяких місцях доходючи до вершини своїх показників. Це зростання можна помітити саме в травні. У принципі в цей час і почалось активне просування каналу та його розвиток.

Переходимо до статистики останніх публікацій, де можна знайти показники взаємодії із конкретними постами, які розділені на окремі фото (див. додаток Е). У період з 3 травня по 10 травня було опубліковано 3 дописи. Лише 2 фото, а саме 1 допис було поширено всього 1 раз. Середня кількість переглядів цих дописів становить ~178 переглядів. Також цікаво зазначити, що кількість переглядів дописів іноді є іноді більшою, ніж кількість підписників на каналі. Це досить низькі результати, які свідчать, що аудиторія не зацікавлена в поширенні контенту серед знайомих та близьких, які б могли стати потенційними новими фоловерами. Репости від своєї ж аудиторії можуть стати вдалим рекламним методом для залучення нових читачів каналу.

На початку розвитку проєкту варто розуміти, що для його успішності необхідна велика кількість зусиль та ресурсів. Відразу називати свій стартап успішним лише через появу на ньому першої сотні читачів не варто. Це може бути великою помилкою. Якщо не аналізувати активність аудиторії, її увагу можна швидко втратити. Статистика може допомогти адміністрації каналу краще розуміти своїх читачів. На початку не варто забувати регулярно перевіряти показники. Якщо вони не змінюються, а в гіршому випадку – зменшуються, означає, що реалізація проєкту йде в хибному напрямку. Тому задля того, щоб не піти цим шляхом, на ранніх стадіях розвитку варто вивчати канал та його аудиторію. Ці знання добре допоможуть зрозуміти, що і як краще робити далі.

У процесі дослідження кількість підписників продовжувала збільшуватися. Наша мета – не зупинятися, щоб не втрачати увагу аудиторії та пробувати просувати свій канал різними методами. Правильний шлях розвитку проєкту допоможе покращити відразу показники статистики та привабити ще більше нової аудиторії.

2.4. Методи просування каналу «Пост²культура» в Україні

Після створення телеграм-каналу у нас є безліч завдань, які потрібно зробити, щоб він став успішним та приносив прибуток. Одним із них є залучення аудиторії та поширення каналу серед великої кількості користувачів додатком. Існує багато методів для збільшення кількості підписників, які можна поділити на безкоштовні та платні.

Безкоштовні методи:

- поширення серед друзів, знайомих та їх особисті рекомендації іншим – це один із найшвидших способів набрати перших вірних читачів каналу. Можна як просто попросити друзів підписатися через посилання, так і додати друзів самому через функцію в телеграмі. Звичайно, краще заздалегідь попередити знайомих про те, що ви їх додаєте, аби не було незручних моментів потім;
- унікальний та цікавий контент, який сам по собі зацікавлює аудиторію. Тут уже складно давати конкретні поради щодо каналу, має працювати фантазія. Люди жвавіше підписуються на канал, у якого є фішка, що відрізнятиме його від інших каналів. Тому варто багато часу приділити для створення якісного контент-плану. Коли прийдуть нові підписники, необхідно зацікавити їх новими публікаціями. Регулярна рубрика теж потрібна каналу;
- просування через свої існуючі соціальні мережі (інстаграм, фейсбук, ютуб, лінкед ін). Також є логічним зробити піар у власних соціальних мережах. Навіть якщо там невелика аудиторія, це достатньо ефективний спосіб

для того, щоб набрати підписників. Звичайно, не всі люди з інстаграму перейдуть в телеграм, але ця аудиторія буде якісною та активною;

- взаємопіар з іншими телеграм-каналами та поширення закликів до підписки у великих телеграм-чатах. Кооперація з іншими невеликими телеграм-каналами на суміжні теми – це гарний спосіб для приваблення аудиторії, яка зацікавлена в тематиці каналу і буде найбільш активною. І якщо грамотно налаштувати комунікацію з редакціями, то це дасть великий приріст.

Також піар у чатах або коментарях великих телеграм-каналів має сенс, але мінус цього методу в тому, що не всі канали підтримують безкоштовний піар. Тому варто прочитати правила та запитати про це попередньо в адміністраторів каналу для того, щоб ваші повідомлення не прийняли за спам та не заблокували вас.

Платні способи:

Єдиний платний спосіб у просуванні телеграм-каналу – це реклама. Завдяки їй можна запросити нову аудиторію як у телеграм-публіках, так і в інших соціальних мережах за допомогою інфлюенсерів або таргетованої реклами. У разі відсутності знань про такі терміни варто звертатися до фахівців, які швидко підберуть найкращий варіант. Головне при їх виборі – звернути увагу на портфоліо, з чим працював фахівець та якою була специфіка роботи;

- платна реклама в телеграм-каналах. Її можливо замовити, якщо домовитися з адміністратором каналу, на якому ви хочете закупити цю рекламу, або на біржі, якщо ви хочете закупити рекламу відразу на багатьох каналах. Біржа зручна тим, що можна відфільтрувати канали й вибрати ті, які найбільше підходять. Але цей метод рекомендується лише досвідченим користувачам. Коли канал тільки починає розвиватися, краще домовлятися про піар з окремими каналами, точніше – їх адміністрацією. Для того щоб не було помилки у виборі каналу, який буде рекламувати ваш, варто звернути увагу на якість контенту, переглянути статистику переглядів та активність на ньому, проаналізувати репутацію. Якщо є можливість, то варто звернутися до

попередніх замовників реклами та запитати їх думку щодо того, чи варто брати рекламу в цього каналу;

- реклама в інфлюенсерів та альтернативних соціальних мережах.

Загалом вважається, що віддача від такої реклами гірша і люди не так охоче переходять з фейсбуку та інстаграму на інший ресурс. У цьому є доля правди. Але є дуже великий плюс – це низька конкуренція. Тобто ви можете ефективно рекламувати канали на будь-яку тематику і в результаті отримати аудиторію, яка буде наймовірно активною, а канал через це буде жити і розвиватися. Але найголовніше – спрямувати свою увагу не лише на кількість підписників, а й на якість контенту. Це допоможе не втратити тих, хто був підписаний на канал ще раніше.

Під час розвитку телеграм-каналу «Пост²культура» були залучені такі методи реклами з вищеперелічених:

- поширення серед друзів, знайомих та їх особисті рекомендації іншим;
- унікальний та цікавий контент, який сам по собі зацікавлює аудиторію;
- просування через свої існуючі соціальні мережі (сторіз та публікації із запрошенням);
- взаємопіар з іншими телеграм-каналами та поширення закликів до підписки у великих телеграм-чатах;
- реклама в інфлюенсерів та альтернативних соціальних мережах (реклама у блогерів, які мають велику аудиторію).

Завдяки рекламуванню власного проєкту кількість підписників почала стрімко зростати з кожним днем. А з їх кількістю зросла і сама активність: з'явилося більше реакцій, піднялися охоплення та перегляди. У принципі, відповідно до показників, можна зробити висновки, що реклама та самопіар спрацювали вдало.

Існує безліч способів просувати свій телеграм-канал сьогодні, головне – продумати план, як це можливо зробити. Також варто відмітити, що просунути свій канал можна й цілком безкоштовно, це складніше, ніж купувати рекламу, але все одно досить ефективно. Головне – не забувати, що перед тим, як

купувати рекламу будь-де, краще поспілкуватися про це з фахівцем, який розуміється на цьому і витратить кошти доцільно.

Висновки до 2 розділу

Телеграм-канали продовжують набирати свою шалену популярність серед усіх користувачів та навіть серед старшого покоління. Їхня кількість постійно збільшується, а з нею й тематична різноманітність публікацій. Також змінюється контент-план з приходом нової аудиторії. Проте чим більше конкурентів, тим важче пробитися молодим каналам. Тому варто постаратися вразити аудиторію своєю оригінальністю.

Українська культура весь час продовжує розвиватися навіть попри всі намагання зі сторони агресора її знищити. А у зв'язку з війною в Україні з росією кількість зацікавлених осіб у культурних надбаннях власної країни різко зросла. Саме зацікавленість аудиторії культурою сучасної України та її розвитком дає шанс телеграм-каналу «Пост²культура» успішно розвиватися та продовжувати своє існування й радувати читачів контентом, який заслуговує на увагу.

Особливість телеграм-каналу «Пост²культура» в тому, що адміністрація цілковито відкрита до співпраці з молодими митцями України, які мають бажання просувати свою творчість та знаходити собі нових фанів.

Адміністрація каналу відкрита до співпраці з іншими, які теж хочуть долучитися до розвитку як свого каналу, так «Пост²культури». Саме для співпраці з аудиторією та колегами планується створення пошти та контактів, за допомогою яких можна буде зв'язатися з адміністратором та запропонувати свою співпрацю.

Також під час розвитку телеграм-каналу не варто забувати про відстеження статистики каналу. Адже саме вона дає повну картину бачення активності аудиторії. Також статистика дуже добре може допомогти в розумінні зацікавленості аудиторії публікаціями та рубриками, які пропонує редакція

каналу. Адже завдяки їй можна звернути свою увагу на те, чи в правильному напрямку просувається канал, чи ні.

Важливо дослухатися до аудиторії, адже саме завдяки їй канал має змогу жити та переганяти своїх конкурентів за показниками.

Аналіз конкурентів показав, що новини культури саме в телеграмі досить погано розвинуті та практично не мають конкуренції. Тому це теж дає свою перевагу каналу, адже він доводить свого роду унікальність. А знання конкурентів дає будь-кому велику перевагу над ними та змогу стати краще і зайняти лідерські позиції в цій сфері.

ВИСНОВКИ

Аналіз й узагальнення результатів проведеного дослідження дає можливість зробити такі висновки:

1. Під час проведення дослідження нам довелося звернутися не лише до самого додатку «Телеграм», аби зрозуміти його можливості та перевірити їх, а й до історії його створення.

Як вже повідомлялося в першому розділі, телеграм був створений двома популярними програмістами- ентузіастами Павлом та Миколою Дуровими на фоні скандалу з надзвичайно популярною соціально мережею «Вконтакті». Він як месенджер існує ще з 2013, і починаючи з 2014 року стрімко набирає свою популярність, та станом на 2021 мав 500 мільйонів активних користувачів [35]. Цю популярність можна пов'язати з бурхливим розвитком функцій самого месенджера. Телеграм використовують не тільки для особистих цілей, а й для роботи навіть у великих компаніях. Наприклад, робочі чати, боти, групи для інформування. За останні роки телеграм оновлювався безліч разів, внаслідок чого з'являлися нові функції, які освіжили месенджер і відкрили його по-новому. По суті розвиток телеграму як месенджера є необмеженим. Якщо порівняти додаток із попередніми роками та його теперішнім станом, можна побачити суттєвий прогрес та багато змін щодо його функціоналу. Спостереження за розвитком месенджера можуть допомогти в порівнянні з іншими популярними застосунками, а також зрозуміти його функціональні можливості та зробити висновки щодо того, чи варто взагалі користуватися телеграмом.

2. Під час здійснення дослідження ми розглянули наступні терміни: що таке телеграм, його функції (телеграм-канал, телеграм-чат, телеграм-бот, особистий профіль), блог, канал та верифікація. Усі вони допомогли ретельно та

детальніше вивчити додаток та зрозуміти його функціональні можливості, які й вдалося описати в роботі.

3. Специфіку телеграм-каналів можна розглянути на основі телеграм-каналу «Пост²культура». Цей канал направлений на тему розвитку та подій в житті української культури. Під час дослідження було виявлено багато схожих каналів, але вони спрямовані на окремі галузі культури: кіно, театр, мистецтво, моду тощо. Також варто зазначити, що вони хоча й стосуються окремих розгалужень культурного надбання України, але не є все ж новинними телеграм-каналами. На їхньому фоні цей канал вигідно виділяється тим, що освітлює всі події, які стосуються культури, а не конкретні її сфери.

4. Всі телеграм-канали різні і відрізняються між собою контентом, подачею, харизмою, атмосферою, діяльністю тощо. Під час дослідження нам вдалося схарактеризувати різновидність телеграм-каналів за тематичним наповненням:

- новинні – це канали які висвітлюють новини у світі та в країні. Для прикладу новинними каналами є «ТСН», «Нехта Лайв»;
- експертні – це канали які ведуть експерти в конкретній галузі, які беруть відповідальність за свої слова та займаються своєю справою тривалий час. Прикладом таких каналів є «Арестович / Офішл», «Доктор Комаровский»;
- авторські – це канали від авторів які беруть щось цікаве та корисне зі своєї сфери та подають це у своєму стилі та з своїми коментарями. До прикладу можна навести такі канали як «Рекламнутий», «Дизайн-Борщ»;
- розважальні – це канали які націлені розважити та смішити аудиторію. В основному це робиться через комічні відео, картинки, байки тощо. Ці канали націлені на те, щоб читач міг так би мовити розслабитися та відволіктися від певних справ. Прикладом таких каналів є канал «Боже, яке кончене!»;
- навчальні – це канали, через які адміністратори (це можуть бути вчителі та викладачі, а також просто ті, хто бажає ділитися своїми

знаннями) прагнуть навчити своїх читачів у конкретному ремеслі. Це такі канали як «UIT», «UI/UX Designer», «DNA325».

5. До створення телеграм-каналу як власного проєкту варто підійти з розумом та чітким уявленням того, для чого це робиться. Як і будь-який стартап він потребує ретельної підготовки, аналізів та досліджень. Наприклад, варто розуміти цільову аудиторію та її потреби. Тому доцільно буде на початку запустити пробний період телеграм-каналу, під час якого можна спостерігати за статистикою та реакцією аудиторії на контент, що саме їй подобається найбільше, а що навпаки.

Так як телеграм-канал «Пост²культура» є, мабуть, першим каналом в додатку «Телеграм» саме за такою тематикою, можна сказати, що його адміністрація несе велику відповідальність за свій контент. Адже нове досить часто важко просувається в маси. Для розвитку потрібні час та сили. Якщо грамотно їх розподілити та мати надійний план щодо просування каналу, можна не просто показати світові новий проєкт, а й дозволити йому жити далі та набувати все більшої популярності серед аудиторії телеграму.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар, С. В.; Зимбалецька, Ю. В. Telegram-канал: новий маркетинговий тренд та інструмент для рекламної кампанії. In: Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу. Київський національний університет технологій та дизайну, 2020.
2. Жугай, В. Й.; Кузнєцова, Т. В. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. Вчені записки, 32021120.
3. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Зб. наук. праць: наук. зап. Рівненського державного гуманітарного університету. У 2-х т. – Вип. 17. – Рівне: РДГУ, 2011. – Т. 1. – 319 с. (29.05)
4. Чернявська, Л. В.; Данилюк, Н. О. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. вчені записки, 32021192.
5. Burlakov, S. Щодо необхідності удосконалення адміністративно-правових засад діяльності ЗМІ в розрізі розвитку популярності інформаційних telegram-каналів. Juridical science, 2020, 6 (108): 56-63.
6. Chernets, Vasyl Gnatovich, et al. Сучасні тенденції розвитку вітчизняної культури. Культура і сучасність, 2012, 2: 3-9.

Електронні ресурси:

7. Все, що треба знати про телеграм
URL: <https://www.messengerpeople.com/telegram-messenger/> (дата звернення:16.02.2022)
8. Закон рф «Про заборону продукції компанії «Мета»
URL: <https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news74180.htm> (дата звернення:21.03.2022)
9. Каталог телеграм-каналів і чатів
URL: <https://uk.tgstat.com?/> (дата звернення:13.04.2022)
10. П'ять прихованих можливостей телеграм

URL: <https://prostomob.com/ukr/3273-pyat-skrytyh-vozmozhnostej-telegram> (дата звернення:16.02.2022)

11. Розповсюдження телеграму по світу

URL: <https://t.me/tgmarketing/1063>(дата звернення: 16.02.2022)

12. Сарафанне радіо як метод просування товарів та послуг

URL:

<https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/sarafannoe-radio-kak-metod-prodvizh-eniya-tovarov-i-uslug.html> (дата звернення:21.03.2022)

13. Словник іншомовних слів: дефініція префіксу «пост-»

URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Article=14809&action=show>
(дата звернення:10.05.2022)

14. Статистика телеграм-каналу «Вишивка»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@VPorgua> (дата звернення:14.04.2022)

15. Статистика телеграм-каналу «Книги українською»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@ukrlib> (дата звернення:14.04.2022)

16. Статистика телеграм-каналу «Лише у нас в УкраїніUA»

URL: https://uk.tgstat.com/channel/@topmusic_ukraine (дата звернення:14.04.2022)

17. Статистика телеграм-каналу «Моя Україна»

URL: https://uk.tgstat.com/channel/@moja_ukraina (дата звернення:14.04.2022)

18. Статистика телеграм-каналу «Мир сьогодні с «Юрій Подоляка»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@yurasumu> (дата звернення:14.04.2022)

19. Статистика телеграм-каналу «Новости и СМИ»

URL: <https://uk.tgstat.com/news> (дата звернення:14.04.2022)

20. Статистика телеграм-каналу «Український гумор. Жарти та меми»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@gumorjartu> (дата звернення:14.04.2022)

21. Статистика телеграм-каналу «Casting director»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@castingdirector> (дата звернення:14.04.2022)

22. Статистика телеграм-каналу «Сінема – фільми та серіали»

URL: https://uk.tgstat.com/channel/@cinema_room (дата звернення:14.04.2022)

23. Статистика телеграм-каналу «September»

URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@september> (дата звернення:14.04.2022)

24. Цільова аудиторія: як її визначити і навіщо це потрібно

URL: <https://rubarbs.com/ua/article/target-audience-how-to-define-it-and-why> (дата звернення:11.05.2022)

25. Що таке блоги?

URL:

<https://kubg.edu.ua/servisi/48-struktura/pidrozdili/ndl-informatizatsiyi-osviti/261-sch-o-take-blogi-ta-viki.html> (дата звернення:21.03.2022)

26. Що таке верифікація і для чого вона потрібна?

URL: <https://www.roboforex.ua/about/client/faq/verification/16/> (дата звернення:14.04.2022)

27. Що таке групи, супергрупи і канали в Telegram

URL: <https://tokar.ua/read/20122> (дата звернення:21.03.2022)

29. Що таке телеграм?

URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Telegram> (дата звернення:16.02.2022)

30. Які мобільні додатки є найбільш популярними?

URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1027&page=1> (дата звернення:21.03.2022)

31. Як отримати галочку в телеграм?

URL:

<https://apix-drive.com/ru/blog/useful/kak-poluchit-galochku-v-telegram-vse-chto-nuzhno-znat-o-verifikacii-profilja> (дата звернення:14.04.2022)

32. Як розкрутити телеграм-канал

URL: <https://lanet.click/yak-rozkrutyty-telehram-kanal/> (дата звернення:21.03.2022)

33. 10 можливостей Telegram, про які варто знати

URL: <https://september.is/telegram/10-Telegram-Features-to-Know-about> (дата звернення:16.02.2022)

34. Pre-Seed інвестування для стартапу

URL:

<https://legalitygroup.com/ru/category/investitsii-v-it/pre-seed-investirovaniya-dlya-startara/> (дата звернення:10.05.2022)

35. Telegram Revenue and Usage Statistics (2022)

URL: <https://www.businessofapps.com/data/telegram-statistics/> (дата звернення:20.05.2022)

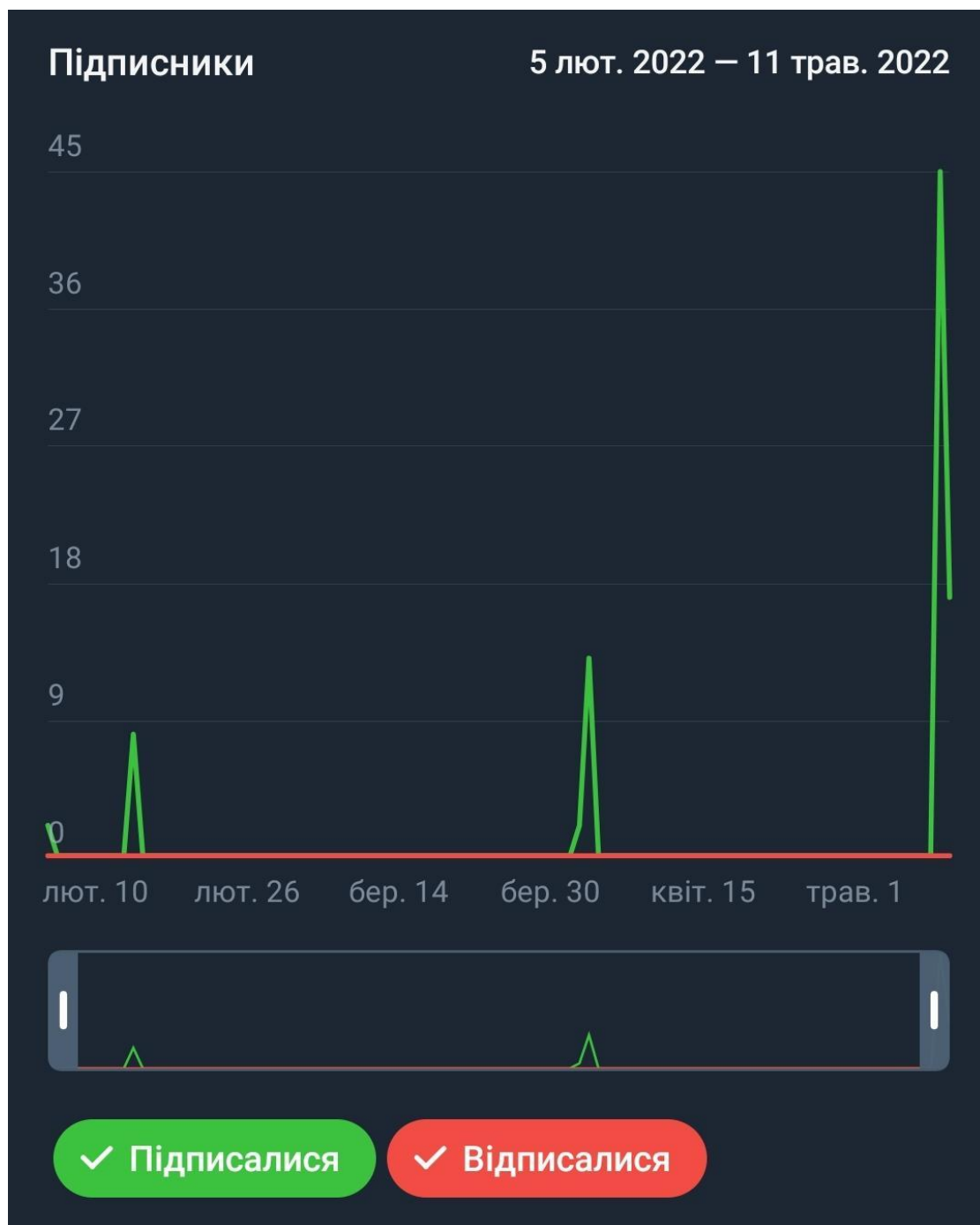
36. What is a Project in Project Management?

URL: <https://kissflow.com/project/what-is-a-project/> (дата звернення:10.05.2022)

ДОДАТКИ

Додаток А

Кількість підписників



Розроблено автором

Додаток Б

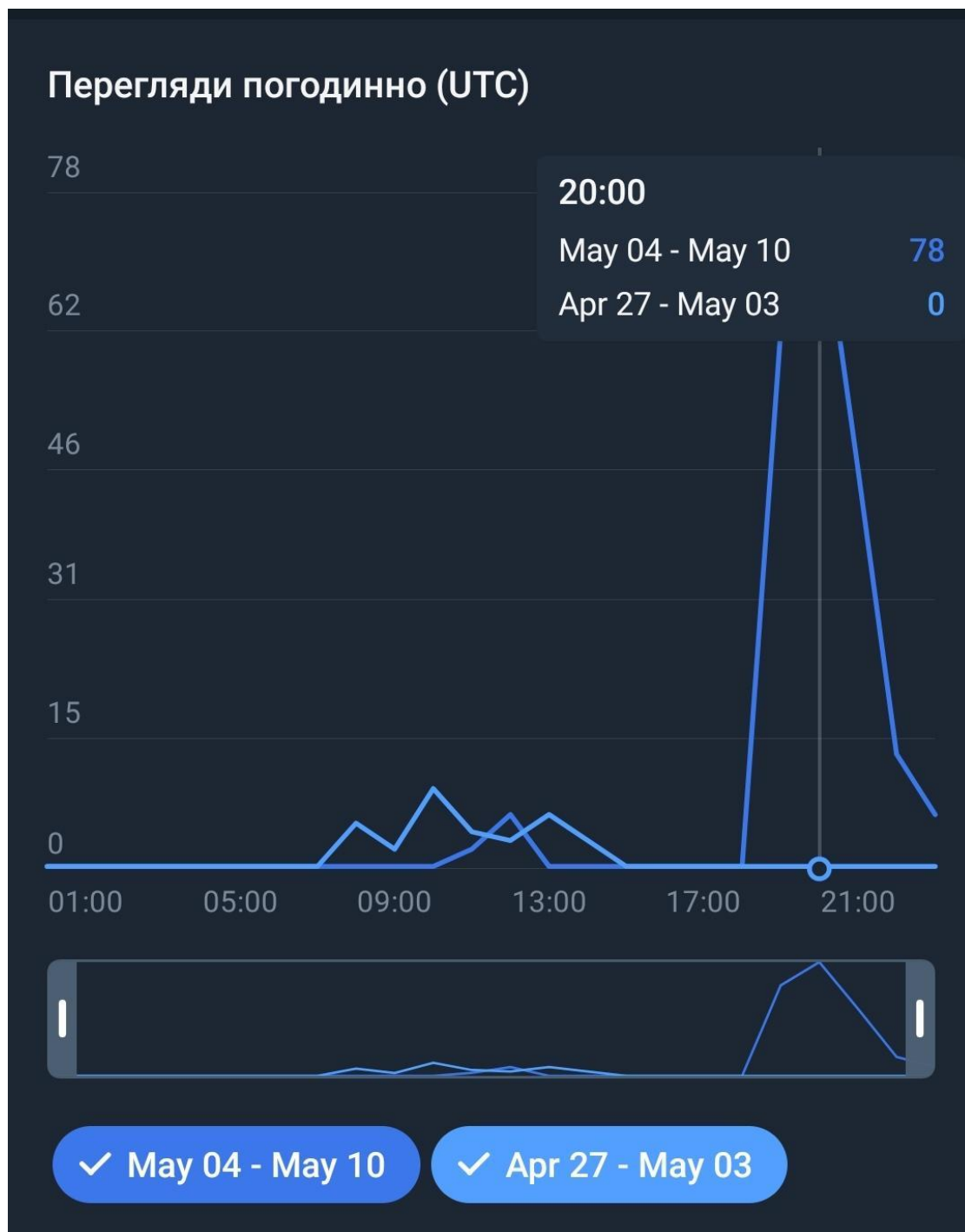
Зростання підписників каналу



Розроблено автором

Додаток В

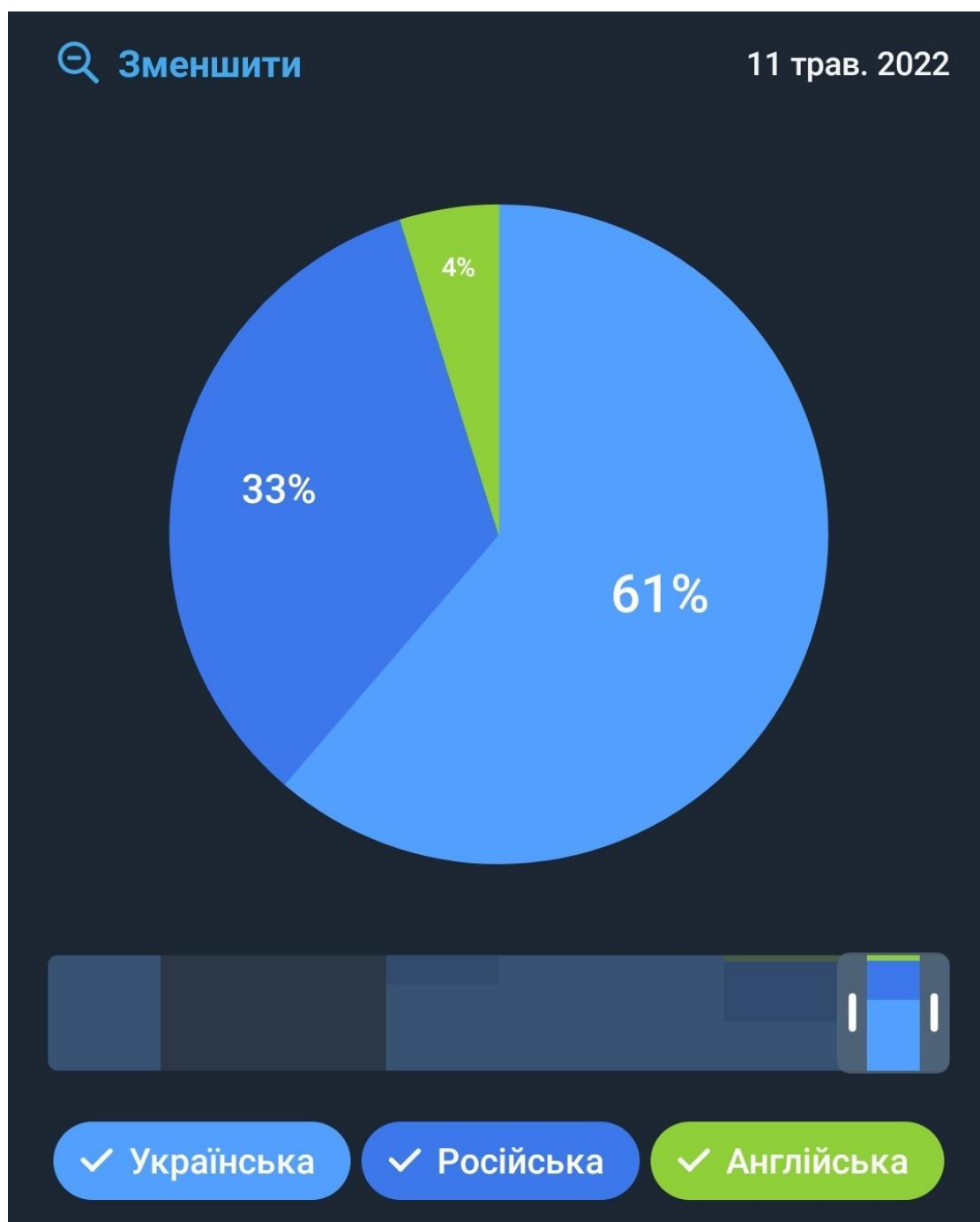
Перегляди погодинно



Розроблено автором

Додаток Д








Розподілення аудиторії за мовою



Розроблено автором

Додаток Ж

Останні публікації та взаємодія з ними

Останні публікації	3 трав. 2022 – 10 трав. 2022
	<p>Україна пройшла у фінал... 127 переглядів – учора, 23:15 0 поширень</p>
	<p>Фото 174 перегляди – учора, 22:10 0 поширень</p>
	<p>Фото 174 перегляди – учора, 22:10 0 поширень</p>
	<p>Фото 174 перегляди – учора, 22:10 0 поширень</p>
	<p>Джамала виставила на а... 174 перегляди – учора, 22:10 0 поширень</p>
	<p>Фото 212 переглядів 07 трав. – 13:56 1 поширення</p>
	<p>⚡ ⚡ У Києві з'явилася т... 210 переглядів 07 трав. – 13:56 1 поширення</p>

Розроблено автором