

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ
Завідувач кафедри
журналістики та мовної комунікації
проф. Світлана ХАРЧЕНКО
« ___ » _____ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК ІНСТРУМЕНТ АВТОРСЬКОЇ
ЖУРНАЛІСТИКИ»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра
кандидат політичних наук, доцент

Денис РУДЕНЬ

Виконала

Анастасія ШУЛЬЦ

КИЇВ – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри журналістики та
мовної комунікації
_____ Світлана
ХАРЧЕНКО
«__» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ
на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту
Шульц Анастасія Сергіївна

Спеціальність 061 Журналістика

Тему дипломного проєкту бакалавра: «ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК
ІНСТРУМЕНТ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ»

затверджено наказом ректора НУБіП України від «__» _____ 202__ р. № _____
«__»

Термін подання завершеної роботи на кафедрі 01.05.2025

Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра:

Застосовано такі методи: теоретичний, який дозволив систематизувати теоретичні матеріали щодо понять «популяція» в контексті сучасної журналістики; порівняльний, що сприяв узагальненню отриманої інформації: моніторинг Телерам каналів.

Перелік питань, які потрібно розробити: описати специфікацію продукту: будову та технічні характеристики, особливості роботи та авторський задум, цільову аудиторію; обґрунтувати інформаційний привід для створення проєкту «Твій Красилів»; описати основну ідею для створення проєкту «Твій Красилів»; створити власний інформаційний ресурс на платформі Телеграм, для оприлюднення проєкту «Твій Красилів» та його просування.

Дата видачі завдання «01» травень 2025 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Завдання прийняв до виконання

Анастасія Шульц

ЗМІСТ	
ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ.....	7
1.1. Визначення авторської журналістики та її основні характеристики....	7
1.2. Телеграм-канал як платформа для розвитку незалежної журналістики.....	9
1.3. Роль Телеграм-каналів у сучасному інформаційному просторі.....	13
Висновок до 1 розділу.....	17
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ТЕЛЕГРАМІ.....	18
2.1. Методи збору та аналізу даних у дослідженні Телеграм-каналів.....	18
2.2. Особливості використання Телеграму в умовах війни.....	22
2.3. Застосування методу «Комерсант» у дослідженні контенту Телеграм- каналів.....	25
Висновок до 2 розділу.....	28
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	29
3.1. Стратегії залучення та утримання аудиторії авторського Телеграм- каналу.....	29
3.2. Телеграм-канал «Мій Красилів» як проєкт авторської журналістики	33
3.3. Виклики та перспективи розвитку авторських Телеграм-каналів.....	34
Висновок до 3 розділу.....	37
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	39
ДОДАТОК.....	40

ВСТУП

Telegram-канали стали важливим інструментом авторської журналістики, який дозволяє журналістам та медіаекспертам поширювати інформацію безпосередньо, без цензури та посередників. У сучасному інформаційному просторі, де традиційні медіа часто піддаються впливу власників або державних органів, Telegram відкриває нові можливості для незалежної журналістики, забезпечуючи свободу слова та оперативність подачі інформації. Особливо актуальним це питання стає в умовах кризових ситуацій, зокрема війни, коли офіційні джерела можуть не встигати реагувати на швидкі зміни, а соціальні мережі та месенджери беруть на себе функцію першоджерел новин.

Авторські Telegram-канали дозволяють журналістам створювати унікальний контент, формувати власну аудиторію та взаємодіяти з нею напряму, що підвищує довіру до поданої інформації. Однак, попри всі переваги, використання Telegram-каналів у журналістиці пов'язане з низкою викликів, таких як проблема фактчекінгу, інформаційних маніпуляцій та монетизації контенту. Тому дослідження цього явища є надзвичайно важливим для розуміння ролі Телеграму в сучасній журналістиці, механізмів його функціонування та перспектив подальшого розвитку.

Робота спрямована на аналіз функціонування Telegram-каналів у контексті авторської журналістики, особливостей їх використання в умовах війни, а також на вивчення стратегій їхнього просування та залучення аудиторії. Результати дослідження можуть бути корисними як для журналістів, так і для дослідників цифрових медіа, оскільки дозволять оцінити ефективність цього формату журналістики та спрогнозувати його подальшу еволюцію.

Метою дослідження є аналіз функціонування Telegram-каналів як інструменту авторської журналістики, визначення їхнього впливу на сучасний

інформаційний простір та вивчення методів створення, просування і монетизації незалежного журналістського контенту.

Завдання дослідження

- розкрити теоретичні засади авторської журналістики та її особливості в цифрову епоху;
- дослідити специфіку функціонування Телеграм-каналів як медіаплатформ;
- визначити особливості використання Телеграму в умовах війни;
- проаналізувати основні методи створення та поширення авторського контенту в Телеграм-каналах;
- дослідити механізми взаємодії Телеграм-каналів з аудиторією та стратегії їхнього просування;
- оцінити перспективи розвитку Телеграм-каналів у сфері авторської журналістики.

Об'єкт дослідження: телеграм-канали як сучасний інструмент авторської журналістики.

Предмет дослідження: особливості функціонування Телеграм-каналів, методи створення контенту, механізми залучення аудиторії та вплив на інформаційний простір.

Методи дослідження

У ході дослідження використані такі методи:

- Контент-аналіз – для дослідження матеріалів популярних авторських Телеграм-каналів.
- Метод «Комерсант» – для аналізу особливостей інформаційного наповнення та взаємодії з аудиторією.
- Порівняльний аналіз – для зіставлення Телеграм-каналів із традиційними медіа та іншими цифровими платформами.
- Статистичний аналіз – для вивчення динаміки зростання аудиторії, активності підписників та ефективності різних моделей просування.

–Метод експертного опитування – для оцінки перспектив розвитку Телеграм-каналів у сфері журналістики.

Практичне значення дослідження

Результати дослідження можуть бути використані журналістами, медіаменеджерами, дослідниками цифрових медіа та власниками Телеграм-каналів для ефективного створення, просування та монетизації авторського контенту. Отримані висновки допоможуть розробити рекомендації щодо оптимізації взаємодії з аудиторією, підвищення довіри до інформації та впровадження нових підходів у веденні незалежної журналістики через Телеграм.

Структура роботи: вступ, основна частина з розділами та підрозділами, висновки, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ

1.1. Визначення авторської журналістики та її основні характеристики

Авторська журналістика – це особлива форма журналістської діяльності, що передбачає створення унікального контенту, заснованого на особистому стилі, світогляді та професійному досвіді автора. Від традиційної журналістики вона відрізняється більшою суб'єктивністю, акцентом на особистій інтерпретації подій та прагненням до формування унікального голосу в інформаційному просторі. У сучасному медіасередовищі авторська журналістика стала важливим напрямом розвитку, адже дозволяє журналістам самостійно створювати контент, поширювати його через цифрові платформи та взаємодіяти з аудиторією без посередництва редакцій та великих медіакомпаній.

Феномен авторської журналістики має давню історію, яка бере початок ще з публіцистичних жанрів у друкованій пресі. Відомі журналісти та публіцисти ХІХ–ХХ століть, такі як Марк Твен, Джордж Оруелл чи Ганна Арендт, активно використовували авторський підхід у своїй роботі, пропонуючи не лише інформативний, а й аналітичний та емоційний контент. З розвитком цифрових технологій та появою інтернет-журналістики авторська журналістика набула нового значення, оскільки стала доступною для широкого кола медіатворців, незалежно від їхньої приналежності до традиційних ЗМІ [11].

Однією з ключових особливостей авторської журналістики є унікальність стилю та голосу автора. У традиційній журналістиці переважає нейтральний тон та об'єктивне подання фактів, тоді як авторська журналістика допускає суб'єктивну оцінку подій, особисті висновки та навіть емоційне забарвлення матеріалу. Це дозволяє журналісту формувати власний імідж та створювати

контент, який привертає увагу конкретної цільової аудиторії. У цьому контексті важливу роль відіграють такі жанри, як авторські колонки, блоги, аналітичні статті, репортажі з елементами особистих спостережень, а також публіцистичні есе та критичні огляди.

Іншою характерною рисою авторської журналістики є незалежність від редакційної політики традиційних ЗМІ. Завдяки цифровим платформам, таким як блоги, соціальні мережі та месенджери, журналісти можуть поширювати свій контент без цензури чи редакційного втручання. Це дає можливість висвітлювати гострі соціальні, політичні та культурні питання без обмежень, які часто накладаються на журналістів у рамках традиційних медіа. Разом із тим, така свобода передбачає і велику відповідальність, оскільки відсутність редакційного контролю може призводити до поширення недостовірної інформації або маніпулятивного контенту [2, с.56].

Ще однією важливою характеристикою авторської журналістики є персоналізація контенту. На відміну від традиційної журналістики, де головним є сам інформаційний матеріал, авторська журналістика значною мірою побудована навколо особистості журналіста. Аудиторія стежить не просто за новинами, а за конкретним автором, його думками, оцінками та прогнозами. Це підсилює рівень довіри між журналістом та читачами, але водночас робить медіаперсону вразливою до критики, публічних атак та репутаційних ризиків.

Авторська журналістика також має тісний зв'язок із новими медіатехнологіями. Вона активно використовує можливості мультимедійного контенту, інтерактивності та гейміфікації, що дозволяє залучати широку аудиторію та підвищувати рівень взаємодії з нею. Наприклад, Телеграм-канали авторської журналістики часто використовують різні формати подачі інформації: текстові публікації, аудіоподкасти, відеоаналітику, а також інтерактивні опитування та дискусії. Це створює новий рівень комунікації між

автором та підписниками, надаючи можливість не лише інформувати, а й вести відкритий діалог.

Окремо варто згадати про комерційний аспект авторської журналістики. З одного боку, незалежність від редакцій традиційних ЗМІ дозволяє журналістам контролювати власний контент, але з іншого – ставить перед ними питання монетизації. Авторські Телеграм-канали, блоги та подкасти часто використовують різні механізми фінансування: донати, краудфандинг, рекламу або співпрацю зі спонсорами. Проте такі моделі можуть впливати на незалежність журналістики, оскільки автори змушені враховувати інтереси рекламодавців або підтримувати активну взаємодію з аудиторією для стабільного фінансового прибутку [10, с.24].

Таким чином, авторська журналістика є унікальним явищем у сучасному медіапросторі, яке поєднує незалежність, суб'єктивний стиль, персоналізацію контенту та активне використання цифрових технологій. Вона дозволяє журналістам розширювати межі традиційних ЗМІ, формувати власну аудиторію та впливати на інформаційну повістку, але водночас несе певні ризики, пов'язані з фактчекінгом, монетизацією та відповідальністю за поширену інформацію. У контексті розвитку цифрових платформ, зокрема Телеграм-каналів, авторська журналістика стає важливим інструментом незалежного медіависвітлення, що вимагає подальших досліджень та розробки ефективних стратегій її функціонування.

1.2. Телеграм-канал як платформа для розвитку незалежної журналістики

У сучасному цифровому середовищі Телеграм-канали стали одним із найбільш ефективних інструментів для розвитку незалежної журналістики. Це пов'язано з рядом особливостей месенджера, серед яких відсутність алгоритмічної цензури, висока швидкість розповсюдження інформації та можливість безпосередньої комунікації між автором контенту та аудиторією.

Завдяки цим характеристикам Телеграм перетворився на альтернативний медіамайданчик, де журналісти можуть висвітлювати події без редакційних обмежень і впливу власників традиційних медіа.

Однією з основних причин, чому Телеграм-канали стали популярними серед незалежних журналістів, є їхня автономність. У той час як соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram чи Twitter, регулюють видимість контенту через алгоритми, що визначають, які публікації побачать користувачі, Телеграм працює за іншим принципом. Кожен підписник отримує всі повідомлення, опубліковані в каналі, без жодних обмежень на охоплення або втручання платформи в інформаційний потік. Це дозволяє незалежним журналістам мати повний контроль над своїм контентом і бути впевненими, що їхні матеріали будуть доступні всім читачам [8, с.26].

Ще однією ключовою перевагою Телеграму є швидкість розповсюдження інформації. У сучасному інформаційному середовищі швидкість є критично важливою, особливо коли мова йде про новини, аналітику чи розслідування. Журналісти можуть оперативно публікувати матеріали, які одразу ж потрапляють до аудиторії, минаючи традиційні редакційні процедури, що можуть уповільнювати процес. У кризових ситуаціях, таких як війна, революції чи великі соціальні заворушення, це дає змогу швидко реагувати на події та надавати читачам перевірену інформацію, яка не проходить через фільтри державної цензури або корпоративних інтересів.

Також важливою особливістю Телеграм-каналів є їхня гнучкість у форматах подачі матеріалів. Незалежні журналісти можуть використовувати текстові повідомлення, аудіоподкасти, відеофайли, GIF-зображення та навіть інтерактивні опитування, що дозволяє залучати аудиторію до активної взаємодії. Такий мультимедійний підхід дає змогу створювати різноплановий контент, що є важливим у сучасній журналістиці, коли увага користувачів розпорошена між різними платформами та форматами [23, с.34].

Важливим фактором популярності Телеграм-каналів серед незалежних журналістів є також їхня безпека та анонімність. У багатьох країнах, де існує загроза свободі слова, журналісти стикаються з ризиками переслідування, цензури чи репресій. Телеграм пропонує захищений механізм комунікації, який ускладнює відстеження авторів контенту та джерел інформації. Завдяки функції зашифрованих чатів та можливості приховувати особисті дані, журналісти можуть працювати у відносно безпечному середовищі, не боячись негайних репресій з боку владних структур.

Особливу роль Телеграм-канали відіграють у воєнний час. Під час збройних конфліктів традиційні медіа часто обмежені у доступі до інформації через цензуру, пропаганду або неможливість працювати безпосередньо на місці подій. У таких умовах Телеграм стає платформою, через яку журналісти, військові кореспонденти та громадянські репортери можуть поширювати правдиву інформацію про хід бойових дій, гуманітарну ситуацію та інші важливі події. Яскравим прикладом є війна в Україні, під час якої Телеграм-канали стали основним джерелом інформації як для місцевого населення, так і для міжнародних медіа, що використовували їхні матеріали для створення новинних сюжетів та аналітичних статей [19].

Одним із найважливіших аспектів незалежної журналістики у Телеграмі є можливість зворотного зв'язку з аудиторією. У традиційних медіа зворотний зв'язок є обмеженим і часто здійснюється через коментарі або електронні листи, тоді як у Телеграм-каналах журналісти можуть безпосередньо комунікувати зі своїми підписниками. Функція коментарів, можливість голосувань та чат-боти дозволяють вести інтерактивний діалог із читачами, отримувати їхню думку щодо певних тем та залучати їх до обговорення важливих суспільних питань.

Проте, попри всі переваги, використання Телеграму як платформи для незалежної журналістики має і свої виклики. Одним із головних є відсутність чіткої системи фактчекінгу та редакційного контролю. Це може призводити до

поширення дезінформації, чуток або маніпулятивного контенту, особливо в періоди політичних криз або військових конфліктів. Саме тому відповідальність за якість інформації у Телеграм-каналах повністю лежить на журналістах та редакційних командах, які мають ретельно перевіряти свої джерела перед публікацією матеріалів [17].

Ще одним викликом є проблема монетизації незалежної журналістики у Телеграмі. Оскільки платформа не передбачає прямої монетизації контенту через рекламу чи платні підписки (як, наприклад, YouTube або Patreon), журналісти змушені шукати альтернативні способи фінансування. Найпопулярнішими серед них є краудфандинг, донати від читачів, партнерські угоди або використання Телеграму як платформи для просування власних медіапроектів. Водночас ці методи мають свої обмеження, адже фінансова підтримка незалежних журналістів значною мірою залежить від довіри їхньої аудиторії та спроможності зацікавити читачів якісним контентом.

Таким чином, Телеграм-канали стали потужним інструментом для розвитку незалежної журналістики, дозволяючи журналістам працювати поза рамками традиційних медіа, швидко поширювати інформацію та взаємодіяти з аудиторією. Завдяки автономності, безпеці та мультимедійним можливостям ця платформа стала важливим середовищем для журналістської діяльності, особливо в умовах воєнних конфліктів та політичної нестабільності. Водночас перед журналістами стоять виклики, пов'язані з необхідністю перевірки інформації, пошуком фінансування та забезпеченням довгострокового розвитку незалежних медіапроектів у межах Телеграму. Враховуючи зростаючу популярність цієї платформи, подальші дослідження її впливу на журналістику є необхідними для розуміння майбутніх тенденцій медіасфери та пошуку нових рішень для забезпечення якісного та відповідального інформаційного середовища.

1.3. Роль Телеграм-каналів у сучасному інформаційному просторі

Сучасний інформаційний простір переживає кардинальні зміни, які спричинені швидким розвитком цифрових технологій, соціальних мереж та месенджерів. Однією з ключових платформ, що формує інформаційну екосистему, є Телеграм, який набув популярності завдяки своїй гнучкості, оперативності та відсутності жорстких алгоритмічних обмежень на поширення контенту. Телеграм-канали сьогодні відіграють надзвичайно важливу роль у сфері масової комунікації, виконуючи функції альтернативного засобу інформування, незалежної журналістики, інструменту для ведення політичної боротьби, соціальної активності та навіть розповсюдження бізнес-контенту. Вони стали платформою, де традиційні медіа, незалежні журналісти, державні установи, громадські активісти та звичайні користувачі можуть не лише отримувати інформацію, а й створювати її, формуючи нові стандарти комунікації [22].

Однією з головних особливостей Телеграм-каналів є їхня здатність оперативно поширювати інформацію. Завдяки тому, що контент відображається без фільтрів та обмежень, користувачі можуть отримувати новини в режимі реального часу без ризику їхньої штучної "зрізки" алгоритмами, як це часто буває у Facebook або Instagram. Це дозволяє журналістам і блогерам швидко повідомляти про важливі події, а підписникам – мати доступ до актуальної інформації без затримок. Особливо це стало помітним у кризових ситуаціях, таких як війна в Україні, коли Телеграм став основним джерелом новин для мільйонів користувачів. Через нього передавалися оперативні зведення з фронту, офіційні заяви державних структур, попередження про ракетні удари та аналітичні матеріали щодо розвитку конфлікту [14].

Ще одним важливим аспектом є незалежність Телеграм-каналів від традиційних медіаструктур. На відміну від офіційних ЗМІ, які часто залежать від редакційної політики, власників чи урядових структур, Телеграм надає можливість кожному журналісту, блогеру або навіть пересічному громадянину

створювати власний канал і висвітлювати події з власної точки зору. Це робить платформу одним із небагатьох цифрових середовищ, де існує реальна свобода слова. Завдяки цьому Телеграм став притулком для незалежної журналістики, аналітичних платформ і громадських ініціатив, які прагнуть донести суспільно важливу інформацію без цензури.

Окрім журналістики, Телеграм-канали відіграють важливу роль у політичній комунікації. У багатьох країнах, де існують обмеження свободи слова або контроль над медіа, політичні діячі та активісти використовують Телеграм для прямої комунікації зі своїми прихильниками. Наприклад, у період протестних рухів у Білорусі та Гонконзі Телеграм став основним каналом організації демонстрацій, поширення інформації та мобілізації активістів. Політичні партії, урядові структури та опозиційні сили також активно використовують платформу для агітації, роз'яснення своєї позиції та контратак на інформаційні кампанії опонентів [24].

Не менш важливу роль відіграють Телеграм-канали у соціальній активності та громадянському суспільстві. Вони стали платформою для благодійних ініціатив, збору допомоги, волонтерських проєктів і кризових комунікацій. Наприклад, у період пандемії COVID-19 через Телеграм-канали поширювалася інформація про карантинні обмеження, списки аптек з наявними медикаментами та контактні дані лікарів. Під час війни в Україні месенджер став одним з головних інструментів для координації евакуаційних маршрутів, гуманітарної допомоги та збору фінансової підтримки для військових і цивільних.

Окремо варто розглянути роль Телеграму у формуванні альтернативного експертного контенту. Багато фахівців у різних галузях – економісти, військові аналітики, юристи, культурологи – використовують Телеграм-канали як майданчик для публікації власних досліджень, прогнозів та коментарів. Це створює новий рівень доступності якісного контенту для широкої аудиторії,

оскільки раніше подібні матеріали публікувалися переважно у спеціалізованих виданнях або залишалися у внутрішніх експертних спільнотах.

Попри всі переваги, Телеграм-канали також стикаються з низкою викликів, серед яких найголовнішими є проблема дезінформації, анонімності та відсутності редакційного контролю. Відсутність чітких механізмів перевірки достовірності інформації дозволяє зловмисникам поширювати фейки, пропаганду та маніпулятивний контент. Це особливо актуально у періоди політичних криз та військових конфліктів, коли Телеграм використовується як платформа для інформаційної війни. Анонімність каналів також створює труднощі у боротьбі з дезінформацією, оскільки багато з них не мають чітко визначених авторів або відповідальних осіб, що дозволяє легко поширювати неправдиву інформацію без наслідків [20].

Ще одним важливим питанням є економічна складова діяльності Телеграм-каналів. На відміну від традиційних медіа, які мають рекламні контракти, державне фінансування або підтримку донорів, незалежні Телеграм-канали змушені шукати альтернативні моделі монетизації. Багато з них використовують платні підписки, донати, рекламу або партнерські програми, що створює ризик комерціалізації контенту та можливого втручання рекламодавців у редакційну політику.

Таким чином, Телеграм-канали відіграють ключову роль у сучасному інформаційному просторі, надаючи журналістам, активістам, політикам та експертам можливість незалежного поширення контенту. Вони забезпечують швидку передачу інформації, відкривають доступ до альтернативних джерел новин, сприяють мобілізації громадянського суспільства та створюють нові формати комунікації. Проте, водночас платформа має низку ризиків, зокрема проблему дезінформації, відсутність чіткої системи перевірки контенту та складнощі з монетизацією. Зважаючи на стрімке зростання ролі Телеграму в сучасному світі, подальше дослідження його впливу на медіасередовище та

інформаційну безпеку є важливим завданням для журналістів, аналітиків та дослідників цифрових комунікацій.

Висновок до 1 розділу

Отже, у першому розділі ми дослідили основні теоретичні положення, що стосуються поняття авторської журналістики та її реалізації через Телеграм-канали. Було визначено, що авторська журналістика характеризується унікальністю стилю, суб'єктивністю подачі інформації та свободою від редакційного контролю. Ми проаналізували роль Телеграм-каналів як платформи для розвитку незалежної журналістики, що надає авторам можливість швидко поширювати інформацію, встановлювати безпосередній зв'язок з аудиторією та створювати власні інформаційні простори. Також було розглянуто функціонування Телеграм-каналів у сучасному інформаційному просторі, їхні переваги та недоліки. Дослідження підтвердило, що Телеграм став важливим інструментом для розповсюдження авторського контенту, особливо у кризових ситуаціях, таких як війна. Ці теоретичні напрацювання створили основу для подальшого практичного аналізу методів збору даних, монетизації та стратегій утримання аудиторії Телеграм-каналів.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ТЕЛЕГРАМІ

2.1. Методи збору та аналізу даних у дослідженні Телеграм-каналів

Дослідження Телеграм-каналів як важливого елемента сучасного медіапростору вимагає використання різноманітних методів збору та аналізу даних, що дозволяють оцінити їхню структуру, контент, ефективність комунікації та вплив на аудиторію. Завдяки особливостям функціонування Телеграму, аналіз його каналів включає як якісні, так і кількісні підходи. Для отримання достовірних висновків необхідно комбінувати методи контент-аналізу, статистичного аналізу, моніторингу активності користувачів, метод експертного оцінювання, а також інструменти соціологічних досліджень, такі як опитування та глибинні інтерв'ю. Важливо також враховувати алгоритмічні особливості месенджера, що впливають на розповсюдження інформації та залучення аудиторії [21, с.67].

Одним із ключових методів, що використовуються при дослідженні Телеграм-каналів, є контент-аналіз. Цей метод дозволяє дослідити особливості інформаційного наповнення каналів, визначити основні теми, жанри, стиль подачі матеріалу та частоту оновлення контенту. Контент-аналіз може проводитися як вручну, так і з використанням автоматизованих алгоритмів, що дозволяють обробляти великі масиви даних. Наприклад, можна аналізувати публікації на предмет емоційного забарвлення, кількості фактів у матеріалах, рівня суб'єктивності чи нейтральності повідомлень. Крім того, контент-аналіз допомагає визначити, які теми найчастіше порушуються в авторських Телеграм-каналах, чи є вони спрямованими на інформування, аналітику, маніпуляцію чи пропаганду.

Ще одним важливим методом є кількісний аналіз статистичних показників Телеграм-каналів. Дослідники можуть збирати та аналізувати дані

про кількість підписників, динаміку їхньої активності, середню кількість переглядів дописів, частоту взаємодії з контентом (реакції, коментарі, поширення). У Телеграмі існує офіційна статистика каналів, яка дозволяє отримувати такі показники, як загальна кількість підписників, охоплення постів, рівень залучення аудиторії, відтік та приріст підписників за певний період. Для більш точного аналізу можна використовувати зовнішні сервіси, такі як TgStat, Telemetr або Combot, що дозволяють порівнювати ефективність різних каналів, визначати тенденції зростання чи падіння інтересу до контенту.

Метод соціологічного опитування є важливим для дослідження сприйняття Телеграм-каналів аудиторією. Через Телеграм можна створювати інтерактивні опитування та голосування, які дозволяють отримувати зворотний зв'язок від підписників. Це дає можливість дізнатися, наскільки довіряють аудиторії певному каналу, які теми їх найбільше цікавлять, як часто вони взаємодіють із контентом і які чинники впливають на їхнє рішення підписатися або відписатися від каналу. Глибинні інтерв'ю з активними читачами можуть також дати цінну інформацію про очікування аудиторії, її сприйняття достовірності матеріалів і вплив Телеграм-каналів на формування громадської думки [23].

Важливим у дослідженні Телеграм-каналів є метод експертного оцінювання, що передбачає аналіз контенту та функціонування каналів фахівцями у сфері медіа, журналістики, комунікацій або політичних наук. Цей метод дозволяє не лише оцінити якість контенту, а й порівняти різні канали між собою, визначити їхню роль у медіаполі, ступінь впливу на аудиторію та потенційні ризики, пов'язані з маніпуляціями або поширенням фейкової інформації.

Метод мережевого аналізу дозволяє досліджувати взаємозв'язки між різними Телеграм-каналами, виявляти групи впливу, мережі поширення контенту та їхню взаємодію. Деякі канали активно співпрацюють між собою, обмінюючись аудиторією через крос-промоції, взаємні згадки або репости.

Аналіз цих зв'язків дозволяє виявити, які канали утворюють певні інформаційні кластери, чи є вони частиною ширших медіамереж, та як інформація циркулює всередині Телеграм-простору.

Ще одним важливим напрямом дослідження є аналіз алгоритмів роботи Телеграму. Попри те, що Телеграм декларує відсутність штучного обмеження охоплення постів, деякі алгоритми все ж впливають на спосіб поширення інформації. Наприклад, існують механізми ранжування каналів у пошуковій видачі або рекомендаційні алгоритми, які визначають, які канали можуть отримати більший охоплення завдяки активності підписників. Дослідження цих алгоритмів дозволяє зрозуміти, як працюють механізми залучення аудиторії та які стратегії є найбільш ефективними для зростання популярності каналу [13, с.79].

Окрім збору статистичних та контентних даних, дослідники можуть застосовувати експериментальні методи, наприклад, створення тестового Телеграм-каналу з різними типами контенту для аналізу того, як змінюється рівень залучення аудиторії залежно від тематики, стилю подачі, частоти оновлення чи інтерактивних елементів. Такі експерименти дозволяють визначити найефективніші методи просування та роботи з аудиторією.

Таблиця 2.1

Методи збору та аналізу даних у дослідженні Телеграм-каналів

Метод	Основне завдання	Переваги	Недоліки	Інструменти
Контент-аналіз	Визначення структури контенту, стилю, тематики	Детальне вивчення змісту та стилю подачі	Складність обробки великих масивів тексту	Ручний аналіз, NLP (Python, AI)

Статистичний аналіз	Оцінка залученості аудиторії, динаміки зростання	Чіткі показники залученості та популярності	Залежність від доступності статистичних даних	TgStat, Telemetr, Combot, Google Sheets
Соціологічне опитування	Аналіз поведінки та довіри підписників	Отримання безпосередньої реакції аудиторії	Обмежена вибірка та суб'єктивність відповідей	Опитування в Телеграмі, Google Forms
Експертне оцінювання	Оцінка контенту та впливу каналів експертами	Об'єктивна оцінка з боку фахівців	Може містити суб'єктивні судження експертів	Експертні ради, професійні групи
Мережевий аналіз	Виявлення інформаційних кластерів та взаємозв'язків	Виявлення мереж поширення контенту	Потребує спеціального програмного забезпечення	Gephi, Pajek, NodeXL
Аналіз алгоритмів Телеграму	Дослідження механізмів поширення контенту	Розуміння механізмів просування	Закритість алгоритмів Телеграму	Тестування контенту, алгоритмічний аналіз
Експериментальні методи	Випробування ефективності різних	Можливість тестування нових підходів	Високі часові та ресурсні витрати	A/B тестування контенту

	форматів контенту			
Моніторинг активності підписників	Аналіз поведінкових патернів підписників	Глибокий аналіз активності користувачі в	Не завжди відображає справжні мотиви користувачів	Телеграм- аналітика, Big Data, Python

Таким чином, дослідження Телеграм-каналів вимагає комплексного підходу, що включає поєднання якісних і кількісних методів. Контент-аналіз дозволяє оцінити особливості публікацій, статистичний аналіз допомагає визначити ефективність каналу, соціологічні методи дають змогу зрозуміти поведінку та мотивацію аудиторії, а мережевий аналіз допомагає виявити структури впливу в Телеграм-просторі. Використання цих методів у поєднанні з сучасними інструментами обробки даних дає можливість отримати всебічне уявлення про функціонування Телеграм-каналів і їхню роль у сучасному інформаційному просторі.

2.2. Особливості використання Телеграму в умовах війни

Від початку повномасштабного вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року потреба в доступі до оперативної та достовірної інформації суттєво зростає. Соціальні мережі та комунікаційні платформи стали основними джерелами новин для населення, особливо в тих регіонах, де традиційні медіа не можуть забезпечити безперервне інформування через воєнні дії. Телеграм, завдяки своїм особливостям, став однією з найбільш популярних платформ для поширення інформації, зокрема серед української аудиторії.

Однією з ключових особливостей Телеграму є швидкість розповсюдження інформації та можливість створення каналів без необхідності

отримання дозволів чи редакційного контролю. За даними сайту Telegator.biz, який спеціалізується на розміщенні рекламних постів у Телеграм-каналах України, у 2023 році серед найпопулярніших каналів були «Труха», «Інсайдер UA», «Україна Online», «Телеграмна служба новин», «Український телеграм», «ТСН», «Реальний Київ», «УНІАН» та «Україна 24/7» [7].

Велика кількість каналів створюється як офіційними медіа, так і незалежними журналістами, громадськими активістами та звичайними користувачами. Наприклад, такі популярні канали як «Труха» та «Україна зараз» користуються величезною популярністю через свою оперативність та лаконічність подачі інформації. Згідно з дослідженням, проведеним сайтом LB.ua, значна кількість Телеграм-каналів використовується як платформа для поширення російської пропаганди, що створює загрози для українського інформаційного простору [8].

Відсутність жорстких алгоритмічних обмежень та високий рівень анонімності сприяє тому, що Телеграм використовується як для легітимного поширення новин, так і для розповсюдження дезінформації. В. Жугай та Т. Кузнецова зазначають, що «Науковці неодноразово приходять до висновку щодо важливої ролі Телеграм-каналів у формуванні новинарного порядку дня та громадської думки» [5, с. 121]. Таким чином, Телеграм одночасно є платформою для достовірної інформації та інструментом для інформаційної війни.

Ключовою рисою Телеграму в умовах війни є оперативність викладу інформації. Як зазначає О. Васьківська, «Ключовим для цих каналів є оперативність у викладі інформації, лаконічність самих повідомлень та велика кількість мультимедіа» [3, с. 73]. Ця особливість дозволяє поширювати критично важливі повідомлення в режимі реального часу. Такі повідомлення стосуються як воєнної ситуації, так і евакуації, гуманітарної допомоги, зведень щодо безпеки.

Також варто зазначити, що Телеграм-канали є важливими не лише у контексті висвітлення війни. Вони активно використовуються для культурних, освітніх, медичних та інших інформаційних цілей. Зокрема, відомий лікар Є. Комаровський використовує Телеграм для інформування населення про здоров'я та надання порад у критичних ситуаціях.

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), яке охоплювало період з 10 по 15 вересня 2021 року, продемонструвало, що до повномасштабного вторгнення Телеграм вже займав значне місце серед комунікаційних платформ, якими користувалося 31,6 % українців. У липні 2022 року нове дослідження КМІС показало, що 41 % респондентів отримує новини саме через Телеграм, що свідчить про значне зростання популярності платформи в умовах війни [10].

Телеграм також став важливим інструментом для політичних лідерів, зокрема президента України В. Зеленського. Його щоденні звернення до нації, які публікуються через офіційний канал, стають одним із основних джерел інформації для українців. Це є прикладом успішного використання Телеграму не лише як інформаційного каналу, а й як інструменту формування громадської думки та підвищення морального духу населення.

Однак, попри всі позитивні аспекти використання Телеграму в умовах війни, існує низка загроз. Анонімність платформи дозволяє поширювати дезінформацію та пропаганду без можливості оперативно виявити джерело. Як зазначають Н. Шульська та Р. Зінчук, Телеграм-канали можуть використовуватися для маніпуляції громадською думкою, що є особливо небезпечним в умовах інформаційної війни [15].

Таким чином, особливості використання Телеграму в умовах війни включають оперативність подачі інформації, доступність для широкої аудиторії, анонімність та можливість миттєвої публікації матеріалів. Водночас платформа несе значні ризики, пов'язані з поширенням дезінформації та маніпуляціями. Незважаючи на це, Телеграм залишається важливим

інструментом для передачі критично важливої інформації та підтримання громадської активності в умовах війни. Найголовнішим побічним ефектом від війни став бурхливий розвиток авторської журналістики, де основним каналом комунікації стали Телеграм-канали.

2.3. Застосування методу «Комерсант» у дослідженні контенту Телеграм-каналів

Метод «Комерсант» є одним із популярних підходів, який активно використовується для аналізу контенту різних інформаційних ресурсів, зокрема Телеграм-каналів. Його суть полягає в систематичному дослідженні інформаційних матеріалів з метою виявлення основних тенденцій, джерел інформації, методів подачі новин, а також оцінки їх впливу на аудиторію. Цей метод було розроблено в межах журналістських розслідувань та аналітичної журналістики, проте його застосування стало набагато ширшим із розвитком цифрових платформ, особливо таких, як Телеграм.

Основою методу «Комерсант» є комплексний контент-аналіз, що дозволяє не лише виявити основні тенденції подачі інформації, а й зрозуміти, як саме формується громадська думка за допомогою медіа. Цей метод передбачає структурований підхід до дослідження контенту, що включає декілька основних етапів: визначення тематики дослідження, відбір матеріалів для аналізу, їх категоризацію та кодування, а також інтерпретацію отриманих результатів [5, с. 121].

Під час застосування методу «Комерсант» до дослідження Телеграм-каналів важливо враховувати специфіку цієї платформи, яка передбачає анонімність джерел, швидкість розповсюдження інформації та відсутність жорстких редакційних обмежень [8]. Телеграм-канали часто не мають чіткої редакційної політики, що ускладнює аналіз джерел інформації та визначення

рівня їх достовірності. Однак, використання цього методу дає змогу структурувати велику кількість інформації та виокремити основні тенденції у формуванні інформаційного простору.

Метод «Комерсант» включає кілька основних етапів, які є особливо важливими для аналізу контенту Телеграм-каналів. Перший етап передбачає визначення об'єкта дослідження, яким можуть бути конкретні канали або групи каналів, що охоплюють певні теми, наприклад, військові новини, політичні аналітичні матеріали чи громадянська журналістика. На цьому етапі важливо також визначити критерії відбору каналів: кількість підписників, рівень активності, частоту оновлення та тематику. Наприклад, для аналізу воєнного контенту доцільно вибирати канали з великою аудиторією, які активно висвітлюють події на фронті або на окупованих територіях [7].

Другий етап методу передбачає категоризацію та кодування інформації. У випадку Телеграм-каналів цей процес включає аналіз текстових повідомлень, мультимедійних матеріалів (зображення, відео, аудіо), а також інтерактивних елементів, таких як опитування або голосування. Важливою особливістю Телеграм-каналів є використання різноманітних форматів подачі інформації, що дозволяє залучати широку аудиторію та впливати на її сприйняття новин [3, с. 73].

На цьому етапі застосування методу «Комерсант» передбачає розподіл матеріалів за категоріями відповідно до їх тематики, стилю подачі, рівня емоційного забарвлення, джерел інформації та наявності посилань на офіційні або альтернативні джерела. Наприклад, можна виділити такі категорії: офіційні новини, аналітика, пропагандистський контент, маніпулятивні матеріали, інформаційні повідомлення з місця подій тощо [6]. Кожна з категорій оцінюється за певними критеріями, що дозволяє створити цілісну картину функціонування каналу.

Третій етап включає інтерпретацію отриманих даних та їх порівняння з аналогічними дослідженнями. На цьому етапі метод «Комерсант» передбачає

глибокий аналіз зібраної інформації, виявлення основних трендів та тенденцій у формуванні контенту. Особливо важливим є визначення рівня достовірності інформації, що подається у Телеграм-каналах, а також виявлення маніпулятивних технік або спроб впливу на громадську думку [14].

Анонімність Телеграм-каналів, що часто розглядається як їх перевага, водночас є і значним викликом. Згідно з дослідженням, проведеним LB.ua, багато Телеграм-каналів використовуються для поширення російської пропаганди, яка створює загрози для інформаційного простору України [8]. Також важливою проблемою є відсутність чітких критеріїв для перевірки достовірності інформації. Це ускладнює процес аналізу, однак застосування методу «Комерсант» дозволяє структурувати інформаційні потоки та виокремити надійні джерела.

Застосування методу «Комерсант» у дослідженні Телеграм-каналів також передбачає порівняльний аналіз різних каналів. Наприклад, можна порівнювати канали, що займаються подачею військових новин, із каналами політичної аналітики або громадської журналістики. Це дозволяє виявити, які теми є найбільш популярними серед аудиторії, які канали мають найбільший вплив, а також як змінюються тенденції сприйняття інформації залежно від тематики та стилю подачі [18].

Таким чином, метод «Комерсант» є потужним інструментом для дослідження контенту Телеграм-каналів. Він дозволяє не лише аналізувати окремі повідомлення, а й виявляти загальні тенденції, оцінювати рівень достовірності інформації та визначати, які саме канали формують громадську думку. В умовах війни, коли інформаційне поле наповнене як правдивими повідомленнями, так і дезінформацією, застосування методу «Комерсант» дозволяє краще зрозуміти, які саме канали мають найбільший вплив на суспільство, та як можна забезпечити надійність отриманих даних. Саме метод «Комерсант» був обраний як основний при створенні власного медіа-проєкту Телеграм-каналу «Мій Красилів».

Висновок до 2 розділу

Отже, у другому розділі ми детально розглянули методи збору та аналізу даних у дослідженні Телеграм-каналів, зокрема метод «Комерсант», що дозволяє структурувати інформаційні потоки та виявляти основні тенденції у функціонуванні каналів. Також було проаналізовано особливості використання Телеграму в умовах війни, коли швидкість розповсюдження інформації, оперативність та доступність відіграють вирішальну роль у комунікації. Дослідження показало, що Телеграм став важливим інструментом для незалежної журналістики та громадського інформування, незважаючи на ризики дезінформації та пропаганди. Метод «Комерсант» виявився ефективним для систематичного аналізу контенту, визначення рівня достовірності інформації та побудови чіткої картини функціонування Телеграм-каналів у кризових умовах. Отримані результати створюють підґрунтя для подальшого аналізу механізмів монетизації та розвитку авторських Телеграм-каналів.

РОЗДІЛ 3

ПРОСУВАННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ АВТОРСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

3.1. Стратегії залучення та утримання аудиторії авторського Телеграм-каналу

У сучасному інформаційному просторі Телеграм-канали є одним із найбільш популярних інструментів для поширення інформації, особливо у форматі авторської журналістики. Створення та просування власного Телеграм-каналу передбачає застосування різних стратегій залучення та утримання аудиторії, які мають бути адаптовані до особливостей самої платформи, а також до очікувань та інтересів цільової аудиторії. У цьому контексті важливо розглянути основні методи, які використовуються авторами Телеграм-каналів для розширення аудиторії та підвищення її активності.

Однією з найефективніших стратегій залучення аудиторії є створення унікального контенту, який відрізняється від традиційних медіа та забезпечує нові формати подачі матеріалів. Телеграм-канали дозволяють використовувати не лише текстові повідомлення, а й мультимедійні елементи, такі як зображення, відео, аудіо та інтерактивні опитування. Важливо, що на відміну від багатьох інших платформ, Телеграм не застосовує жорсткі алгоритмічні фільтри, які обмежують охоплення контенту. Це робить канал ідеальним місцем для публікації матеріалів, які не завжди можуть бути розміщені в офіційних медіа [3, с. 73].

Іншою важливою стратегією є персоналізація контенту та створення унікального стилю спілкування з аудиторією. Авторські Телеграм-канали відрізняються тим, що значна частина інформації подається з позиції особистого досвіду або думки. Це дозволяє формувати лояльну аудиторію, яка цінує не лише зміст матеріалів, а й особистість автора. Наприклад, канали, присвячені культурі, політиці або соціальним питанням, часто використовують

інтерактивні формати, де автор може безпосередньо спілкуватися з підписниками та враховувати їхню думку.

Також значний вплив на залучення аудиторії має регулярність оновлення контенту. Телеграм-канали, що активно функціонують та часто публікують нові матеріали, мають вищий рівень залучення, оскільки підписники очікують регулярного оновлення інформації. Згідно з дослідженням, проведеним Київським міжнародним інститутом соціології, 41 % українців отримують новини саме через Телеграм [10]. Це свідчить про те, що регулярність подачі інформації є важливим фактором для підтримки уваги аудиторії.

Інтерактивні методи спілкування також є важливою стратегією. Опитування, голосування та прямі повідомлення від авторів створюють відчуття залучення аудиторії до процесу створення контенту. Це особливо важливо для авторських Телеграм-каналів, де відсутність чіткої редакційної політики дозволяє створювати індивідуалізовані формати взаємодії. В. Жугай та Т. Кузнецова зазначають, що Телеграм-канали відіграють важливу роль у формуванні громадської думки, що є важливим для побудови лояльної аудиторії [5, с. 121].

Крім того, важливим елементом стратегії просування є використання крос-промоцій та співпраці з іншими каналами. Автори можуть обмінюватися посиланнями, проводити спільні проєкти або створювати колаборації, що дозволяє розширювати коло читачів. Наприклад, канали, що спеціалізуються на певних темах, можуть об'єднувати свої зусилля для створення спільного інформаційного проєкту або проведення дискусій на актуальні теми.

Однією з найпотужніших стратегій залучення є постійний аналіз статистики та адаптація контенту до потреб аудиторії. У цьому контексті важливим є використання різних сервісів для аналізу статистичних показників, таких як TgStat або Telemetr. Ці сервіси дозволяють оцінити динаміку зростання підписників, рівень залучення аудиторії, ефективність публікацій та навіть виявити найпопулярніші теми, які привертають увагу читачів [7].

Також варто зазначити важливість створення впізнаваного бренду каналу. Для цього автори створюють візуальну ідентичність, яка включає оформлення постів, аватари, логотипи тощо. Унікальний стиль допомагає виділитися серед численних каналів, що функціонують у Телеграмі.

Проте, залучення аудиторії є лише частиною успіху. Важливою складовою є утримання вже набутої аудиторії та забезпечення її постійного інтересу. Це можливо завдяки постійній адаптації контенту, його оновленню, а також реагуванню на зміни інформаційного простору. Наприклад, під час війни в Україні значна частина аудиторії віддає перевагу оперативним новинам та аналітичним матеріалам, що відображають реальні події [12].

Водночас, значним викликом для авторських Телеграм-каналів є конкуренція з іншими джерелами інформації. Для того, щоб втримати аудиторію, необхідно забезпечувати не лише якісний контент, а й постійну комунікацію з підписниками. У цьому контексті важливим є не лише публікація матеріалів, а й створення спільнот, де читачі можуть обговорювати актуальні питання, висловлювати свої думки та пропозиції.

Таблиця 3.1

Стратегії залучення та утримання аудиторії авторського Телеграм-каналу

Стратегія	Опис	Очікуваний результат
Створення унікального контенту	Розробка оригінальних матеріалів з використанням тексту, відео, аудіо та зображень.	Привернення уваги зацікавлених читачів.
Персоналізація контенту	Використання особистих думок та досвіду автора для залучення лояльної аудиторії.	Формування лояльної аудиторії, що цінує особистість автора.

Регулярність оновлення	Регулярні публікації для підтримання активності підписників.	Підтримка активності та залучення нових підписників.
Інтерактивні методи спілкування	Опитування, голосування, пряме спілкування для залучення аудиторії до обговорення.	Збільшення залученості та активності підписників.
Крос-промоції та співпраця	Обмін посиланнями, спільні проєкти та колаборації з іншими каналами.	Розширення аудиторії через співпрацю з іншими каналами.
Аналіз статистики та адаптація	Моніторинг популярних тем та адаптація контенту відповідно до статистичних показників.	Підвищення ефективності контенту та залучення нових читачів.
Створення бренду каналу	Розробка візуальної ідентичності, стилю оформлення та логотипу.	Підвищення впізнаваності каналу.
Утримання аудиторії	Постійне оновлення контенту та реагування на актуальні теми.	Утримання постійної аудиторії та підтримка її інтересу.

Таким чином, успішне функціонування авторського Телеграм-каналу залежить від правильної стратегії залучення та утримання аудиторії. Використання інтерактивних методів, постійний аналіз статистики, створення унікального стилю та регулярне оновлення контенту є важливими факторами, які забезпечують популярність каналу та його ефективність. У той самий час, важливо враховувати особливості інформаційного простору та адаптувати стратегії відповідно до потреб аудиторії.

3.2. Телеграм-канал «Мій Краси́лів» як проєкт авторської журналістики

У межах дипломного дослідження було створено Телеграм-канал «Мій Красилів» як платформу для поширення локальних новин, аналітичних матеріалів та взаємодії з аудиторією. Цей канал виконує функції сучасного медійного ресурсу, що дозволяє оперативно та зручно надавати користувачам інформацію про події у місті Красилів Хмельницької області та його околицях. Зовнішній вигляд та покликання на Телеграм-канал «Мій Красилів» наведені в Додатку 1.

Телеграм-канал «Мій Красилів» функціонує як платформа незалежної журналістики. Публікації, які готуються для публікації в каналі є неупередженими, незалежними, базуються на авторському погляді до їхнього змісту. Важливість започаткування Телеграм-каналу «Мій Красилів» обумовлена запитом жителів та уродженців міста Красилів Хмельницької області на додаткове джерело інформації, збалансоване за своїм спрямуванням.

Однією з методологічних основ роботи каналу став метод «комерсанта», який передбачає структурований підхід до наповнення контенту та взаємодії з підписниками. Цей метод базується на принципах:

- **Регулярності публікацій:** контент оновлюється щоденно або через рівні проміжки часу, що забезпечує стабільний інформаційний потік та підтримку інтересу аудиторії.
- **Сегментації контенту:** публікації поділяються на категорії – новини, аналітика, інтерв'ю, репортажі, розважальний контент, що полегшує орієнтацію користувачів.
- **Залучення аудиторії:** використання інтерактивних форматів (опитування, голосування, коментарі), що сприяє підвищенню залученості підписників.
- **Мультиформатності:** використання текстових матеріалів, зображень, відео та аудіоконтенту для розширення способів подачі інформації.

- **Монетизації:** впровадження рекламних інтеграцій та співпраці з місцевими підприємцями задля забезпечення фінансової підтримки каналу.

Таким чином, Телеграм-канал «Мій Красилів» є прикладом успішного використання сучасних цифрових платформ для журналістської діяльності. Метод «комерсанта» дозволив створити ефективну модель наповнення та управління контентом, що сприяє розширенню аудиторії та підвищенню рівня довіри до медіаресурсу. Залучені підписники Телеграм-каналу «Мій Красилів» вже сформоване ядро читачів, яке має потенціал до розширення.

3.3. Виклики та перспективи розвитку авторських Телеграм-каналів

Розвиток авторських Телеграм-каналів у сучасному інформаційному просторі демонструє не лише потенціал для незалежної журналістики, а й низку викликів, які вимагають аналізу та ефективних стратегій подолання. З одного боку, Телеграм надає авторам платформу для швидкого поширення контенту, взаємодії з аудиторією та монетизації своєї діяльності. З іншого боку, відсутність жорстких алгоритмічних фільтрів і регулювання створює умови для поширення дезінформації та маніпулятивного контенту.

Одним із головних викликів для авторських Телеграм-каналів є висока конкуренція. У Телеграмі функціонують тисячі каналів, що охоплюють різні теми, від політики та економіки до розважального контенту. Через відсутність чіткої регуляції та можливості створення каналів без спеціальних дозволів, кожен охочий може розпочати власний проєкт. Проте, саме ця доступність створює жорстку конкуренцію, особливо для тих каналів, які займаються аналітичною журналістикою або глибокими дослідженнями. Авторські Телеграм-канали потребують постійного вдосконалення та адаптації контенту для утримання аудиторії та її зростання [7].

Ще одним значним викликом є проблема дезінформації та пропаганди. Оскільки Телеграм дозволяє користувачам анонімно створювати канали та

поширювати інформацію без жодного контролю, існує значний ризик маніпуляцій. Згідно з дослідженням LB.ua, багато Телеграм-каналів використовується для поширення пропаганди та маніпуляцій, особливо під час війни в Україні [8]. Для авторських каналів це створює додаткові труднощі, оскільки вони змушені постійно підтверджувати свою достовірність та протистояти дезінформації.

Також важливим викликом є питання монетизації та фінансової стабільності. Незважаючи на те, що Телеграм надає багато можливостей для заробітку, зокрема через рекламу, платні підписки та донати, відсутність формалізованих механізмів монетизації створює значні проблеми. Як зазначають В. Жугай та Т. Кузнецова, стабільність доходів авторських Телеграм-каналів безпосередньо залежить від рівня їхньої популярності, яка, своєю чергою, залежить від якості контенту та регулярності його оновлення [5, с. 121]. Висока конкуренція та непередбачуваність доходів часто змушують авторів шукати альтернативні шляхи фінансування.

Серед інших викликів варто відзначити обмежені можливості юридичного захисту авторського контенту. Телеграм надає авторам можливість створювати унікальні матеріали, однак у разі їхнього неправомірного використання складно забезпечити захист авторських прав. Це особливо стосується каналів, які створюють аналітичний або розслідувальний контент, оскільки його публікація в анонімному середовищі часто призводить до плагіату або поширення матеріалів без дозволу авторів.

Попри всі ці виклики, перспективи розвитку авторських Телеграм-каналів виглядають досить оптимістично. Платформа продовжує розвиватися, надаючи нові можливості для монетизації та покращення взаємодії з аудиторією. Одним із важливих напрямків розвитку є поглиблення інтерактивності. Завдяки опитуванням, голосуванням та чатам автори можуть отримувати швидкий зворотний зв'язок від аудиторії та вдосконалювати свій контент відповідно до її потреб.

Також важливим аспектом є розширення інструментів монетизації. Незалежні медіа все частіше використовують такі платформи, як Patreon або Buy Me a Coffee, для залучення фінансової підтримки від своїх підписників [3, с. 73]. Це дозволяє створювати стабільні фінансові моделі та підтримувати діяльність навіть за відсутності рекламних контрактів.

Ще одним перспективним напрямом є створення тематичних спільнот та колаборацій з іншими авторами. Співпраця з іншими Телеграм-каналами або медіаплатформами дозволяє розширювати аудиторію та підвищувати якість контенту. Крім того, обмін аудиторіями та спільні проєкти сприяють взаємному збагаченню контенту та створенню нових форматів.

Варто також зазначити, що розвиток Телеграм-каналів тісно пов'язаний з підвищенням рівня медіаграмотності аудиторії. Споживачі інформації все частіше надають перевагу перевіреним та надійним джерелам, тому автори, які можуть забезпечити якість та достовірність своїх матеріалів, мають більше шансів на успіх.

У підсумку, виклики та перспективи розвитку авторських Телеграм-каналів взаємопов'язані. Конкуренція, дезінформація, нестача фінансування та питання юридичного захисту є серйозними проблемами, які вимагають вирішення. Однак, розвиток інтерактивності, створення нових моделей монетизації та вдосконалення контенту забезпечують значні перспективи для тих, хто прагне використовувати Телеграм як платформу для створення унікального журналістського продукту. У цьому контексті важливо враховувати тенденції розвитку медіапростору та адаптувати свої стратегії відповідно до змін інформаційного середовища. Створений медіа-проєкт Телеграм-канал «Мій Красилів» має перспективи для монетизації та подальшого розвитку саме як проєкт авторської журналістики.

Висновок до 3 розділу

У ході дослідження було проаналізовано особливості функціонування авторських Телеграм-каналів як інструменту журналістської діяльності. Визначено ключові стратегії залучення та утримання аудиторії, а також основні виклики, що стоять перед творцями контенту. Успіх Телеграм-каналу залежить від якісного унікального контенту, регулярного оновлення, інтерактивної взаємодії з підписниками та персоналізації інформаційного потоку. На практичному рівні було створено та досліджено Телеграм-канал «Мій Краси́лів», що став локальним інформаційним ресурсом для жителів Краси́лова та його околиць. У межах роботи каналу було застосовано метод «комерсанта», який передбачає структурований підхід до наповнення контенту, сегментацію матеріалів, регулярність публікацій, використання інтерактивних форматів та мультимедійного контенту. Це дозволило не лише сформувати стабільну аудиторію, але й протестувати потенційні можливості монетизації через співпрацю з місцевими підприємцями. Таким чином, Телеграм-канали виступають не лише зручним інструментом для поширення інформації, а й ефективним майданчиком для незалежної журналістики, що відкриває нові можливості для професійної діяльності у цифрову епоху.

ВИСНОВКИ

Отже, у процесі дослідження ми проаналізували особливості функціонування авторських Телеграм-каналів як інструменту незалежної журналістики, визначили основні теоретичні положення, методи збору та аналізу даних, а також розглянули стратегії утримання аудиторії. Було встановлено, що Телеграм надає унікальні можливості для створення та розповсюдження авторського контенту завдяки своїй доступності, швидкості публікацій, а також можливості безпосередньої взаємодії з аудиторією.

Практичним результатом дослідження стало створення та аналіз діяльності Телеграм-каналу «Твій Красилів», який виконує функцію локального інформаційного ресурсу для жителів міста Красилів. В основі його роботи використано метод "комерсанта", що передбачає структурований підхід до наповнення контенту, його сегментацію, регулярність публікацій, інтерактивність та мультимедійність. Застосування цього підходу дозволило ефективно залучити аудиторію. Незважаючи на ризики, пов'язані з дезінформацією та відсутністю правового захисту авторського контенту, Телеграм залишається потужним інструментом для поширення авторської журналістики.

Перспективи подальшого розвитку Телеграм-каналів полягають у створенні нових моделей використання інтерактивних методів залучення аудиторії та підвищенні рівня якості контенту. Отримані результати дослідження можуть бути використані для створення ефективних стратегій просування авторських Телеграм-каналів та підвищення їхньої конкурентоспроможності в умовах сучасного медіапростору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахметьева А., Кирилова О. Специфіка презентації громадсько-політичної проблематики в соціальних медіа традиційними новинними ЗМІ під час війни в Україні. *Communications and Communicative Technologies*. 2022. Вип. 22. С. 5–14.
2. Білий список: вісім медіа, що стали найякіснішими. URL: <https://imi.org.ua/news/bilyj-spysok-visim-media-shho-staly-najyakisnishymy-i37769>.
3. Васківська О. Є. 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.
4. Жесть України : вебсайт. URL: <https://t.me/+FjG6Z6UKA7czOWRi>
5. Жугай В., Кузнецова Т. Особливості Телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Том 32 (71), No 6, Ч. 3. С. 120–125.
6. Коваленко А. Г. Онлайн-марафон в Телеграм, як засіб просування культурного медіапродукту: робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра; спец.: 028 — менеджмент соціокультурної діяльності; наук. керівник Т. О. Козинцева. Суми: СумДУ, 2021. 50 с.
7. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Oporaua.org: вебсайт. URL: https://www.oporaua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068
8. Найбільші Телеграм-канали: як вони пов'язані з нардепами і хто є містком для російського контенту? LB.ua: вебсайт. URL: https://lb.ua/news/2023/08/02/567841_naybilshi_Telegramkanali_yak_voni.html
9. Новини UA: телеграм-канал. URL: <https://t.me/+FjG6Z6UKA7czOWRi>

10. Опитування. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Kiis : вебсайт. URL : <https://www.kiis.com.ua/?cat=reports&lang=ukr>
11. Соломенко Л. Соціальні мережі як джерело новинної інформації від початку російського повномасштабного вторгнення: основні тенденції використання. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2023. No 3 (55). С. 134–141.
12. Третій день евакуації в Херсоні. Що зараз відбувається в місті. РадіоЕра : вебсайт. URL: <https://radioera.com.ua/tretii-den-evakuyacii-v-hersoni-sho-zaraz-vidbyvaietsia-v-misti/>
13. Українці назвали найважливіші для них телеграм-канали: результати опитування. ZMINA info : вебсайт. URL: <https://zmina.info/news/na-yaki-Telegram-kanaly-najchastishe-pidpysuyutsya-ukrayinczi-rezultaty-opytuvannya/>
14. Шульська Н. М., Возняк О. О. Фейкові новини як елемент інформаційної війни. *Modern research in world science: Proceedings of the 2nd International scientific and practical conference*. SPC «Sci-conf.com.ua». Lviv, Ukraine. 2022. P. 1015–1021. URL: <https://sci-conf.com.ua/ii-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-modern-research-in-world-science-15-17-maya-2022-goda-lvov-ukraina-arhiv/>
15. Шульська Н., Зінчук Р. Медіаманіпуляції в умовах російсько-української війни (на прикладі локальних ЗМІ). *Південний архів (філологічні науки)*. 2022. Вип. 90. С. 68–73. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/819>
16. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту: аналітичний звіт. Київ: ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2023. 68 с.
17. Які Телеграм-канали найпопулярніші в Україні і що з ними не так — дослідження. The Village: вебсайт. URL:

<https://www.village.com.ua/village/city/city-news/330427-yaki-Tелеграм-kanali-naypopulyarnishi-v-ukrayini-ta-scho-z-nimi-ne-tak>

18. Nagel, T. W. (2021). Measuring fake news acumen using a news media literacy instrument. *Journal of Media Literacy Education Pre-Prints*. Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle-preprints/11>.

19. Agur C. Insularized Connectedness: Mobile Chat Applications and News Production. *Media and Communication*. 2019. Vol. 7, Is. 1, P. 179–188

20. Bessarab A., Mitchuk O., Baranetska A., Kodatska N., Kvasnytsia O., Mykytiv G. Social Networks as a Phenomenon of the Information Society. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2021. Vol. 14. No 19. P. 17–24.

21. Dosenko A. K. The Phenomenon of the multimodal service media text of the communication platform. *State and regions. Series: Social communications*. 2021. No 4 (48). P. 97–101.

22. Jebril N., Jukes S., Iordanidou S. *Journalism, Society and Politics in the Digital Media Era* (Book). 2020. 222 p.

23. Priyowidodo G., Ingrid I., Sari Y. D., Gunawan S. Digital Media Technology as an Instrument for Promotion and Political Marketing in the Era of Industrial Revolution 4.0. *ICEMT 2019: Proceedings of the 2019 3rd International Conference on Education and Multimedia Technology*. 2019. P. 327–331.

24. Times of Ukraine: телеграм-канал. URL: <https://t.me/+FjG6Z6UKA7czOWRi>

25. Активність новинних телеграм-каналів до і після 24 лютого. Дослідження. LOOQME : вебсайт. URL: <https://marketer.ua/ua/activity-of-news-Tелеграм-channels-before-and-after-february-24-research>

ДОДАТОК 1

Телеграм-канал «Мій Красилів» має інтернет-покликання для приєднання та перегляду: <https://t.me/tviiKrasuliv>

Телеграм-канал «Мій Красилів» має зовнішній вигляд та відповідний опис, зображений на рисунках 1 та 2.

Рис. 1. Зовнішній вигляд Телеграм-каналу «Мій Красилів»

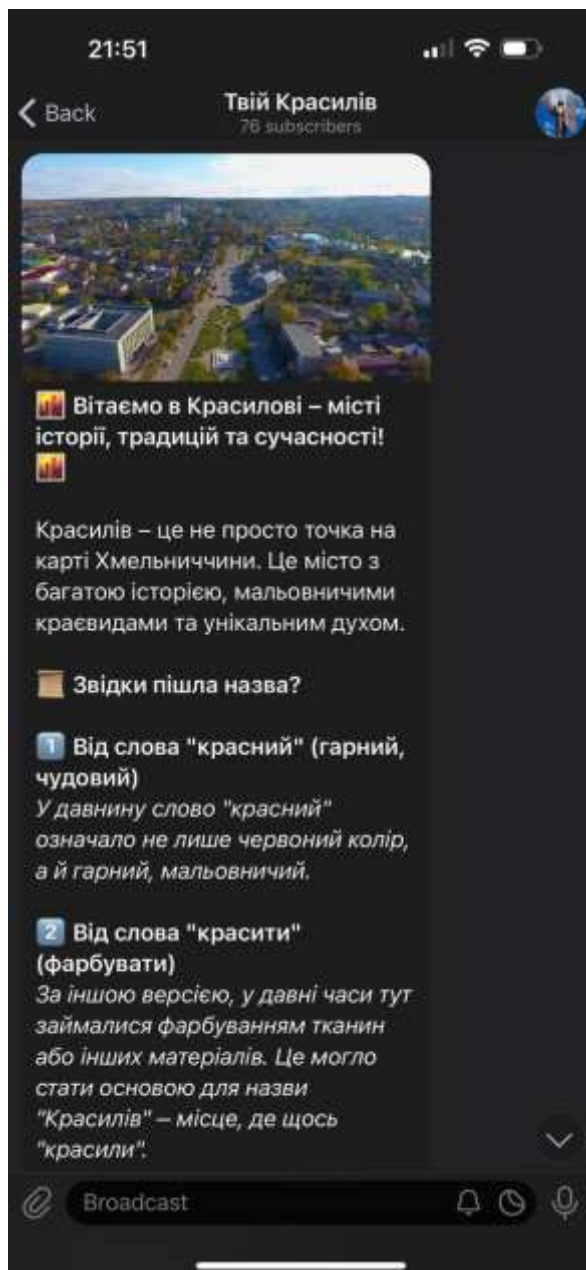


Рис. 2. Опис Телеграм-каналу «Мій Краси́лів» в месенджері «Телеграм»

