

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

« ___ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ

ПРО КРАСУ ТА ЗДОРОВ'Я «ФАЙНА БАНДЕРІВКА»

Виконавець: Макеєва Вероніка Олегівна

Керівник: канд. пед. наук

Васьківська Олена Євгеніївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ПЛАТФОРМА «ТЕЛЕГРАМ» ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОШИРЕННЯ КОНТЕНТУ	6
1.1. Соціальні мережі як інструмент спілкування в сучасному світі	6
1.2. Історія розвитку платформи «Телеграм» та його особливості	13
1.3. Аналіз телеграм-каналів про красу та здоров'я	21
Висновки до розділу 1.....	27
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ПРО КРАСУ ТА ЗДОРОВ'Я «ФАЙНА БАНДЕРІВКА»	29
2.1. Етапи створення та характеристика власного телеграм-каналу	29
2.2. Змістове наповнення каналу «Файна Бандерівка»	35
2.3. Статистика та методи просування проєкту в соціальних мережах	41
Висновки до розділу 2.....	45
ВИСНОВКИ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	55

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сьогодні соціальні мережі грають у житті сучасної людини величезну роль. Вони поступово перетворюються на новітній соціальний інститут, з усіма його ознаками та специфічними особливостями, притаманними тільки даним медіа, що об'єднали цілі регіони, країни та континенти на одній сторінці.

Завдяки соціальним мережам індивіди можуть як спілкуватися, так і ділитися фото та відео, порадами, професійними навичками, просувати свої послуги, укладати угоди, вести наукову діяльність тощо. На сьогодні існує багато майданчиків, серед них можна виділити найпопулярніші, такі як інстаграм, твіттер, фейсбук. Ми зосередили увагу саме на платформі «Телеграм», що є досить популярною серед молоді.

Телеграм від самого початку привабив молодь своєю зручністю та простотою створення дописів, різноманітністю наповнення каналів. В межах цього додатку існує безліч можливостей від спілкування та читання новин до створення свого каналу та просування в сфері блогінгу. Телеграм – сучасний месенджер в якому на будь-який смак знайдеться сотні блогів, чатів, каналів з певним інформаційним наповненням.

Нашу увагу привернула б'юті-сфера та контент з цієї тематики в мережі «Телеграм», адже людство завжди хотіло бути красивим та здоровим. На сьогодні в телеграмі існує велика кількість блогів, що пропагують здоровий спосіб життя та популяризують його серед молоді. Ця тема є актуальною адже щодня сотні людей саме через популярні соціальні мережі шукають поради, новинки та тенденції, як в сфері краси, так і поради в сфері здоров'я. Телеграм надає можливість переглядати, зберігати, коментувати, а головне отримувати інформацію безкоштовно. Кожен користувач має змогу знайти та відібрати для

себе саме ті блоги чи канали, які йому цікаві та надають по максимуму корисної інформації в сферах інтересів конкретної особи.

Особливості телеграм-каналів у своїх працях розглядали такі українські дослідники як М. Бутиріна, С. Гуржій, І. Тонкіх та багато інших [1, 5, 13].

Мета дослідження полягає в розкритті особливостей мережі «Телеграм», аналізі телеграм-блогів про красу та здоров'я та розробці власного проєкту «Файна Бандерівка».

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- Дослідити соціальні мережі як інструмент спілкування.
- Схарактеризувати особливості соціальної мережі «Телеграм».
- Проаналізувати методи поширення контенту в телеграм-блогах.
- Розробити власний проєкт «Файна Бандерівка».

Об'єкт дослідження. Соціальна мережа «Телеграм» як платформа для поширення контенту.

Предметом дослідження є теоретично обґрунтоване створення телеграм-каналу «Файна Бандерівка».

Методи дослідження. При написанні дипломної роботи використовувались такі методи дослідження, як спостереження та порівняння, також використовувались статистичний та історичний методи. Ґрунтуючись на працях світових дослідників на тему соціальних мереж, було проаналізовано історію платформи «Телеграм» та її особливості. Порівнюючи засоби комунікації в сучасному світі, було зроблено висновки про важливість телеграм-каналів як одних із розповсюджувачів інформації.

Наукова новизна отриманих результатів. Проаналізовано знання про соціальні мережі як інструмент спілкування в сучасному світі, досліджено платформу «Телеграм», його історію та особливості використання, розроблено власний проєкт «Файна Бандерівка».

Практичне значення отриманих результатів роботи. Дипломний проєкт можна використовувати при створенні нових блогів на тему краси та

здоров'я. Його можуть використовувати студенти та науковці при підготовці до практичних занять та розробки мультимедійних презентацій.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати досліджень висвітлювались на Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності» (Київ, 2022).

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікації:

Макеєва В.О. Можливість мультимедіа для інстаграм-блогів. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах діяльності», Київ, 2022* (подано до друку).

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається з вступу, двох розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (34 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 66 сторінки, основний зміст викладено на 48 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНА ПЛАТФОРМА «ТЕЛЕГРАМ» ЯК МОЖЛИВІСТЬ ПОШИРЕННЯ КОНТЕНТУ

1.1. Соціальні мережі як інструмент спілкування в сучасному світі

Інтернет як засіб соціальної комунікації, безумовно, має позитивний вплив на світову спільноту, оскільки дозволяє оперативно, долаючи простір і час, доносити різну інформацію, сприяє зміцненню зв'язків між людьми, змінює стиль міжлюдських відносин, структури духовного життя, формуванню нового соціального порядку, національного та транснаціонального простору. Інтернет у цьому відношенні має колосальні можливості, оскільки його вплив поширюється як на країну, її культуру, духовний світ окремого жителя, так і на суспільну та індивідуальну свідомість світової спільноти [7, с.85].

Говорячи про сучасний світ, потрібно згодитися з тим, що соціальні мережі все ж таки стали домінуючою частиною нашого життя. Їх визнають потужним революційним засобом спілкування. Вони мають відчутний вплив на те, як люди спілкуються, і стали невід'ємним аспектом життєдіяльності. Інтернет мережі регулярно використовуються для соціальної взаємодії, доступу до інформації та новин, поширення, підвищення обізнаності.

Значення соціальних мереж можна побачити в різних сферах, таких як: спосіб життя, бізнес, розваги, навчання тощо. Також відбулась трансформація ЗМІ. Утворились нові ЗМІ – це комплексне позначення, з одного боку, спеціалізованих організацій, в яких працюють як професійні журналісти, так і непрофесіонали (наприклад, блогери), з іншого боку, звичайних користувачів інтернету, які займаються збором, обробкою і передачею даних, створенням контенту і метаданих, що сприяють їх засвоєнню іншими користувачами [17].

Нові медіа, ототожнюванні з сучасними комунікаційними технологіями, сьогодні є головним чинником трансформації соціальної реальності, яка постає як поєднання дійсності з віртуальністю.

Ознаками нових медіа є наступні характеристики: 1) цифрова репрезентація; 2) модульність або «фрактальна структура» нових медіа; 3) автоматизація; 4) мінливість; 5) транскодування (відношення між комп'ютерною та повсякденною культурою). Сучасна молодь майже не слухає радіо, не цікавиться кіно і, як не парадоксально, практично не використовує Twitter. Старі медіаресурси практично повністю втратили інтерес для молодого покоління. Більшість молоді дізнається останні новини з вебкастингового порталу YouTube. Другим за популярністю медійно-комунікаційним ресурсом, після YouTube, для сьогоднішніх підлітків є комп'ютерні ігри [4, с. 64-65].

Дослідниця Леся Городенко зазначає, що нові медіа стали тим засобом масової комунікації, завдяки якому почали говорити про суттєві трансформації мас-медійного діалогу. Іншими словами, традиційні (чи старі) ЗМІ перестають бути єдиним інформаційним «рупором»: масова й індивідуальна аудиторія перетворюється на активного учасника комунікаційних взаємодій через реалізацію креативних і комунікаційних потреб. Нові медіа виходять за межі традиційних уявлень про професійних постачальників новин: сьогодні будь-який блогер, користувач твіттера може бути генератором інформації. Крім того, аудиторія безперервно продукує відеоконтент, аудіозаписи, бере участь в опитуваннях, форумах, дискутує з журналістами тощо. Це все коригує логіку подання інформації, внаслідок чого вона набуває ознак нелінійності і глибинності. Тому нові медіа можна розглядати не тільки як мас-медіа, а й як своєрідний комуні - каційний феномен, що стимулює користувачів до віддаленого, безособистісного спілкування [3, с. 68].

Велика кількість людей, які використовують соціальні мережі, зростає з часом, і це чітко вказує на їх важливість. Є багато переваг перебування на соціальній платформі, які сприяли покращенню того, як працює сучасний світ. Йдеться саме про об'єднання людей з усього світу, незалежно від їх статі,

касти, релігії, кольору шкіри тощо. Від прогресивних до слаборозвинутих країн — усі осягають переваги соціальних мереж і використовують їх можливості для покращення свого життя.

Протягом останніх десяти років соціальні мережі зайняли своє місце в нашому житті. Вплив медіа перейшов від розважальної форми до майже всіх аспектів людського повсякдення. Краса соціального світу полягає в тому, що ви можете спілкуватися з ким завгодно або ж ділитися та навчатися, незалежно від відстані чи освіти.

Безперечно, перший чинник який привернув до себе увагу – це те, що соціальний світ медіа може об'єднувати людей з усього світу. До прикладу, те саме навчання студентів. Яка б кризова ситуація в країні не відбулася, завжди є спосіб донести учням знання за допомогою соціальних мереж. Групи можуть планувати віртуальні зустрічі або спільно проводити мозковий штурм, навіть якщо вони фізично не можуть зустрітися. Це полегшує тиск щодо планування шкільних проєктів і засідань правління. Якщо розглянути тему саморозвитку, то і тут є великий плюс. Будь-хто може вивчити будь-яку сферу роботи, ба більше одразу ж зв'язатися з людьми з цієї організації, щоб дізнатися з перших рук про аспекти своїх інтересів. Тож можна розвивати себе з будь-якого місця в різних бажаних напрямках [18].

Активний розвиток соціальних мереж як механізму горизонтальних інформаційних обмінів протягом останнього часу набув таких масштабів, що його можна кваліфікувати як новий етап у формуванні внутрішньо суспільної системи соціальних комунікацій. На користь цієї точки зору свідчить таке:

– якщо до останнього часу використання цих технологій тон у формуванні системи соціальних комунікацій та масштабів їх впливу на формування суспільної свідомості задавали центри керівництва і координації, що забезпечували функціонування суспільства за допомогою вертикальних способів інформаційних обмінів, то ініціатива й правила гри при використанні електронних соціальних комунікацій переходять до рівнозначних у соціальних вимірах учасників цього способу обмінів на кооперативних засадах;

– стимулом для такої форми спілкування є не потреби, пов'язані з необхідністю задоволення запитів функціонування й розвитку суспільства, членом якого є даний індивід, а його власні мотиви, бажання, захоплення, що лише опосередковано співвідносяться із суспільними інтересами: можуть підтримуватися в суспільстві, бути нейтральними стосовно його інтересів, або ж заперечуватися ним у тій чи іншій формі;

– на сьогодні соціальні мережі є засобами інформаційних обмінів найменш контрольованими правовою системою українського суспільства. У цьому плані вони є унікальними, оскільки всі раніше створені засоби ініціювалися владою і були в тій чи іншій мірі інструментом керування масами і, таким чином, контролювалися нею. Це ж стосується і так званих демократичних, «незалежних» ЗМІ. Незважаючи на декларативну демократичність, їх залежність від джерел фінансування також обумовлює необхідність відстоювання позицій цих джерел, пов'язаних із системою управління, що підтримують правлячі на сьогодні кола або ж опонують їм [12].

Сайти соціальних мереж дедалі більше виходять за рамки особистого використання. Нещодавно роботодавці почали використовувати сайти соціальних мереж, щоб перевіряти досвід своїх потенційних кандидатів, а також проводити співбесіди через фейсбук. А якщо у вас є власний бізнес, ви можете швидко охопити більшу аудиторію. Соціальні мережі можуть сприяти об'єднанню спільнот, допомагати благородним справам, створювати обізнаність серед людей і запрошувати всіх до спілкування.

Проведення дозвілля за прокручуванням стрічки новин стало новим заняттям у сучасному суспільстві. Тепер, прокинувшись вранці, люди насамперед шукають свої мобільні телефони, щоб переглянути скільки лайків та коментарів вони отримали під своїми публікаціями чи статусами. Для деяких індивідів найкращим відпочинком стало сидіння на дивані та перегляд контенту у соціальних мережах. Медіа допомагають людям заробляти, розважаючи інших людей. Можна почати отримувати гроші, збільшивши кількість підписників на своєму сайті в соціальних мережах.

Колись давно люди не могли звертатися до суду і вимагати справедливості. Навіть в цьому аспекті соціальні медіа стали дуже потужним джерелом для поширення інформації про будь-яку несправедливість, що відбувається в суспільстві. Жорстоке поводження не може залишатися прикритим. Соціальні мережі допомагають висловити всі утиски, знущання та образи, які зазнали люди, щоб добитися справедливості.

Однією з найбільших галузей, на яку вплинули соціальні мережі, є журналістика. Оскільки зараз інтернет є найшвидшим і найпростішим способом отримання новин, друкованих ЗМІ стає все менше, а видання змушені публікувати свої статті в інтернеті. Іншим ефектом цієї передової технології є те, що тепер практично кожен може уявити себе «журналістом» і створювати новини, які, на їхню думку, є точними та достовірними. Майже миттєво ми можемо публікувати, ділитися та поширювати цікаві новини чи плітки по всьому світу. Соціальні медіа лише спростили це. Головні новини публікуються через твіттер та інші сайти мереж, і люди по всьому світу дізнаються про них майже миттєво. Потужність соціальних медіа дозволила нашому суспільству бути набагато більш обізнаним у світових справах.

Крім того, інструменти соціальних медіа стали новим необхідним інструментом у світі маркетингу. Підприємці та власники малого бізнесу починають покладатися на сайти мереж, щоб поширити інформацію про свої компанії. Інтернет-маркетинг на даний момент є майже синонімом соціальних медіа, оскільки він майже гарантовано охопить найбільшу аудиторію та принесе найбільший ефект [19].

Однак, з іншого боку, соціальні мережі як інструмент спілкування в сучасності можуть негативно вплинути на світ. Зрештою, використання його переваг чи недоліків залежить від користувача. Однією з головних проблем соціальної платформи є конфіденційність, особисті дані будь-кого можна легко вилучити з інтернету. Багато людей обманювали та вчиняли шахрайство через мережі. Також вони значно зменшують особисті зустрічі з людьми, тому дуже

часто всім не вистачає емоційного зв'язку або ж настає тактильний голод, що може мати величезний вплив.

Надмірне використання соціальних мереж може призвести до нереалістичних очікувань, депресії та тривоги. Насправді люди, які постійно сидять в телефоні в соціальних сайтах, частіше повідомляють про погане психічне здоров'я. Не потрібно багато думати, щоб зрозуміти, чому. Соціальні медіа дозволяють вам побачити ретельно відібрані найкращі моменти життя всіх інших, які ви потім порівнюєте з негативом у своєму власному досвіді. Порівнювати себе — це вірний шлях до тривоги та нещастя, і мережі зробили це набагато легшим.

Тим не менш, Інтернет дозволяє людям багатьма способами покращити якість свого життя. Споглядання публікацій інших може вмотивувати вийти із зони комфорту та досліджувати різні сфери [24].

До того, як почалися соціальні медіа, знуцання було чимось, що можна було робити лише віч-на-віч. Однак тепер люди можуть залякувати інших в інтернеті — анонімно чи ні. Сьогодні кожен знає, що таке кібербулінг, і більшість із нас бачили, що воно може зробити з людиною. У той час як соціальні медіа полегшують знайомство з новими людьми та допомагають заводити друзів, вони також дозволяють кривдникам без зусиль доторкнутися до інших [9, с. 105-107].

Винуватці булінгу можуть використовувати анонімність, яку надають (деякі) соціальні мережі, щоб завоювати довіру людей, а потім тероризувати їх в очах однолітків. Наприклад, вони можуть створити фальшивий профіль і поводитись дружньо з однокласником, а потім зрадити та викласти всю переписку в Інтернет, в якій могло бути щось справді особисте та важливе для жертви. Ці онлайн-атаки часто залишають глибокі психічні шрами і навіть змушують людей завдавати собі шкоди або в деяких випадках покінчити з собою. І як виявилось, кібербулінг зачіпає не лише дітей. Дорослі також можуть стати жертвами онлайн-зловживання. Оскільки екрани приховують наші обличчя, кожен може стати злодієм, який виливає весь свій негатив та зло

у соціальних мережах та на інших веб-сайтах, навіть не усвідомлюючи цього [9, с. 105-107].

Говорючи про знаменитостей інстаграму, якщо ви подивитесь на популярні акаунти, ви знайдете неймовірно красивих людей, які носять дорогий одяг та мають бездоганні форми тіла. Безперечно, образ тіла зараз є проблемою майже для всіх. Звичайно, щодня спостерігаючи за такою великою кількістю неперевершених картинок без недоліків, які нібито ідеальні (за стандартами суспільства), ви усвідомлюєте, наскільки ви відрізняється від тих фотографій. І не всі в цій ситуації роблять здорові висновки.

Дуже важливо пам'ятати, що ніхто не прокидається щодня супермоделью і хоча багато людей доклали чимало зусиль, щоб тренувати своє тіло, це стосується не всіх, хто має підтягнутий вигляд. Багато зірок у пошуках популярності в соціальних мережах обирали нездорові шляхи, щоб виглядати привабливіше. Тому ні в якому разі не потрібно себе заганяти в рамки ідеалів. Кожне тіло є прекрасним. Потрібно оточити себе людьми, які люблять вас такими, якими ви є, і вам не доведеться турбуватися про фальшиву красу в інстаграмі.

Окрім збільшення випадків тривоги та депресії, ще одна погана риса соціальних мереж полягає в тому, що занадто багато часу в них може призвести до поганого сну і це доказали численні дослідження. Якщо людина відчуває, що її режим сну став нерегулярним і це призводить до зниження продуктивності, то потрібно спробувати скоротити кількість часу, який вона витрачає в соціальних мережах. Особливо це стосується використання телефону вночі в ліжку. Надто легко сказати собі, що ви витратите п'ять хвилин на перевірку сповіщень у Facebook, а потім через годину розумієте, що ви бездумно гортали якусь нісенітницю в Twitter, яка вас навіть не цікавить. Не дозволяйте алгоритмам соціальних мереж, які створені для того, щоб утримувати вашу увагу якомога довше, вкрасти ваш цінний, якісний сон [14, с. 95-102].

На жаль, соціальні мережі можуть викликати більшу залежність, ніж сигарети та алкоголь. Вони дуже приваблюють багатьох людей, що змушує їх

постійно перевіряти, до прикладу стрічку новин, навіть не замислюючись про це.

Якщо людина не впевнена, чи є у неї залежність, можна спробувати пригадати, коли востаннє вона провела цілий день, не перевіряючи облікові записи соціальних мереж. Потрібно себе проінспектувати та задати подібні питання: чи відчуваєтеся ви відкинутими, якщо хтось перестає стежити за вами?; Якщо ваші улюблені соціальні мережі завтра повністю зникнуть, чи ця відсутність змусить вас почуватися порожніми та пригніченими?

Зрештою, сайти соціальних медіа хочуть, щоб ви прокручували сторінку якомога довше, щоб вони могли показувати вам багато реклами та заробляти більше грошей. Такі додатки, як TikTok, дають вам постійний шквал швидких відео, які з часом руйнують вашу увагу [10, с. 45-57].

Отже соціальні мережі вже є невід'ємною частиною нашого життя. Завдяки ним ми оперативно отримуємо інформацію та завжди в курсі актуальних новин. Завдяки мережам ми спілкуємось з друзями навіть на відстані, маємо змогу бачити та чути один одного, але головне контролювати, щоб віртуальне життя не стало в пріоритеті в порівнянні із соціумом та справжнім спілкуванням.

1.2. Історія розвитку платформи «Телеграм» та його особливості

Від початку створення соціальні мережі виконували розважальну функцію та були неформальним засобом комунікації. Перші соціальні мережі з'явилися у 90-их роках, вони були лише текстовими та працювали на стаціонарних комп'ютерах. З розвитком інтернету та цифрових технологій змінювались й соціальні мережі та месенджери. З часом соціальні мережі стали джерелом інформації, користувачі переглядали цікавий контент та дізнавались актуальні новини [2, с. 72].

Справжній вибух популярності месенджерів припав на 2014-2015 роки із вдосконаленням можливостей для інтерактивного спілкування через Viber, Telegram, Facebook Messenger. Не в останню чергу візуалізація людських

емоцій та слів відбулася завдяки бурхливому розвитку мобільних сервісів та 3G- / 4G-зв'язку. Зміни у сприйнятті месенджерів як засобу комунікації настали в момент, коли швидкості та стабільність роботи бездротових мереж дали змогу людям спілкуватися не лише за монітором комп'ютера чи екраном ноутбуку [26].

Telegram месенджер – це програма обміну миттєвими повідомленнями, яка доступна на всіх основних платформах, включаючи iOS, Android і ПК. Її можна використовувати безкоштовно завантаживши з App Store або Google Play Store. Незважаючи на те, що ми живемо в епоху, коли безпека та надійність програмного забезпечення мають фундаментальне значення, Telegram як додаток справді виділяється завдяки своєму міцному дизайну та широкому набору функцій.

Telegram пропонує для каналів пропонує різні функції, які надзвичайно корисні у медіабізнесі, особливо з точки зору впорядкування та покращення спілкування з аудиторією. Зокрема, йдеться про:

- зображення, кнопки та швидкі відповіді для інтерактивних чатів;
- швидкий пошук, щоб легко знаходити бренди;
- розширену аналітичну консоль для вимірювання ефективності тощо

[34].

За ці роки месенджер зазнав безліч трансформацій, але дух програми залишився незмінним. Початкові дебати точилися щодо того, чи є мережа обміну повідомленнями Telegram настільки безпечною та приватною, якою вона мала бути, і єдиним способом прийняти рішення було покопатися в історії програми та дізнатися більше про те, як вона з'явилася.

Брати Дурови запустили телеграм у 2013 році як спосіб спілкування один з одним (Микола Дуров і Павло Дуров). Раніше вони були визнані засновниками російської соціальної мережі ВК, яку пізніше придбав медіаконгломерат Mail.ru.

Обидва брати методично підійшли до створення месенджера «Telegram» після того, як їх вигнали з ВК. У той час як Микола зосередився на розробці

протоколу MTProto (який тепер відомий як магістраль месенджера Телеграм), Павло зосередився на фінансових аспектах проекту, надавши кошти зі свого фонду Digital fortress і залучивши свого тодішнього бізнес-партнера Аксея Неффа, як другого співзасновника.

Засновники Телеграму заявили, що кінцевою метою компанії є не заробляти гроші; однак пошук в інтернеті показує, що компанія не зареєстрована як неприбуткова організація [33].

Якщо розглядати Телеграм в контексті журналістики, то Telegram-канали в умовах конвергентної журналістики стали одним з інструментів медіа, які дають змогу диверсифікувати донесення інформації до користувачів. Серед позитивів такої платформи – швидкість донесення інформації, лаконічність, можливість подавати мультимедійні матеріали, відносна простота, доступність та дешевизна поширення інформації через Telegram [8, с. 61].

Телеграм-канали виступають як агенти інформаційного поля, які створюють альтернативний медіадискурс і відображають теми й жанрові типи традиційних ЗМІ. Вони є конкурентами «великих» медіа, а конкуренція є двигуном для розвитку платформ та поліпшення якості контенту. Відповідно, журналісти й редактори повинні працювати на інтереси аудиторії, завжди перебувати в контексті новинних подій. Телеграм-канали набирають популярність, але для повної трансформації в засіб масової інформації їм не вистачає реєстрації. Щоб належати до повноцінних ЗМІ, в них є призначені для необмеженого кола осіб повідомлення і матеріали, а також форма періодичного поширення масової інформації під постійним найменуванням [6, с. 29].

Що стосується функцій, то Telegram – це їх скарбниця, але найбільш помітними з них є [15, с. 17-26]:

- Облікові записи Telegram налаштовуються за допомогою мобільних номерів, тож їх можна створити декілька. Найкраща частина полягає в тому, що якщо ви хочете залишити платформу, ви можете зробити це через один створений акаунт.

- Повідомлення, надіслані в Telegram, зберігаються на хмарному сервері. Це означає, що ви можете отримати доступ до своїх повідомлень у будь-який час на будь-якій платформі.

- Ви можете надсилати текстові повідомлення, зображення чи навіть документи розміром до 1,5 ГБ.

- Повідомлення можна надсилати групами, які можуть вмістити до 200 000 учасників.

- У Telegram можна створювати секретні чати, прив'язані до пристрою конкретного користувача, тобто вони не зберігаються на серверах платформи і за бажанням можуть зникати через певний проміжок. Можна встановити часовий ліміт для будь-якої фотографії чи відео в цих чатах – після закінчення терміну вони також видаляються самостійно. Ви можете робити знімки екрана, але якщо ви це зробите, програма попередить про це іншого користувача.

- Замість звичних спільнот у Telegram є канали. Ключова відмінність – повна відсутність алгоритмів. Користувачі самі контролюють використання медіа: усі повідомлення публікуються каналом у хронологічному порядку. Додаток також не має популярної в сучасних програмах функції «відкриття» (discover). Передбачається, що користувачі можуть дізнаватися про цікаві нові канали або з повідомлень, які пересилають друзі чи рекламних публікаціях, або із зовнішніх джерел. Вони можуть бути відкритими або анонімними, закритими. Публікації можуть містити коментарі, чат можна пов'язувати з каналом.

- Ще одна цікава функція – ви можете знайомитися з людьми за геолокацією. Якщо, наприклад, ви опинилися в незнайомому місті, вам нудно і ви хочете з кимось зустрітися, ви можете натиснути «Контакти», вибрати «Знайти людей поблизу», і ви побачите список усіх, хто знаходиться поблизу (і хто ввімкнув цю функцію). Також користувачі періодично створюють чати для певного місця, будь то музей, міська площа або бар – ви так само можете зайти, поставити питання або почати спілкуватися з людиною поблизу.

- У Telegram також є боти, які допомагають вам автоматизувати завдання в Telegram.
- Telegram доступний для безкоштовного завантаження на iOS та Android [15, с. 17-26].

У грудні 2020 року Павло Дуров оголосив, що з 2021 року телеграм має почати приносити прибуток — за словами засновника додатку, процес буде «ненав'язливим», усі існуючі сервіси залишаться безкоштовними для користувачів, а в онлайн-чатах не буде реклами. Дуров планує заробляти на додаткових функціях для бізнес-команд і для користувачів з більш розширеними вимогами, до прикладу, платні стікери.

«Ми збираємося запропонувати власну рекламну платформу для каналів, забезпечуючи зручність і конфіденційність для користувачів, дозволяючи покривати витрати на сервер і трафік», – написав Дуров у своєму телеграм-каналі. Зараз платформа не регулює рекламу на своїх каналах [33].

Після цього оголошення в січні 2021 року ряд західних інвесторів запропонували викупити приблизно 5-10 відсотків акцій Telegram із загальною оцінкою компанії в 30 мільярдів доларів. Як повідомляє The Bell з посиланням на власні джерела, Дуров відхилив цей підхід. Сайт The Information також повідомляв, що Павлу пропонували виділити боргові кошти в розмірі \$1 млрд, але остаточного рішення він не прийняв. Згідно з новинним сайтом, борг може бути конвертований в акції під час можливого IPO, тоді як самі гроші потрібні для розширення та фінансування Telegram до запуску акцій [16, с. 30-67].

Здається, існує реальний ризик того, що телеграм буде видалено з App Store – і тоді йому буде набагато важче створити базу користувачів.

17 січня 2021 року американська некомерційна організація «Coalition for a Safer Web» подала позов проти Apple з вимогою видалити додаток Telegram з App Store, повідомляє Washington Post. За даними організації, напередодні 6 січня 2021 року в додатку поширювалися екстремістські висловлювання, і платформа не вжила жодних заходів для блокування цих висловлювань. Дуров поки не прокоментував позов [18].

Сам Павло Дуров неодноразово критикував Apple. Зокрема, він розкритикував 30-відсоткову комісію на продаж сторонніх додатків в App Store. Дуров каже, що Apple цензурує деякі програми, стежить за користувачами та змушує розробників показувати більше реклами, щоб заробити гроші.

Наразі поточний приріст популярності Telegram відбувається завдяки користувачам, які шукають безпечніший додаток для обміну повідомленнями. Компанія наголошує на конфіденційності. Однак, платформа має хитку історію, коли справа доходить до цього [19].

На відміну від інших опцій безпечного обміну повідомленнями, у Telegram за замовчуванням не ввімкнено наскрізне шифрування. Воно в свою чергу гарантує, що лише сторони, які беруть участь у спілкуванні, тобто відправник і одержувач, можуть читати повідомлення. Навіть програма обміну повідомленнями, на якій розміщені сервери не може їх розшифрувати.

Щоб активувати наскрізне шифрування в Telegram, ви повинні зробити свої чати «секретними». І вам потрібно робити це по черзі з кожним із ваших контактів [19].

Однак навіть тоді не всі функції обміну повідомленнями телеграму мають наскрізне шифрування. Однією з найпопулярніших функцій месенджеру є групові чати. Вони не мають наскрізного шифрування. Вам також не надсилаються повідомлення від тих, кого немає у вашому списку контактів.

Унікальна комбінація приватних повідомлень у телеграмі була привабливою для певних типів користувачів. Крім того, додаток має дуже слабку модерацію вмісту, щоб підвищити свою добросовісність, орієнтовану на конфіденційність, що також привабливо для цих людей.

На жаль, деякі з цих користувачів є екстремістами. Додаток для обміну повідомленнями мав історію проблем із використанням програми іноземними терористами. Колись телеграм був основним інструментом онлайн-пропаганди для таких угруповань, як ІДІЛ, хоча протягом останніх кількох років компанія придушила це. Тим часом неонацисти та прихильники переваги білої раси

продовжують поширюватися на платформі, використовуючи її як інструмент вербування.

Як раніше повідомляв Mashable, у телеграму також є масова проблема порнографії. Користувачі вільно діляться забороненими зображеннями без згоди на платформі. Також потрібно зазначити таку особливість як зв'язок між Telegram і WhatsApp. У 2014 році Facebook оголосив, що купує популярну програму обміну повідомленнями WhatsApp. З тих пір гігант соціальних мереж здебільшого розглядав WhatsApp як окрему сутність від своєї платформи [23].

Все змінилося на початку 2021 року, коли WhatsApp оновив свої умови обслуговування, щоб повідомити користувачів, що тепер їхні дані будуть надаватися його компанії Facebook. Багато людей були обурені.

Фактично, коли ви надсилаєте повідомлення WhatsApp друзям і родині, вони залишаються наскрізним шифруванням за замовчуванням. Насправді це лише повідомлення з деякими компаніями, які можуть не мати його, залежно від того, який сторонній доступ вони ввімкнули для послуг хостингу. Додаток попередить вас, який рівень конфіденційності ви можете очікувати для будь-якого повідомлення за допомогою кольорових сповіщень у верхній частині.

Хоча WhatsApp намагався прояснити ці зміни після початкового галасу користувачів, які вже не довіряли Facebook, це не переконало. Масштаби відтоку WhatsApp невідомі, але оскільки такі конкуренти, як Signal і Telegram, піднялися на вершини чартів App Store, WhatsApp, додаток повністю випав з топ-20 програм [23].

Звісно, багато з цих користувачів, які піклуються про безпеку, потрапили в Telegram. За іронією долі, якщо безпека на першому місці, WhatsApp є кращим вибором. Повідомлення WhatsApp, за деякими винятками, за замовчуванням мають наскрізне шифрування — і це стосується групових чатів. Користувачі Telegram, з іншого боку, повинні вибрати опцію «секретного чату», щоб отримати наскрізне шифрування, і ці повідомлення можуть бути лише між двома людьми [24].

Telegram у певному сенсі функціонує як соціальна мережа навіть більше, ніж WhatsApp. Користувачі Telegram можуть вибрати ім'я користувача разом із необхідною реєстрацією номера телефону, тоді як WhatsApp та інші месенджери прив'язують вашу особу до вашого контакту. Telegram також може приймати до 200 000 підписників в одному груповому чаті. У WhatsApp ліміт становить 256 осіб.

Як ми уже проаналізували, з точки зору конфіденційності даних, багато людей були засмучені ідеєю WhatsApp почати обмінюватися даними з Facebook. Але насправді це відбувається вже роками. Йдеться про метадані, наприклад про ваше місцезнаходження, з ким ви розмовляєте тощо, а не про вміст конкретних повідомлень [25].

Тим не менш, метадані можуть багато розповісти про користувача, і це не є незначним з точки зору конфіденційності. Тому важливо зазначити, що Телеграм збирає інформацію того самого типу, що й Ватсап. Більше того, вміст незашифрованих повідомлень також зберігається на їхніх серверах, чого не можна сказати про більшість повідомлень у Ватсап, які за замовчуванням мають наскрізне шифрування.

Якщо проаналізувати, то коли справа доходить до вибору між телеграмом і ватсапом, ось що потрібно враховувати: якщо особа шукає службу обміну повідомленнями, яка збиратиме менше даних, краще обрати ватсап. Якщо шукає програму обміну повідомленнями, яка з меншою ймовірністю використовуватиме ці дані – телеграм. Раніше додаток офіційно заявляв, що вони не зацікавлені в продажу компанії чи обслуговуванні користувачів рекламою, отже, дані найменше потраплять до рук сторонніх організацій.

Говорячи про сьогоднішній день, телеграм досяг нового рубежу – відзначив понад 700 мільйонів активних користувачів. Для підтримки подальшого розвитку програми було запущено телеграм преміум – послугу підписки, що відкриває потужні ексклюзивні функції.

Преміум-користувачі отримали можливість завантажувати файли розміром 4 ГБ і швидше їх завантажувати, а також подвоїли ліміти та

розширені параметри керування чатом. Вони також отримали доступ до стікерів «Premium» з повноекранними ефектами та кількома унікальними реакціями. До голосових повідомлень додано нову кнопку, натиснувши яку підписники могли транскрибувати аудіо.

Це оновлення також включало зміни для всіх користувачів телеграму, як-от увімкнення запитів на приєднання для загальнодоступних груп, а також кілька функцій для окремих програм.

Отже, мережа «Телеграм» нещодавно з'явився на просторах інтернету. З кожним новим оновленням вона ставала кращою та урізноманітнювала свої можливості. Месенджер може бути, як для персонального користування, так і для просування свого контенту. Загалом, телеграм корисна мережа, яка є безкоштовною та надає багато корисних функцій для користувачів.

1.3. Аналіз телеграм-каналів про красу та здоров'я

Як уже вище було зазначено, на сьогодні більшість людей надає перевагу саме платформі «Телеграм». А як щодо українців? R&BGroup — рекламний бізнес, дослідники якого проаналізували це питання. Виявляється, що частка українців, які користуються телеграмом, становить 20%. Лише за останні пів року цей показник зріс на 3%. Можна помітити, що загалом українці стали активніше користуватися телеграмом. За дослідженням, за чотири роки цей показник зріс майже на 14% [19].

Згідно опитуванню Телеграм Аналітик, користувачі обрали цю платформу за такими критеріями: 75% користувачів відповіли, що саме телеграм для них це – основне джерело їхніх новин, 70% зазначили, що в цій соціальній мережі функціонал та інтерфейс зрозуміліший та зручніший, ніж деінде, 45% людям зручніше та веселіше спілкуватися саме в телеграмі, адже як більшість зазначає, що Телеграм надає можливість користуватись цікавими стікерами. Не так давно на телефонах Apple з'явилася функція, завдяки якій можливо робити стікери за пару секунд з власної галереї. Потрібно лише затиснути обрану фотографію, в цей момент відбувається копіювання силуету.

Лишається лише вставити в діалог новий стікер. Також 56% українських юзерів зазначали, що обирали телеграм, оскільки він "безпечний". І майже кожен десятий (9%) хоча б раз на місяць користується секретним чатом [19].

Зрозуміло, що на сьогодні, з теперішньою ситуацією в Україні великий процент українців використовує соціальні мережі як спосіб дізнаватися всі самі свіжіші новини. Статистика розважальних каналів знизилася, але це не дивно.

Фокус уваги більшості людей зараз направлений на відслідковування подій та думками про те, як бути в безпеці. На жаль, стреси, тривоги, накручування себе не найкращим чином впливають на наше здоров'я. Від цього, такого важливого компоненту, страждає не тільки внутрішній аспект людини, а й зовнішній. Більшість психологів рекомендує громадянам, які знаходяться в більш менш безпечних місцях, по можливості перенаправляти фокус уваги з нескінченної стрічки поганих новин на себе.

Піклування про своє здоров'я не тільки духовне, а й фізичне є одним із важливих компонентів відчуття щасливого життя, як би важко зараз не було. Бонусом стане ваша природня краса, яка розцвіте ще більше. Проаналізувавши телеграм-канали та інстаграм сторінки на цю тему, стало зрозуміло, що якісного українського контенту загалом багато, що не може не тішити.

Телеграм-канал «Формула здоров'я» [30], кількість підписників на якому понад 19 тисяч, був створений 1 серпня 2022 року. Незважаючи на те, що канал був створений відносно нещодавно він вже набув неабиякої популярності серед користувачів мережі Телеграм. Це не дивно адже канал має безліч цікавої, а головне корисної інформації, яка допоможе покращити своє самопочуття, поради, щодо корисних щоденних процедур та просто лайфхаки на будь-який випадок життя. Статистика публікацій це від двох до чотирьох публікацій в день в різні часові проміжки. Майже всі тексти даного каналу про лікувальні властивості певних продуктів, які кожна людина використовує в своєму звичайному раціоні.

Для початку ми проаналізували статистику даного каналу (Рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Статистика каналу «Формула здоров'я»

Відразу звернули увагу на кількість підписників, на жаль, за добу в середньому більше відписуються, аніж навпаки. Але даний канал був створений нещодавно, тому вважаємо, що вони тільки починають розвиватись та вдосконалюватись та незабаром статистика зміниться в позитивну сторону. Загальна статистика показує, що 46% підписників читають дописи каналу, 30% з яких в перші 24 години. Індекс цитування каналу – 67,6 інформація даного каналу бажає бути більш унікальнішою.

Найпопулярніші пости за переглядами та пересиланнями:

- Ніколи не змішуйте парацетамол з цими продуктами!
- Гвоздика для підвищення тиску
- Способи позбавлення від болю в колінах
- Настоянка шкаралупи кедрових горіхів
- Жирна їжа перед сном заважає висипатися
- Навіщо пити магній?
- Кубики з травами
- Ідеальний домашній ліфтинг-крем
- Мед з насінням льону: діючий засіб для імунітету і судин

- Якщо ночами крутить ноги

Публікації в каналі написані доступно та лаконічно, кожна має заголовок, який відрізняється від основного тексту шрифтом, також до кожного заголовку додано відповідний смайл. Абсолютно всі публікації викладаються разом з фотографією, яка характеризує текст допису. Щодо основного тексту він легкий у сприйнятті без граматичних помилок, невеличкий за розміром та несе в собі гарне інформаційне наповнення, яке повністю відповідає заголовку, який його супроводжує.

Серед недоліків каналу ми виділили такі: більшість інформації, щодо народної медицини, але ніде не вказано, що самолікування може бути шкідливим для вашого здоров'я. Також відсутність коментарів, неможливо дізнатись інформацію від людини, яка наприклад на собі спробувала дану рекомендацію, відсутність хештегів, тобто щоб знайти даний пост потрібно бути тільки учасником групи, деякі тексти є з активним посиланням, тобто частину тексту ви можете прочитати в цій групі, а що б дочитати іншу половину інформації потрібно перейти за посиланням та підписатись на інший канал, це трішки відлякує користувачів. Загалом цей канал буде корисний чоловікам та жінкам будь-якого віку, адже несе корисну та актуальну інформацію без великого вмісту рекламних повідомлень, до речі це також плюс.

Наступний канал який ми розглянули – телеграм-канал «Здоров'я та краса» [29], що є одним з найякісніших каналів, де інформація підібрана ретельно. Проаналізувавши публікації, фейкових фактів не було помічено. Відгуки та реакції підписників дають зрозуміти, що адміністратори дійсно намагаються зробити контент не тільки важливим, але і цікавим.

Канал створений приблизно 3 місяці тому, але вже має 14 354 тисячі підписників, що також можна вважати показником якісної інформації. Зараз ріст підписок не такий швидкий, але він все одно є. Наразі 46% людей активно читають кожну публікацію. Вважається, коли активних користувачів хоча б вище за половинку – то це канал, якій розвивається.

Натомість «Здоров'я та краса» поки що немає такої динаміки, але є певні позитивні результати (Рис. 1.2).

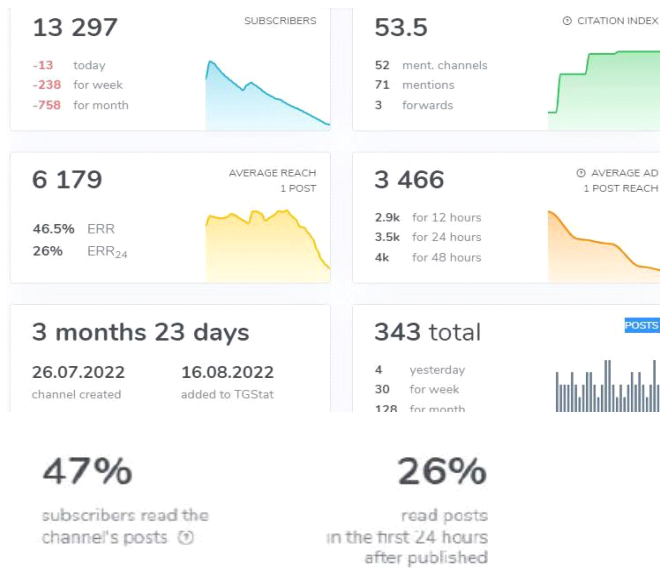


Рис. 1.2. Динаміка росту підписників

Зрозуміло, що канал розвивається через те, що в ньому є стабільність. Звертаючись до статистики, адміністратори викладають публікації практично кожен день в один і той самий час, починається о 9:00. Це велика перевага, адже більшість власників каналів не слідкують за цим. А це дуже важливо для того, щоб була динаміка. Кількість публікацій складає 3-4 на день.

У топ 10 найпопулярніших постів по переглядам та пересиланням є:

- Чим корисний мед натщесерце.
- Що необхідно робити, щоб міцніше спати.
- Для чого потрібно їсти суп.
- Лікувальні властивості ячменю.
- Як берегти свої очі від перевтоми.
- Основні рекомендації для красивої шкіри.
- Магній.
- Чому важливо вживати морську капусту для чоловіків та жінок.
- Горіхова настоянка.
- Чим корисна вівсянка.

Кожна публікація на каналі має заголовок, що написаний великими літерами, завдяки цьому він стає більш читабельним та привертає увагу читача.

Пости здебільшого невеликого об'єму, легкі для читання та сприйняття. На каналі активно використовуються візуальний супровід текстової інформації. Комунікація з читачами відбувається за допомогою лайків під кожною публікацією.

Однак серед недоліків каналу можемо відзначити відсутність певної рубрикації, також канал не використовує хештеги, що спростило б пошук певної інформації для аудиторії телеграм-каналу. Загалом канал надзвичайно корисний, підходить під всі вікові категорії чоловікам та жінкам та справді стане у нагоді.

Наступними для аналізу ми обрали інстаграм-сторінки косметологів @evgeniya_danilenko_ [22] та @ dr.evelina [21]. (Рис. 1.3.) .

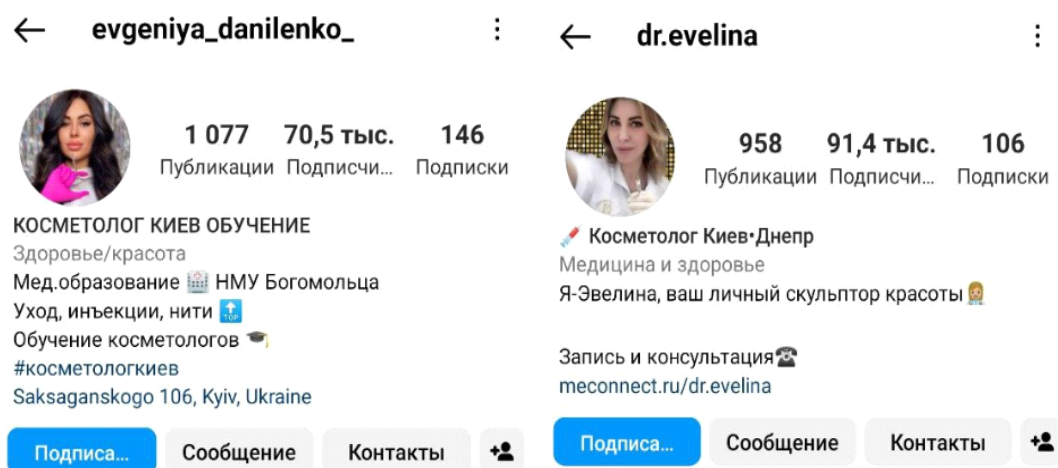


Рис. 1.3. Вигляд шляпки профілю інстаграм-сторінок

На перший погляд, дивлячись на сторінки косметологів здається нібито вони дуже схожі, але все ж таки є багато відмінностей. У першої дівчини доречно вказано одразу ж вища освіта. У публікаціях на сторінці можна побачити її сертифікати, що надає клієнтам впевненість в професійності косметолога. Євгенія також закріплює всі відгуки в актуальні, тим самим роблячи зручніше для майбутніх відвідувачів її сторінки. Серед недоліків хочемо відмітити те, що на публікаціях приховано кількість лайків, через це важко відслідкувати динаміку розвитку блогу.

Наступний косметолог Евеліна. Підписників в дівчини практично в 2 рази більше, але це ні про що не говорить. Як уже згадувалося раніше, на платформі «Інстаграм» легко накрутити підписників за допомогою сторонніх програм, тому на це, безперечно, не потрібно орієнтуватися при підборі спеціалістів. На жаль, в дівчини не вказано ніяких даних про освіту або хоча б проходження курсів. Відгуки є, але порівняно з попередньою дівчиною їх мало. Серед переваг цієї блогерки можемо виділити те, що на сторінці інстаграм не тільки показані роботи, але й є цікаві, змістовні пости наукової тематики, які пов'язані з косметологією; лайки неприховано; багато фотографій до/після.

Серед недоліків хочемо виокремити невелику кількість лайків під публікаціями, у середньому від 15 до 60. Це говорить про дуже низьку активність аудиторії. Приблизно 10-15% підписників постійно проглядають публікації, що говорить про відсутність динаміки та розвитку аканту.

Отже, ми проаналізували основні конкурентні блоги зі схожою тематикою. Виявили, що україномовний контент має популярність серед читачів та є актуальним. Блоги, які ми проаналізували мають багато підписників, вміють працювати на зацікавленість читача та свою цільову аудиторію. За результатами аналізу, зробили висновки, що є доцільним та актуальним створення власного телеграм-каналу про здоров'я та красу.

Висновки до розділу 1

Соціальні мережі наразі є важливим елементом комунікації суспільства. Завдяки соціальним мережам ми маємо змогу вільно спілкуватись, обмінюватись фотографіям, чути голос один одного з будь-якої точки світу. Різні мережі адаптовані під різні потреби людини. Наприклад: Фейсбук орієнтований на поширення інформації та фотографій серед користувачів, Інстаграм – своєрідний цифровий фотоальбом, Твіттер можна назвати мікроблогом, а ось Вайбер чи Телеграм – зосереджений для спілкування користувачів. Таким чином, деякі фокусуються на фотографіях інші на спілкуванні чи поширенні інформації.

Серед соціальних мереж нашу увагу привернула платформа «Телеграм» – соціальна мережа в якій реалізовано багато функцій та яка є досить популярною серед молоді. На зараз, це міжплатформна програма обміну повідомленнями, яка широко використовується, оскільки пропонує деякі розширені функції конфіденційності та шифрування, а також підтримує функції великого групового чату.

Облікові записи телеграму налаштовуються за допомогою мобільних номерів, тож їх можна створити декілька. Найкраща частина полягає в тому, що якщо ви хочете залишити платформу, ви можете зробити це через один створений акаунт. Серед цікавих переваг телеграму можна віднести знайомство з людьми через геолокацію прямо не виходячи з платформи «Телеграм». Наприклад, особа опинилася в незнайомому місті, і вона хоче з кимось зустрітися, вона може натиснути «Контакти», вибрати «Знайти людей поблизу», і там буде список усіх, хто знаходиться поблизу (і хто ввімкнув цю функцію).

Отже, у телеграмі досить розгалужена тематика каналів, тут можна знайти інформацію про політику, економіку, суспільство, психологію, екологію та здоров'я. Саме тема краси та здоров'я зацікавила нас найбільше. Тож нами було проаналізовано телеграм-канали «Здоров'я та Краса» та «Формула здоров'я», а також інстаграм-блоги косметологів. Було виявлено статистичним методом кількість підписників, переглядів, реакцій, що дозволило зробити висновок про динаміку розвитку блогів в цих соціальних мережах. Ми проаналізували публікації та їх жанрову типологію. Розглянули можливості використання мультимедіа та варіанти інтеактиву з цільовою аудиторією.

РОЗДІЛ 2

КОНЦЕПЦІЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ПРО КРАСУ ТА ЗДОРОВ'Я «ФАЙНА БАНДЕРІВКА»

2.1. Етапи створення та характеристика власного телеграм-каналу

Телеграм-канал – вже давно посів провідне місце в житті кожної людини. Адже це перш за все швидко, зручно та доступно. На даний момент, є як мобільна версія додатку, так і можливість завантажити платформу на комп'ютер будь-якої операційної системи. В теперішній час є надважливим для кожної людини – це бути на зв'язку та мати можливість швидко прочитати та дізнатись потрібну інформацію та новини. Телеграм надає таку можливість адже майже відразу можливо знати все на просторах різносторонніх каналів та груп. Також будучи на відстані ви маєте змогу почути та побачити один одного через можливості месенджера записувати голосові повідомлення та відправляти відео, обмінюватись необмеженою кількістю зображень, документами та навіть місцем знаходження користувача. Загалом завдяки телеграму все потрібне та корисне можна знайти в одному месенджері.

Якщо говорити безпосередньо про створення власного телеграм каналу – перш за все повинен бути завантажений додаток на телефоні чи комп'ютер через який потрібно створити власний канал. Завантажити можливо через Play Market (якщо у вас операційна система Android) або ж через App Store (для власників IOS). Наступний крок – авторизуватись в месенджері, це потрібно робити через номер телефону, після цього можна створювати власний канал. У верхньому правому кутку натискаємо кнопку написати повідомлення відразу бачимо 3 варіанти « Створити групу», «Створити контакт», « Створити канал», натискаємо 3-й варіант.

Другий крок – це вигадати назву майбутнього каналу. З цього етапу починається чітке планування всіх подальших дій. Адже потрібно правильно підібрати назву, яка зможе зацікавити та буде легкою у сприйнятті майбутньої аудиторії. При виборі треба мати на увазі, що незрозумілі слова, багато символів, тяжке формулювання назви – все це обтяжує читача та відлякує на перший погляд. Також не варто вживати символи, які можна легко сплутати наприклад цифру 0 та букву O, або ж чергування великих та малих літер.

Тож за певний час та гарно все обдумавши ми підібрали для свого каналу назву «Файна Бандерівка», на даний момент ми вважаємо – це зацікавить та буде приваблювати аудиторію, адже ця назва актуальна та креативна, легко запам'ятовується. Також назва написана однією мовою та при пошуку каналу читачу не знадобиться змінювати мову на клавіатурі. Ми маємо на меті залучити якомога більше української аудиторії, тому обрали слова для назви, які асоціюються тільки з українською мовою та нацією.

Відразу під назвою каналу потрібно додати опис, що б аудиторія мала на увазі про що даний канал. Більшість людей не можуть сприймати занадто довгі тексти, тому сам телеграм позиціонує себе як компактний месенджер в якому коротко та в той же час повністю надана інформація. Саме тому не потрібно занадто обширно розписувати опис, потрібно чітко та лаконічно надати інформацію, яка буде характеризувати матеріал каналу. В цьому полі можливо застосовувати різні смайлики та символи. Тому опис каналу звучить так – «Файна Бандерівка» – про правильний догляд за зовнішнім виглядом та здоров'ям » також в кінці додали два смайлики в формі синього та жовтого сердець (Додаток А).

Обов'язковою частиною телеграм-каналу є його логотип. Завдяки логотипу користувачі краще запам'ятовують канал. Для цього ми використали безкоштовну версію сервісу «Canva». При створенні логотипу взяли до уваги саме вибір кольору. Дослідження університету Вінніпега «Вплив кольору на маркетинг» показало, що перша думка про продукт заснована на кольорі (60-90%, за перші 90 секунд). Це означає, що в дизайні колір - не тільки

артистичний вибір, але і важливе бізнес рішення, яке впливає на все, починаючи від сприйняття споживачів до продажів продукту. Коли справа стосується кольору, не існує простого процесу або суворого правила. Але все ж важливо правильно трактувати підібрані кольори [27].

В нашому логотипі переважає чорний колір – адже на даний момент він відображає ситуацію в нашій державі. Чорний - діловий, акуратний, серйозний, понурий, важкий. Настроює людину на дещо депресивний лад, трохи підвищує тиск, але знижує температуру тіла. Йому віддають перевагу аристократичні, витончені, але дещо меланхолічні натури, що мріють о визнанні і славі. Також в логотипі є червоний колір. Червоний – важкий, насичений, гарячий, активний, динамічний і тривожний, символ небезпеки і заборон. Провокує колосальний викид адреналіну, стимулює мозок, підвищує загальний тонус організму і кров'яний тиск, робить частішим серцевий ритм, дихання і пульс, покращує нюх, наповнює енергією і бажанням діяльності, стимулює апетит [28]. По центру знаходиться назва нашого каналу, а трішки вище образ дівчини (Додаток Б).

Також можна обрати, яким буде канал, є два варіанти – публічний (тобто будь-який користувач може через пошук знайти канал та додатись до нього без дозволу адміністратора) або приватний канал (знайти через пошук неможливо, щоб додатись потрібно отримати посилання та дозвіл від адміністратора групи). Наш канал – публічний.

Обов'язково потрібно створити особистий лінк, іншими словами посилання на канал. Час від часу або при потребі ви можете його змінювати, але при цьому ніякого сповіщення читачам про зміну лінку не надходить. Посилання може містити лише букви латинського алфавіту, арабські цифри та символ підкреслення. Воно повинне бути унікальне та не повторюватись, таким чином воно буде верифікувати тільки ваш канал. Посилання на наш канал - https://t.me/fayna_banderivka

Після заключного етапу створення самого каналу переходимо до кроку наповнення текстовим змістом. Наповнення телеграм – має вигляд суцільної

стрічки інформаційних повідомлень. Тому, щоб користувачам було легше адаптуватись та знаходити потрібну інформацію ми створили хештеги. Це декілька слів, які вміщують в себе тему постів, які публікуються в каналі. Якщо скористуватись пошуком телеграму та ввести тег – то можна знайти всі публікації, які були опубліковані під цим хештегом. Вони виділені синім кольором, в каналі «Файна Бандерівка» є 6 рубрик:

- Поради народної медицини
- Бюджета косметика
- Все про вітаміни
- Поради від фахівців
- Догляд за собою
- Бувальщина

Публікації – в телеграмі є безліч корисних функції які можуть полегшити виконання своїх обов'язків адміністратору каналу. Наприклад відкладена відправка публікації, якщо не буде змоги викласти публікацію в певний період можливо налаштувати відправку так, що публікація сама відправиться в певний день та час, який можна до речі змінювати. Також можливо робити підпис, тобто під кожним текстом буде видно автора даного посту. Можливо включати та відключати можливість коментувати та ставити реакції на викладену інформацію. Основною перевагою телеграму, як месенджера є в тому, що публікації можливо редагувати, копіювати текст, закріплювати, пересилати до інших читачів, але при пересланому повідомленні зверху над текстом буде відображатись гіперпосилання першоджерела.

Важливою умовою є не публікувати багато інформації в день адже коли користувач не може знайти певну інформацію, його це відлякує та може мати наслідок відписки в майбутньому. З приводу цього є порада в телеграм-каналі «100 порад від адміністратору в Телеграм». Передплатники читають не тільки ваш канал. Канали, в які додаються по 100 постів в день, практично не читають. Більшість повідомлень у таких каналах гортають без перегляду. Щоб всі пости встигали читати, рекомендую додавати не більше 5 постів на добу. Якщо є

можливість, створюйте відкладені пости, розподіливши час публікації на цілий день. З ранку запланували в боті пости на добу і спокійно займаєтесь своїми справами [31].

Тому краще розміщувати меншу кількість постів, але якісніших. Телеграм месенджер дає можливість для розвитку, але якщо розглядати його в плані заробітку, то тільки, якщо у вас є популярність та велика кількість підписників, можна займатись рекламою, але до цього потрібно ставитись з обережністю, аби не зіпсувати рейтингу та довірі підписників до вашого каналу. Але більшість відомих телеграм каналів створені, як додаток до основної мережі та спосіб швидкого інформування людей.

Максимальна кількість символів в одній публікації в телеграм-каналі - 4096. Великий текст можливо поділити на декілька нових публікацій та чи буде в читача цікавість продовжувати читати цей матеріал. Концепція телеграму – швидкий обмін короткими повідомленнями. Тому публікації нашого каналу лаконічні та не перевищують обсяг дозволених символів.

Телеграм канал «Файна Бандерівка» містить інформацію, яка зорієнтована в основному на жіночий сегмент цільової аудиторії. Та прагне надавати чим більше корисної інформації в сферах здоров'я та краси, якими цікавляться дівчата.

Тематика: «Файна Бандерівка» – телеграм-канал про здоров'я та красу, поради від фахівців, цікаві рубрики про бюджетні косметичні засоби, вітаміни та народну медицину.

Формат: телеграм-канал.

Ідея: надати корисну інформацію, щодо догляду за собою, висвітлення корисних порад щодо аспектів оздоровлення. В каналі розподілення пости по рубриках та кожна публікація має свій хештег, по якому можна знайти цей матеріал через пошук.

Мета: розповісти підписникам про канал, ознайомити з корисною інформацією, яка може стосуватись кожного. Адже телеграм-канал – це

чудовий спосіб доносити інформацію, та заявити про себе як про автора унікального матеріалу.

Завдання проєкту:

- Надати корисну інформацію в сфері бюджетної косметики;
- Зібрати корисні поради від різних фахівців в одному телеграм каналі;
- Допомогти розібратись про користь вітамінів;
- Надати інформацію про цікаві способи лікування в минулому;
- Популяризувати україномовні статті.

«Файна Бандерівка» – канал, який допоможе дізнатись більше про догляд за собою, секрети краси та здоров'я. Цей канал спрямований на читачів активних, зацікавлених в інформації з приводу покращення самопочуття чи свого зовнішнього вигляду.

Мова: В умовах сучасності та завдяки обраній цільовій аудиторії – для нашого каналу було обрана саме українська мова. Важливо враховувати інтереси та бути на одній хвилі зі своїми підписниками.

Цільова аудиторія: Наш телеграм канал був створений для людей різної вікової групи, адже є рубрики, які будуть цікаві для молоді, а також є певний перелік рубрик, які були б цікаві людям старшого віку.

Цілі проєкту: Ми хочемо й надалі надавати цікаві факти про здоров'я та способи догляду за собою. Розвивати україномовний контент, досягнути великої кількості підписників.

Чому ми обрали саме телеграм-канал? Це швидкий, а головне зручний месенджер. В сучасному світі майже кожна людина зареєстрована в телеграмі, а означає що з легкістю зможе знайти потрібний їй контент. А також в українському сегменті бракує авторського контенту. Цікаві канали можна перерахувати на пальцях, а запит на такі блоги величезний.

Якщо ви експерт у своїй професії та можете ділитись з вашими читачами цікавим та унікальним контентом, у вас є усі шанси стати першим і зібрати аудиторію, якій згодом можна продавати свою експертність. У Телеграмі

відсутні війни з алгоритмами. Кожна публікація гарантовано буде показана на екрані підписника. Або в контенту. Тут складно сподіватись на ефект вірусного маркетингу. Проте, ваші тексти ніхто не цензурує і ви можете безпосередньо говорити з вашою аудиторією [32].

Отже, підсумовуючи вище сказане можливо зазначити, що створення власного телеграм-каналу це нелегка робота, яка потребує детального обмірковування кожного кроку. Тому ми ретельно підготувались до кожного із етапів створення власного каналу. Проаналізували безліч інформації та визначили ключові характеристики нашого каналу, завдяки яким він буде відрізнятись від інших.

2.2. Змістове наповнення каналу «Файна Бандерівка»

Телеграм канал – це чудовий спосіб почати розвиватись та проявляти себе, як автор. Адже в даному месенджері ми не прикуті до звичайних стандартів журналістських текстів, тут не має обмежень. Можливо вільно спілкуватись з аудиторією на різні теми та писати пости у вільному форматі. Загалом наш канал поділяється на 6 рубрик. Також кожна публікація з рубрики має текст та зображення. Всі фото для публікацій були підібрані з відкритих джерел.

Рубрики, які має наш канал:

- Народна медицина
- Бувальщина
- Все про вітаміни
- Корисні поради фахівців
- Догляд за собою
- Бюджетні косметичні засоби

Під кожним постом з певною рубрикою є свої хештеги, які слугують для того, щоб легко переміщатись по матеріалам каналу чи каналів саме за даною тематикою, яка цікавить читача. Хештег – це одне або декілька слів, які коротко передають тему публікації. Перед цими словами встановлюється знак решітки.

Хештег дозволяє розміщувати публікації, які зможе знайти будь-який користувач через пошук. Це відбувається саме завдяки ключовому слову, які в свою чергу допомагають просувати ваш контент, адже натискаючи на хештег можливо побачити відразу декілька публікацій які розміщені під даним словом. Ця функція корисна для початкових блогів. Це може бути корисно для мікроблогів або для опису повідомлень на певні теми. Внутрішньо каналні повідомлення з використанням хештегів популярні в Telegram Messenger, що дає змогу користувачам легко знаходити повідомлення та фрази.

Хештеги часто є рекламними акціями популярних новин, що потрапили в ЗМІ. В нашому каналі є стандартні хештеги, які знаходяться абсолютно під всіма постами: #здоров'я, #краса, #health, #beauty. Також присутні особисті брендовані: #файна_бандерівка, #FBmedical, #FBspecialists, #FBcare, #FBvitamins, #FVcosmetic, #FBantiquity. Та хештеги, які безпосередньо стосуються рубрик до яких належить даний пост, до прикладу: #користь_імбиру, #боротьба_з_акне, #волосся і тд.

Особливість написання хештегу в тому, що пробіл між словами ставити не можна, тому краще ставити нижнє підкреслення. На фото в додатку видно, що саме слово виділене синім кольором - це означає, що слово з гіперпосиланням та натиснувши на нього можна отримати всі пости з таким хештегом в середині каналу або ж по всім чатам.

Як шукати публікації по хештегам? Потрібно натиснути на пошук в телеграмі. Поставити решітку та ключове слово, яке описує основний мотив тексту. Після цього бачимо, що телеграм надав нам спочатку телеграм - канали, які містять даний хештег та на які підписаний власник телеграму з якого виконується пошук. Далі популярні телеграм-канали в яких є хештег. Під ними ваші особисті діалоги де було вжито цей хештег, якщо такі є. Якщо аналізувати важливість хештегів саме в телеграм – каналі можна зробити висновок, що це значно скорочує ваш час при пошуку потрібної інформації.

Однією із функцій телеграма, а саме взаємодія з читачами через тексти є коментарі. Налаштування коментарів – це включити їх для користувачів двома способами:

- прив'язати до вже створеної групи для обговорення;
- створити нову групу.

Тобто, для того, щоб читачі мали змогу коментувати потрібно обов'язково створювати додаткову групу. Якщо ви вирішили додати коментарі потрібно: створити додаткову групу, зайти в свій канал та натиснути у верхньому правому кутку «Змінити». Далі обрати « Обговорення» та обрати створену групу. В нашому каналі коментарі вимкнені, адже він спрямований на інформування та подання цікавої інформації.

Проте в нашому каналі є увімкнені реакції. В групах та каналах адміністратори мають право вмикати чи вимикати реакції. Це можна зробити через налаштування розділ «Змінити», далі реакції, якщо вмикати то можна обрати які саме реакції ви хочете дозволити для використання. В нашому телеграм каналі вони доступні. Таким чином ми можемо відслідковувати, які публікації аудиторії подобаються більше. Вважаємо, що це необхідний інструмент для отримання зворотного зв'язку з аудиторією.

Повернемося до рубрик, у кожній з них містяться певні публікації до головної теми рубрики. Завдяки цьому читач може виокремити для себе теми та публікації, які йому потрібні.

У рубриці «Поради народної медицини» ми розповідаємо про цікаві можливості та лайфхаки, плюси чи мінуси лікування нетрадиційними ліками. Наприклад, розповіли про плюси та мінуси імбиру. Зазвичай при стані хвороби всі вживають чай з лимоном та імберем, але мало хто знає, що імбир має властивість прискорювати обмінні процеси через які ліки не встигають засвоюватись в організмі. Також даний пост буде корисним до читання людям, які мають захворювання цукрового діабету, виразки шлунку та вагітним жінкам.

Також ще одна публікація із даної рубрики про користь сухофруктів, а саме сушені фініки, курага, чорнослив, банан, ізюм, суха вишня. Більшість з нас має частину з них в своєму щоденному раціоні, проте чи знаємо яку користь можуть нести ці сухофрукти? В пості ми розповіли про всі позитивні сторони, вміст вітамінів та завдяки чому та на що впливає дана продукція. Сухофрукти – доступні в покупці для будь-якої людини та можуть допомогти зберегти ваші кошти, вирішивши проблеми зі здоров'ям.

Також однією із публікацій даної тематики є «30 способів використання перекису водню». Впевнені, що в аптечці кожної людини є цей засіб, звісно традиційно його використовують, як антисептичний засіб, але він має ще деякі властивості. Найнезвичніший спосіб використання перекису – це для приготування маринаду для м'яса, освітлення чи мелірування волосся, відбілювання нігтів, при зубному болю, очищенню шкіри та навіть видаленню мозолів. Коштує перекис недорого, але має при цьому великий список унікальних можливостей.

Наступна рубрика «Корисні поради фахівців». В даній рубриці ми детальніше зібрали поради фахівців різних сфер життя. Наприклад одна із публікацій – порада від трихолога. Трихолог – лікар, який займається лікуванням та дослідженням волосся та шкіри голови. В пості з нашого каналу розповідається про правильне використання та правильний підбір щітки для волосся. Зазвичай більшість дівчат, при купівлі щітки, звертають увагу на зовнішній вигляд, оздоблення та бренд. А це є невірним. Адже кожна щітка, має свої властивості. Ваш тип волосся та структура також повинна враховуватись при виборі щітки, наприклад пухнасте волосся треба розчісувати щіткою браш з натуральною щетинкою. А для неслухняного та схильного до заплутування волосся підійде щітка з гнучкими зубчиками різної довжини. Загалом в цій публікації детально розписані щітки для кожного типу волосся.

Ще один пост з даної рубрики « Як подбати про своє психічне здоров'я». В умовах сучасності, в реаліях життя українців надважливим аспектом є вміння дбати про своє не тільки фізичне, а й психічне здоров'я. В даній публікації

описані способи, яким повинна слідувати кожна людина. Основні з них: збалансовано харчуватись, достатньо спати, бути фізично активним, спілкуватись з людьми, обирати змістовні справи. Загалом про такі аспекти свого життя варто не забувати та підтримувати себе тонуші. Тим паче в такі тяжкі часи.

Ще однією рубрикою є «Догляд за собою». В ній розповідаємо про цікаві варіації догляду за своїм зовнішнім виглядом. У публікації «Що таке акне?» розповідаємо про основні причини загострення та сприяння розвиненню акне. Зазвичай все дуже індивідуальне та догляд повинен бути прописаний саме від лікаря, тому даний пост несе інформативний характер про причини розвинення захворювання. Наприклад на акне може посприяти навіть пар чи ультрафіолетове випромінювання. В публікації розповіли, як саме здійснюється цей вплив.

Наступна публікація в даній рубриці «Догляд за шкірою рук в холодну пору року». Взимку більшість людей зіштовхуються з проблемою сухості шкіри рук. Сильний холодний вітер, морози, нестача сонячного світла – всі ці фактори впливають на шкіру делікатної зони рук. В нашій публікації розповідається про правильний догляд за шкірою рук та кутикулу та як вірно підібрати який саме та коли крем для рук потрібно наносити. Більшість людей купують будь-який засіб для зволоження шкіри, але це не вірно. Все залежить від часу в який ви будете перебувати на вулиці в холодну пору року. Тому такі деталі прописані в публікації для розповсюдження інформації про правильний догляд за нашими ручками.

Наступна рубрика «Бюджетні косметичні засоби». В даній рубриці підібрані тільки українські виробники, так як наш канал орієнтований на популяризацію саме українських брендів. Однією публікацією із даної рубрики є «Український бренд професійної доглядової косметики за шкірою та волоссям «Тапоуа»». В цьому пості є вступна частина (яка взята з офіційного сайту бренду) про основні дані з приводу цього бренду. Такі як: основні компоненти, поява на ринку та випробовування в лабораторії. Далі детальніше розповідаємо

про бюджетний варіант крему від даного виробника, а саме: активні компоненти та заявлена дія крему. Також в пості вказана ціна та короткий підсумок по прочитаним відгукам про продукцію.

Ще один матеріал із цієї рубрики «Mr.Scraber – компанія, яка любить вашу шкіру». Назвою до публікації слугував девіз цієї компанії. Цікаво, що більшість користувачів даного бренду не знали, що це саме український виробник, який активно представляють свою продукцію не тільки в Україні, а й в Польщі, Молдові, Катарі та Азейбарджані. В даній публікації ми описали дату виходу на український ринок, загальні відомості про бренд та їхню сертифікацію. Також для конкретного розгляду взяли продукт, описали його ціну, властивості та компоненти. Також почитали відгуки та зробили короткий висновок про даний продукт за відгуками. Основні відомості про бренд та склад продукції знайшли на офіційному сайті.

Рубрика «Бувальщина», цікаві факти про медицину та красу минулого. Сучасність надає нам можливості добре та без шкоди для себе бути гарними та красивими. На жаль, так було не завжди. Стародавні методи лікування були не завжди надійними, а інколи смертельними. Пост «Лікування ртуттю?» про небезпечний метод лікування, який використовували наші предки. На даний момент для нас – це небезпечна та смертельна рідина, але до початку 20-го століття її вважали цілющим еліксиром. За допомогою ртуті намагалисьвилікувати будь-яку хворобу, а про серйозні чи смертельні наслідки не задумувались.

Також публікація з даної рубрики «Еталони краси по-українські». Тут ми розповіли, про жіночу красу в давнину, які жінки вважались гарними. В умовах сучасності не існує еталона краси, кожен може обрати стиль, який йому до душі. В давнину з цим було складніше. Все мало б бути строго та дівчина не мала б відхилятися від норми вигаданих стандартів краси. В публікації детальніше описали про: тодішню косметику і чи взагалі вона тоді існувала, про фігуру ідеальної жінки, про волосся і тд.

Залишилась ще одна рубрика «Все про вітаміни». Вітаміни – обов’язковий компонент в житті кожної людини. Для нормального функціонування організму потрібно вживати вітаміни, але які саме потрібні. Перша публікація з теми «Для чого потрібен вітамін А». Більшість людей не завжди розуміють користь вітамінів та їх значення. В даному пості ми детальніше розповіли про роль в організмі вітаміну А. Детальніше в каналі можливо дізнатись про роль вітаміну та його властивості, добову потребу організму та основні продукти, які містять цей вітамін. Аналогічного типу публікації є ще про деякі види вітамінів.

Отже, публікації в телеграм-каналі «Файна бандерівка» на сьогодні створюються на основі відкритих джерел інформації, але згодом наш канал планує залучати до співпраці відомих фахівців – дієтологів, психологів, косметологів та інших. Залучення фахівців, їх поради та можливість задавати їм питання неодмінно стане додатковим плюсом для залучення цільової аудиторії та вплине на унікальність каналу.

2.3. Статистика та методи просування проєкту в соціальних мережах

На даний час наш канал має вже 146 підписників. Телеграм дозволяє відкривати статистику вашого каналу від 50 підписників, а це означає, що свою статистику ми вже можемо перевірити. До речі, функція перегляду статистики з’явилась після оновлення 6.0 версії месенджера.

Для того, що б мати змогу побачити статистику потрібно зайти до самого месенджера. Далі натискаємо на наш канал та переходимо на безпосередньо сам профіль каналу. Перед собою бачимо можливості функціоналу серед них обираємо та натискаємо на три крапки. Обираємо розділ «Статистика», яка дає інформацію про весь функціонал каналу від створення. Можемо бачити такий перелік інформації стосовно каналу: загальні дані, зростання за періоди, статистика стосовно підписання та відписок підписників, сповіщення, перегляди по годинно, джерела переглядів, джерела підписників, мова,

взаємодія з контентом, останні публікації. Розберемо детальніше кожен підпункт статистики стосовно нашого телеграм каналу.

«Загальні дані про канал» - в цьому підпункті ми можемо побачити такі дані, як кількість підписників в нас це - 146, перегляд публікацій - 142, також у скількох підписників (у відсотковому стані) увімкнені сповіщення – 66,44%, та кількість пересланих публікації - 0 (Додаток В).

«Зростання» - відображає загальний графік підписок та відписок аудиторії. На нашому телеграм – каналі найвищий момент зростання аудиторії з 11 січня до 13 січня та 18 січня. Проаналізувавши це можна пояснити – рекламою через свій акаунт у інших соціальних мережах та рекламою в телеграм-каналі з подібною тематикою (Додаток Г).

«Підписники» - в даному графіку зображено динаміку підписок та відписок користувачів. Найбільший приріст аудиторії спостерігається 12 січня та 19 січня (Додаток Г).

«Сповіщення» - підрозділ статистики, який аналізує та надає інформацію про кількість людей, які увімкнули або вимкнули сповіщення в певний період. Розглядаючи графік видно, що змінна рухається в бік вимкнення сповіщень, це не є дивним, адже не завжди є зручним отримувати звукові сповіщення від каналу. Набагато зручніше в будь-який вільний час зайти в улюблений канал та передивитись нову інформацію.

«Перегляд погодинно» - тут ми можемо бачити графік з кількістю переглядів погодинно. Це до речі може допомогти визначити час в який найкраще публікувати пости. Якщо переглянути наш графік то можемо побачити, що найбільш вдалий час для опублікування це з 10:00 по 11:00 та о 13:00 по 15:00, а о 06:00 та з 18:00 по 19:00 ну і звісно після 23:00 найнижчий показник переглядів (Додаток Д).

«Джерела переглядів» - можемо побачити за допомогою яких джерел аудиторія побачила пости каналу «Файна Бандерівка». Серед них є такі підпункти : Підписники (якщо хтось із моїх підписників поділився посиланням), пошук (якщо канал знайшли через загальний пошук в телеграмі),

URL (перегляд через особистий лінк), особисті чати (перегляди від пересилання в особисті чати) та інше. На даний момент за статистикою маємо такі результати: підписники – 267, URL – 732, Пошук – 5, усього – 1004 (Додаток Е).

«Джерела підписників» - тут зображено за допомогою якого методу розповсюдження аудиторія знайшла канал. Тут є підпункт пошук (через загальний пошук телеграма) та URL (за допомогою особистого лінку). В нас підписники знайшли канал через URL – за весь час 149 (без урахувань відписок) (Додаток Є).

«Мова» - цей розділ статистики не варто плутати із геолокацією аудиторії. Мова – показує, яка мова встановлена в додатках підписників. В нас маємо такі данні Українська – 68%, Російська- 31%, Німецька – 1%, Англійська – 1% (Додаток Ж).

«Взаємодії» - це показники активності аудиторії, а саме переглядів та поширення публікацій. За даними можливо зробити висновок, що найбільш переглядів було зроблено в період - 19 січня 1004, а поширень – 13 січня 3 (Додаток З).

Далі є загальний аналіз по переглядам останніх публікацій – найбільше переглядів зібрала публікація – «Український бренд професійної косметики Тапоуа».

До недавна розвиток каналу «Телеграм» доводилося відстежувати вручну або за допомогою зовнішнього сервісу. Знадобилися роки, щоб розробники телеграму прислухалися до думки своїх користувачів і нарешті додали розділ із детальною статистикою, оскільки робити це вручну забирає багато часу і сил, а сервіс не дає повної картини. Це дало змогу менеджерам зрозуміти, чому підписники йдуть, які рекламні інструменти приводять нових глядачів на канал, які пости є «вірусними», а які ні.

Перед тим, як обрати методи просування для нашого каналу потрібно розібратись із цільовою аудиторією. Відразу розуміємо, що це україномовна аудиторія віком від 16 років. Зараз наша кількість підписників – 146. А це

означає, що є над чим працювати для розвитку та приваблення ширшої аудиторії. Телеграм-канал, напевне один з месенджерів в якому немає таргетованої реклами. Реклама в телеграмі – це не автоматичний процес. Тобто будь-яке опубліковане рекламне сповіщення в каналах телеграма – це рішення адміністратора даного каналу. Для того, щоб прорекламувати ваш канал потрібно:

- Знайти телеграм-канал в якому активна аудиторія (підписників може бути й 100000, але чи є в цьому користь якщо вони пасивні);
- Підібрати канал з схожою тематикою, адже якщо у вас канал про одне, а ви рекламується в зовсім іншій тематичній сфері є вірогідність, що отриманий результат буде відрізнятись від очікувань;
- Далі зв'язатись з рекламним менеджером даного каналу, вирішити всі організаційні моменти та домовитись про час запуску реклами.

Просування каналу, делікатна річ. Потрібно добре вивчити свою цільову аудиторію та розуміти подальше планування ваших дій. Є декілька варіацій рекламування каналів – це можуть бути безкоштовні методи та повноцінна реклама через інші канали. Для рекламування нашого телеграм каналу було використано декілька методів:

- Розповсюдження через знайомих та друзів методом «Сарафанного радіо».
- Просування через власні соціальні мережі за допомогою публікацій яких закликаємо до підписки на наш канал (Додаток II).
- Реклама в телеграм-каналі спорідненим за темою, але з більшою кількістю підписників (Додаток I).

Загалом соціальні мережі вже давно стали відголосом слова журналістика. Якщо вивчати цю сферу то на арені соціальних мереж можливо побачити, що майже кожне ЗМІ, телеканал, інтернет-видання створили дублюючі сторінки в месенджерах.

Отже, телеграм вже давно посів провідне місце в життя кожної людини, адже тут все мобільно, зручно та швидко. Якщо в традиційних ЗМІ підготовка

до випуску новин може бути до тижня, то в телеграмі через лічені хвилини можливо написати новину та відразу додати фото чи відео матеріал. Звичайно будь-який канал потребує реклами для розширення кола своєї аудиторії. Потрібно завжди триматись «на плаву» нагадуючи про свій канал на різних можливих платформах чи соцмережах. Для успішного просування нашого каналу потрібно бути на одній хвилі з читачами та надавати цікаву, а головне корисну інформацію.

Висновки до розділу 2

Вже давно не є дивним те, що соціальні мережі є великою частиною життя будь-якої людини. Якщо аналізувати час проведений в мережах, то напевне більшість вільного часу ми проводимо саме в телефоні. Звісно традиційні ЗМІ також пристосовуються до нових умов реальності. Адже соціальні мережі існують не тільки для розваг та листувань, а й для інформування.

Створення власного телеграм каналу – це непростий та потребуючий підготовки крок. Перш за все – це потребує багато часу, фантазії, креативності, а головне бажання цим займатись та розвиватись в даній сфері. Головне розуміти цю мережу, знати, який присутній функціонал: можливість наповнення не тільки текстовим, а й візуальним контентом, можливість написання та виділення текстів різними шрифтами, якщо не має змоги в певний час публікувати тексти то є можливість створити відкладену публікацію, яка замість вас опублікується в назначений час, способи перегляду статистики і тд. Потрібно розуміти чому саме ваш канал повинен зацікавити увагу аудиторії, що будете публікувати.

Контекстне наповнення каналу також потребує підготовки. Потрібно зрозуміти хто ваша цільова аудиторія, обрати тему, яка буде цікава і вам і читачу, розібратись в даній проблематиці та підготуватись до подальшої праці над своїм проєктом.

У нашому каналі є рубрики, в кожній з яких є публікації, що є аспектом висвітлення проблематики цієї рубрики. Загалом ми створили 6 рубрик: корисні поради від фахівців, догляд за собою, все про вітаміни, бувальщина, бюджетні косметичні засоби та поради народної медицини. Кожен з постів потребував ретельного добору та перевірки інформації, адже тільки так можливо отримати довіру читачів.

Якщо повернутись саме до технічних моментів створення каналу, то потрібно обов'язково продумати етапи створення логотипу, опису, назви та хештегів. Адже візуальне оформлення каналу також має неабиякий вплив на перше враження від читача. Потрібно, щоб канал відрізнявся та мав свою особливість та унікальність.

Переглядаючи статистику каналу, стали зрозумілі погляди аудиторії, яка інформація для них є актуальною, в який час найзручніше переглядати публікації. Всі ці фактори мають вплив на подальший розвиток телеграм-каналу.

Отже, процес створення власного каналу, його наповнення, рекламування є важкою роботою, яка весь час потребує уваги. Головним завданням адміністратора є зацікавлення читачів та підтримка актуальності контекстного наповнення.

ВИСНОВКИ

Телеграм, як мережа надає можливість розвивати та поширювати журналістський контент. В цій дипломній роботі було досліджено, телеграм як соціальну мережу в ролі сучасної платформи для публікації власних матеріалів.

За останні роки телеграм залишається одним із найзручніших мобільних месенджерів. Адже він зручний, швидкий, доступний, оперативний у можливостях публікувати інформацію. Дана соціальна мережа з'явилась ще в 2013 році та з того моменту все більше набуває актуальності серед користувачів. Та з кожною версією оновлюється.

В даній роботі було досліджено та описано історію розвитку платформи телеграм та його особливості. Детально описані нові можливості та загальний функціонал месенджера. Також було описано загальну значимість соціальних мереж в сучасному світі, цим самим виконали завдання роботи: «дослідити соціальні мережі як інструмент спілкування». Адже будь-яка людина вже не може уявити свого життя без користування соціальними мережами. Віртуальне життя займає більшу частину нашого вільного часу. За чашкою кави чи за сніданком зазвичай всі люблять подивитись свіжі новини, або ж переглянути нові світлини в блогах своїх друзів. Тому такі месенджери, як телеграм стали вже невід'ємною частиною життя кожної людини.

Кількість скачувань телеграму через різні онлайн магазини з кожним роком має тенденцію збільшуватись. Телеграм значно виділяється своїм багатим функціоналом, оновленими можливостями. Отже, ця соціальна мережа займає провідне місце серед клауд-месенджерів та є доволі перспективною в своєму розвитку, адже вже зараз входить в десятку найпопулярніших програм.

Також ми детально розписали технічні можливості роботи в телеграм-каналі та його особливості – таким чином, виконали ще одне завдання схарактеризували особливості соціальної мережі «Телеграм». Наприклад,

розповіли, що можливо робити з публікаціями, статистику телеграму, методи реклами та створення власного каналу.

Також в роботі описані методи поширення контенту – цим самим виконано ще одне завдання: «проаналізувати поширення контенту в телеграм-блогах». Ми описали, що є декілька видів поширення інформації за допомогою власних сил, або ж реклами. У телеграм-каналах адміністратор має можливість постити власні тексти, які читачі можуть поширювати (при поширенні видно гіперпосилання на першоджерело). Можна просувати власний канал за допомогою інших соціальних мереж, зробивши на своїх сторінках рекламу. Або ще один варіант купувати рекламу у каналах з більшою аудиторією та подібною тематикою контенту.

У ході виконання останнього завдання – розробити власний телеграм канал «Файна Бандерівка» ми виявили, що для успішності вашого каналу потрібно вигадати свій стиль, заявити про канал, як про щось унікальне. Загально – зробити так, щоб він вирізнявся з-поміж інших. Також канали є публічні, де через пошук будь-хто зможе знайти ваш канал, або ж приватні доєднатись можливо тільки за посиланням.

Адміністратор телеграм-каналу має змогу публікувати матеріал, завантажувати фото та відео, проводити опитування і т.п. За допомогою статистики адміністратори вивчають потреби аудиторії та їхню перевагу в інформації.

Також однією із переваг даного месенджера є те, що в вашій інформаційній стрічці можливо закріплювати канал з інформацією, яка вам потрібна. Перевага в тому, що є чат, який «Збережене» - це типу ваш особистий нотаток, там можливо зберігати інформацію, фото та відео, посилання, голосові повідомлення чи музику. Це все значно спрощує життя, адже через пошук в збереженому можна зі лічені хвилини знайти потрібну інформацію.

За допомогою методів спостереження та порівняння було проаналізовано особливості та специфіку роботи телеграму та зроблені висновки про важливість телеграм-каналів, як одних із розповсюджувачів інформації.

Отже, телеграм в сучасних умовах взагалі зайняв провідну роль, адже зараз важливо, як ніколи оперативно дізнаватись правдиву інформацію. Звісно, можливо зробити висновок, що найбільшої популярності набирають канали, які створені як дочірні до основних ЗМІ. Люди слідкують за правдивістю інформації, яку їм надають. Тому якщо канал дезінформував попередньої довіри від аудиторії після дезінформації можна не очікувати.

Також ми проаналізували та детально розглядали 4 блоги, два з яких саме телеграм-канали на тематику здоров'я та краси. Зробили для себе детальний розбір аудиторії та статистики каналу, проаналізували матеріали викладені в цих каналах. На основі досліджень зрозуміли, що запорука їхнього успіху – це стабільність, досвідченість та знання своєї цільової аудиторії та їх потреб.

Наш канал про красу та здоров'я на даний момент має 146 підписників. Ця інформація завжди буде цікава та актуальна читачам. Якщо всі цікаві теми стосовно краси та здоров'я будуть зібрані в одному каналі, то читачам не треба шукати через гугл інформацію, яка їх цікавить, а варто тільки зайти до нашого каналу.

Публікації на нашому каналі за допомогою хештегів можна поділити на 6 рубрик: поради народної медицини (в цій рубриці розповідається про корисні метод лікування за допомогою народних засобів), все про вітаміни (тут розповідаємо про користь та рекомендовану норму вітамінів), догляд за собою (корисна інформація щодо догляду за зовнішнім виглядом), корисні поради фахівців (зібрані поради від фахівців різних сфер), бувальщина (цікаві факти про лікування, що використовувались у минулому), бюджетні косметичні засоби (розповідаємо про засоби українських виробників).

Ми використовуємо хештеги для кращої орієнтації наших читачів, які швидко зможуть знайти потрібну їм інформацію на каналі. Зокрема, ми використовуємо загальні хештеги: #здоров'я, #краса, #health, #beauty. Також присутні особисті брендовані: #файна_бандерівка, #FBmedical, #FBspecialists, #FBcare, #FBvitamins, #FBcosmetic, #FBantiquity. Та хештеги, які безпосередньо

стосуються рубрик до яких належить даний пост, до прикладу: #користь_імбиру, #боротьба_з_акне, #волосся і тд.

Завдяки визначенню цільової аудиторії, підбору цікавої тематики, ретельному відбору інформації та реклами вдалось отримати результат, на каналі поступово збільшується кількість підписників. З приводу власного телеграм каналу – маємо на меті продовжувати розвивати, збільшувати свою цільову аудиторію та просувати україномовний контент. Телеграм-канал «Файна Бандерівка» й надалі буде розширюватись. Є перспектива росту підписників, яка можлива за допомогою реклами та цікавої, унікальної інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутиріна М. Telegram-канал як мета-ЗМІ: комунікаційні особливості. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі :матер. II Всеукр. Наук.-практ. Конф.* (м. Запоріжжя, 9–10 квітня 2020 р.). Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2020. С. 138–141
2. Васьківська О. Особливості інформаційних каналів соціальних мереж під час російсько-української війни. *Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства в сучасних умовах: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. Полтава: ЦФЕНД, 2022. Ч. 2. С. 72-73
3. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? *Current issues of mass communication*, 2013. Вип. 14, С. 65–69.
4. Гончарук С., Шурипа А. Нові медіа та традиційні ЗМІ у комунікативному полі. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*. 2019. No 2(1). С. 59–66.
5. Гуржій С. Сучасні загрозливі тенденції використання Telegram-каналів на шкоду державним інтерсам. *Інформація і право*. 2021. No 4(39). С. 162–169.
6. Гуторова Н., Крамер А. Предпосылки трансформации Telegram-канала в новостное СМИ. *Студенческий форум: научный журнал*. 2021. No 39(175). Часть 1. С. 28–30.
7. Дідик, Л. Інтернет-комунікації vs соціальні мережі: причини «popularization». *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*. 2013. Вип. 14. С. 84-93
8. Жугай В. Телеграм-канали як інструменти медіа та політичного впливу. *SworldJournal*. 2020. С. 58–64.
9. Макінтайр Л. Постправа. Київ : «ArtHuss», 2021. 236 с.

10. Морено Я. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе. Москва : Академический Проект, 2001. 384 с.
11. Нікітенко Є., Омецинська Н. Система пошуку медіаконтенту у месенджері Telegram. *Математичні машини і системи*. 2021. No 1. С. 42–51.
12. Онищенко О., В. Горовий, В. Попик. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства. Київ : НБУВ, 2014. 260 с.
13. Тонкіх І. Види мультимедійного контенту у журналістських телеграм-каналах. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції*. 2021. С. 139–143.
14. Coleman J.S. Social Capital. *The American Journal of Sociology*. Vol. 94. 1988. pp. 95-120.
15. Erdos P. Renyi A. On the evolution of random graphs. *Publ. Math. Inst. Hungar. ACAD. Sci.*, 1960. V. 5. pp. 17–61.
16. Granovetter M. The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Vol. 78. No. 6. May 1973. pp. 1360-1380.

Електронні ресурси:

17. Балугев, Д. Каминченко, Д. Новые средства массовой информации: проблемы теоретического осмысления. URL: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/0/9101edc8fce0d93644257d2c00309e40?openDocument&Click> (дата звернення 19.10.2022).
18. Бега В. На засновника найпопулярнішого опозиційного Telegram-каналу Білорусі Nexta Live завели справу. URL: <https://hromadske.ua/posts/na-zasnovnika-najpopulyarnishogo-opozicinogo-telegram-kanalu-bilorusi-nexta-live-zaveli-spravu> (дата звернення 09.10.2022).
19. Від «корони» до Шарія: аналіз найпопулярніших українських телеграм-каналів (уточнено). URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vid-korony-do>

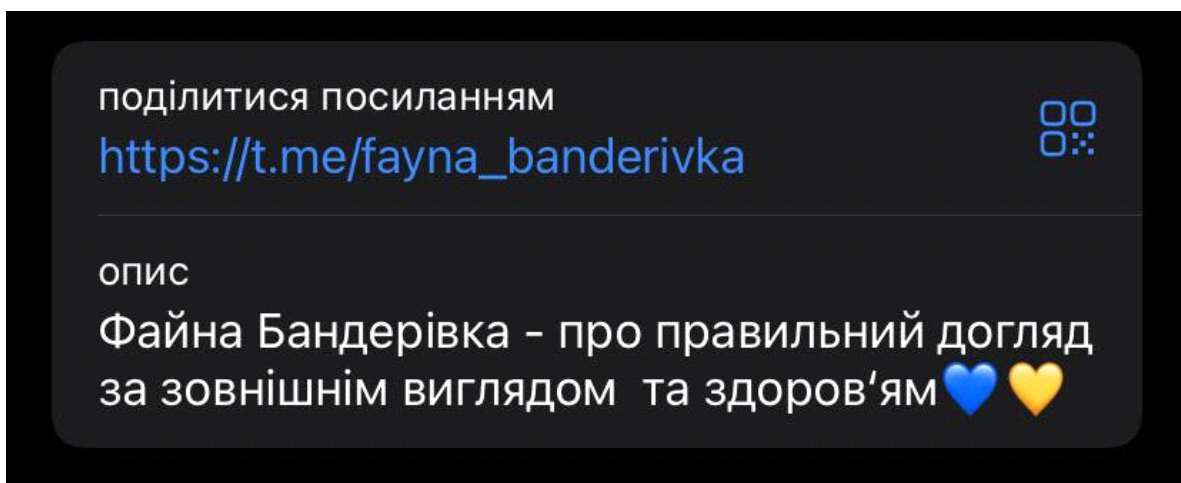
- shariya-analiz-najpopulyarnishyh-ukrayinskyh-telegramkanaliv-i41267 (дата звернення: 13.10.2022).
- 20.Года М. Telegram: історія створення месенджера, боти та блокування сервісу. URL: https://techno.24tv.ua/telegram-bot-shho-tse-istoriya-stvorenniya-oglyad-na-telegram-kanali_n1343625 (дата звернення 01.10.2022).
- 21.Інстаграм-блог dr.evelina. URL: <https://instagram.com/dr.evelina?igshid=NTdIMDg3MTY=> (дата звернення 20.10.2022).
- 22.Інстаграм-блог evgeniya_danilenko_. URL: https://instagram.com/evgeniya_danilenko_?igshid=NTdIMDg3MTY= (дата звернення 20.10.2022).
- 23.Исследование аудитории телеграмм 2021. URL: <https://tgstat.ru/research-2021> (дата звернення 01.10.2022).
- 24.Кирилов А. Телеграмм-каналы как новейшая трансформация социальных медиа в условиях авторитарных режимов. URL: http://discourseanalysis.org/ada20_1/st150.shtml (дата звернення: 09.10.2022).
- 25.Кошельник Д. Исследование украинского Telegram: кто, почему и как использует мессенджер в Украине. Vector. URL: <https://vctr.media/ukrainskiy-telegram-5000-15716/> (дата звернення: 10.10.2022).
- 26.Мельник О. Еволюція месенджерів – коротка історія індустрії повідомлень за минулі 40 років. URL: <https://nachasi.com/tech/2017/11/13/evolyutsiya-mesendzheriv/> (дата звернення 23.10.2022).
- 27.Психологія кольору в дизайні логотипу. URL: <https://spilno.org/article/psykholohiya-koloru-v-dyzaini-lohotypu> (дата звернення 22.12.2022).

28. Сприйняття різних кольорів людиною.
[https://wiki.cuspu.edu.ua/index.php/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F_%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8E"0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8E](https://wiki.cuspu.edu.ua/index.php/%D0%A1%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D1%8F%D1%82%D1%82%D1%8F_%D1%80%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%85_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D1%8E) (дата звернення 25.12.2022).
29. Телеграм-канал «Здоров'я та краса». URL: https://t.me/health_and_beautyuuu (дата звернення: 15.10.2022).
30. Телеграм-канал «Формула здоров'я». URL: <https://t.me/formulazdorov> (дата звертання 15.10.2022).
31. Телеграм-канал «100 Советов админу в Telegram». URL: <https://t.me/Addinfo> (дата звернення 25.12.2022).
32. Що варто знати про Телеграм перед тим, як запустити свій канал. URL: <https://nachasi.com/tech/2019/05/03/why-telegram/> (дата звернення 22.12.2022).
33. All you need to know about Telegram – a Russian-made messaging platform with 500 million users. URL: <https://www.rbth.com/science-and-tech/333299-all-you-need-to-know-about-telegram> (дата звернення 12.10.2022).
34. Telegram for Business: Nurture a community of Prospects with Telegram. RouteMobile. URL: <https://routemobile.com/blog/how-to-successfully-nurture-a-community-of-prospects-and-grow-your-business/> (дата звернення 18.10.2022).

ДОДАТКИ

Додаток А

Опис каналу



Розроблено автором

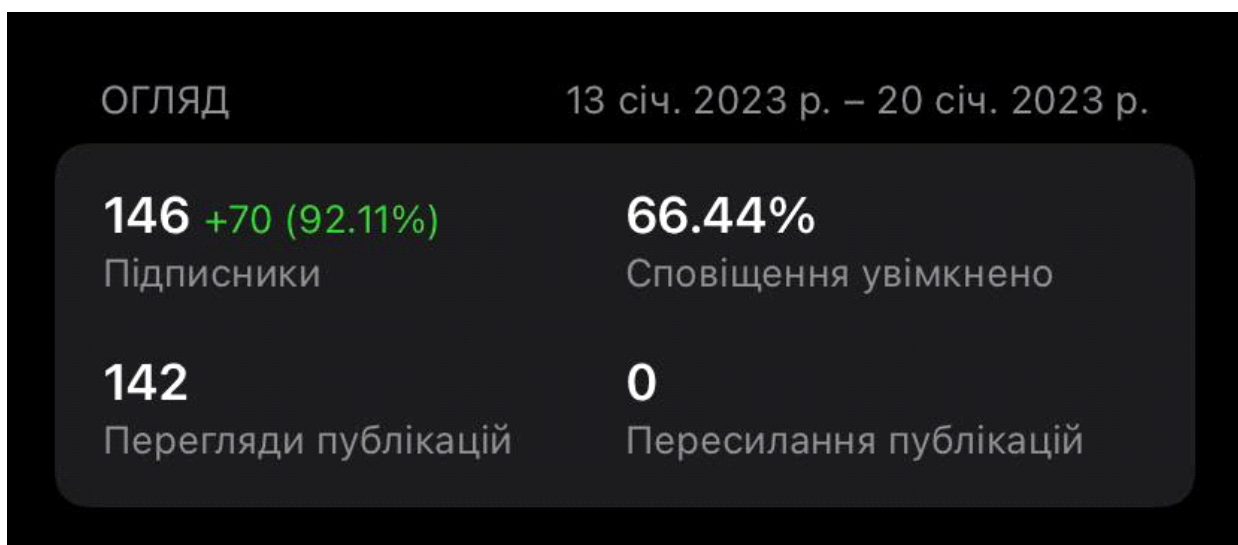
Додаток Б

Логотип телеграм-каналу



Розроблено автором

Додаток В
Загальна статистика каналу



Розроблено автором

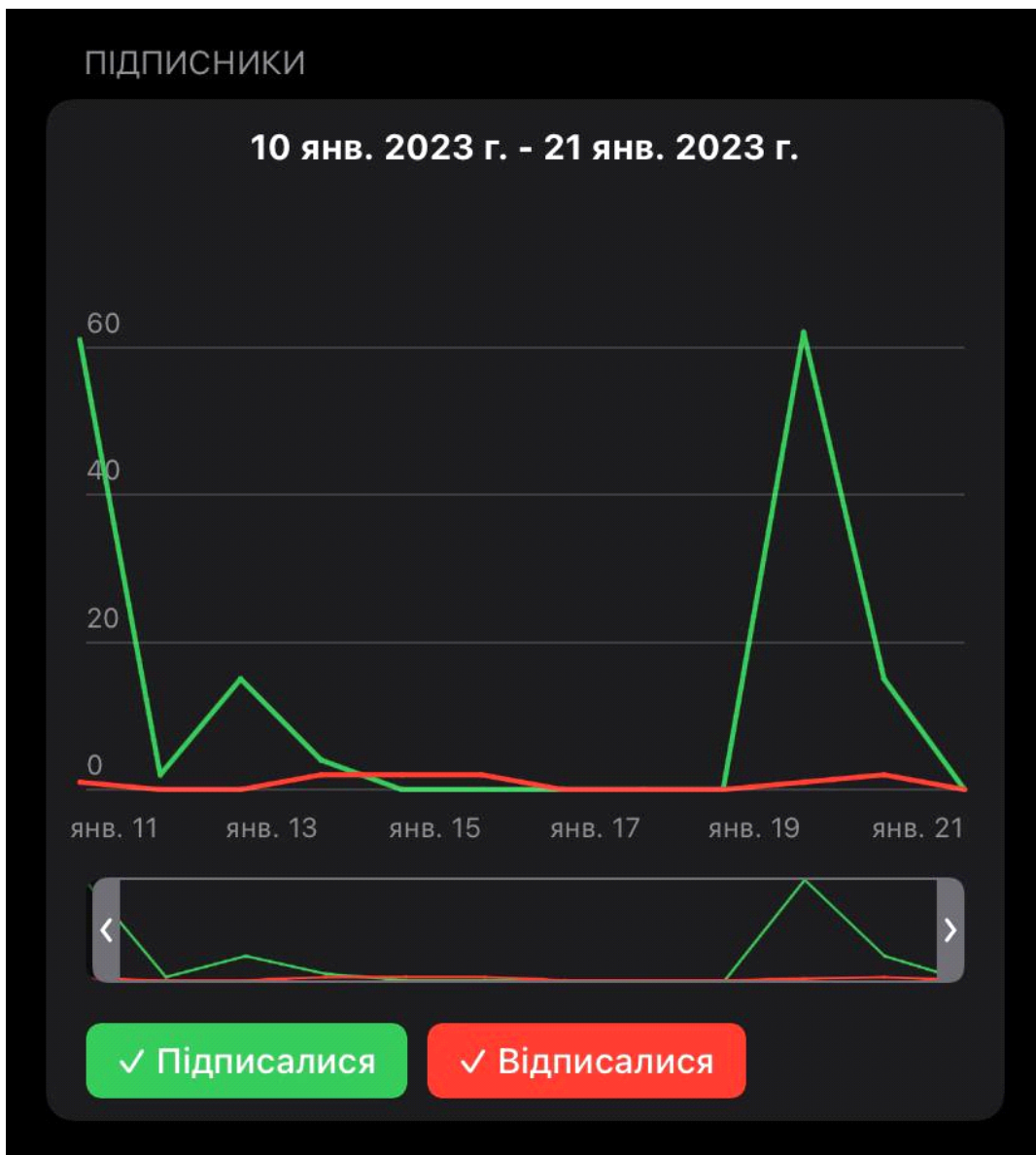
Додаток Г

Зростання підписників



Розроблено автором

Додаток Г
Динаміка підписників каналу



Розроблено автором

Додаток Д
Найзручніший час перегляду публікації



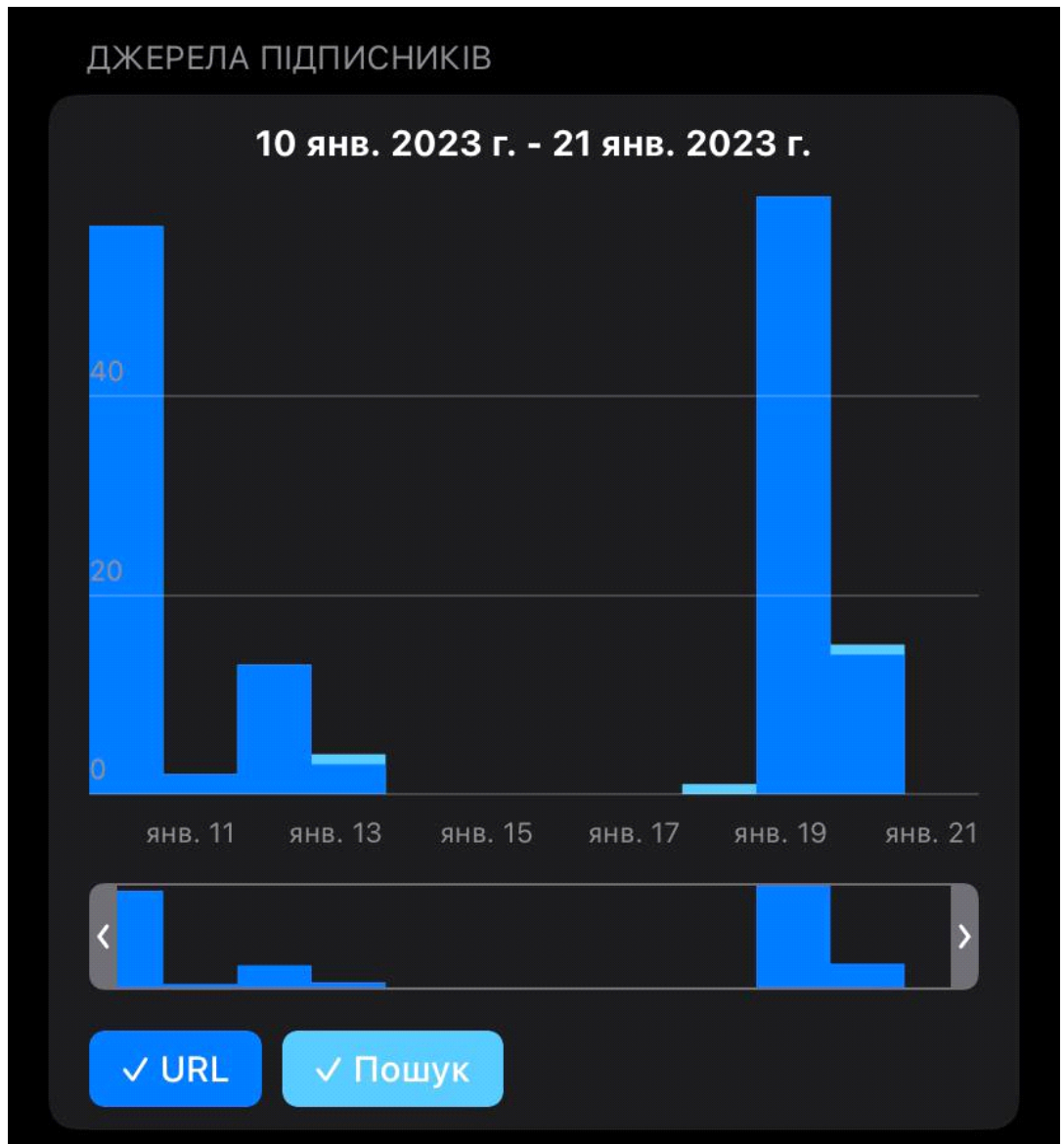
Розроблено автором

Додаток Е
Джерела переглядів



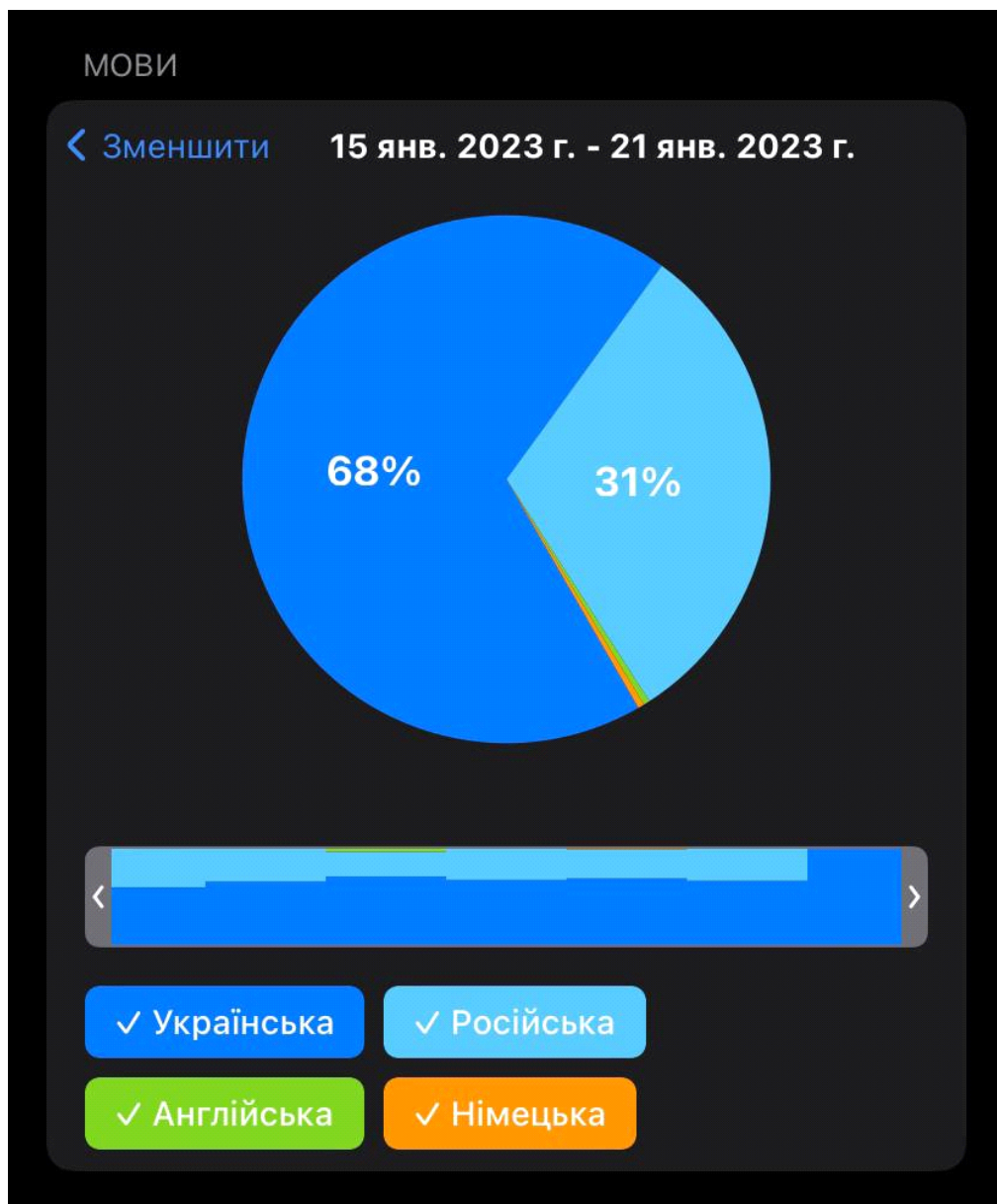
Розроблено автором

Додаток Є
Джерела підписників



Розроблено автором

Додаток Ж
Мова додатку підписників



Розроблено автором

Додаток 3

Взаємодія з публікаціями



Розроблено автором

Додаток И

Просування через власні соціальні мережі

Фото Аватари Музыка

 **Ніка Макеєва** 12 янв. · 👥 ⋮

Файна Бандерівка - про правильний догляд за зовнішнім виглядом та здоров'ям💙💛
Телеграм канал в якому можна дізнатись:

- Бюджетні косметичні засоби українського виробника;
- Секрети народної медицини;
- Чому вітаміни важливі;
- Тут зібрані найкращі поради від фахівців різних сфер.

Україномовний контент - для найкращих читачів.
Доеднуйся та підтримай Українське!🇺🇦

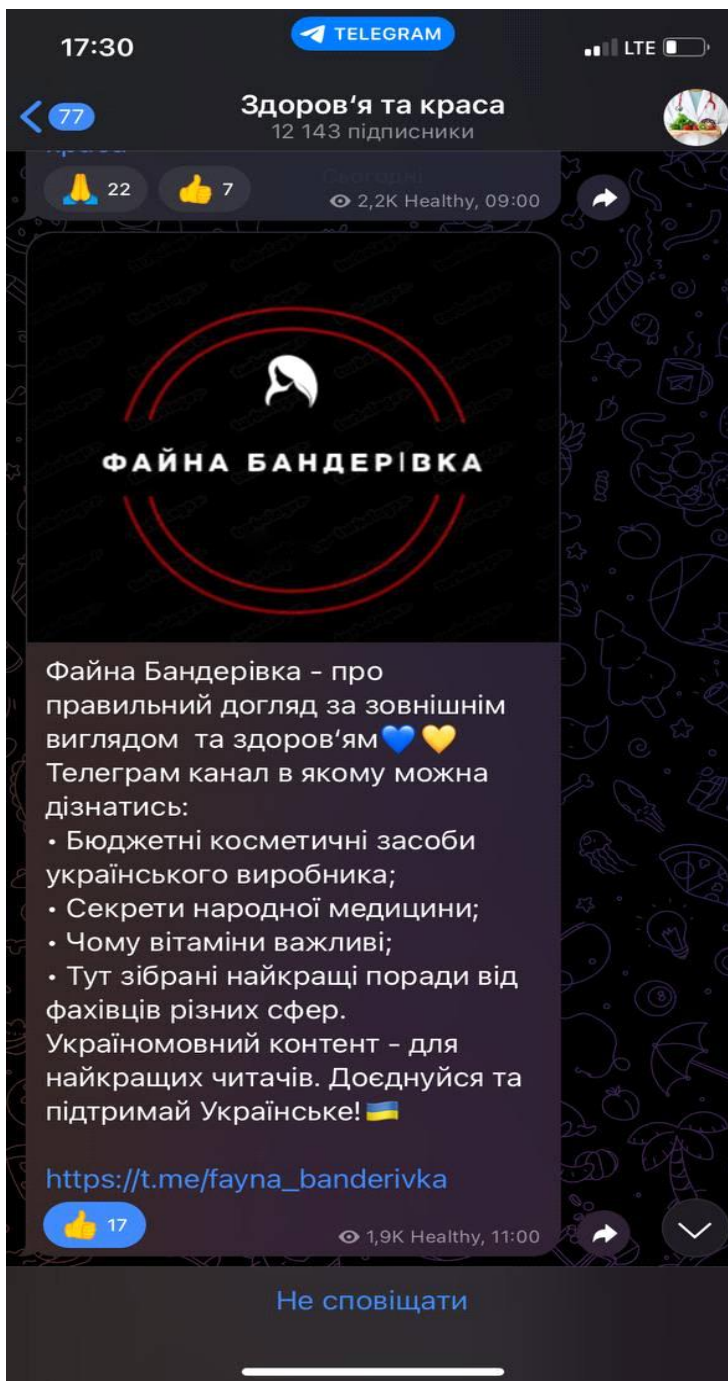


t.me
Файна Бандерівка

Розроблено автором

Додаток І

Реклама в телеграм-каналі



Розроблено автором