

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 З ТЕМИ ЗДОРОВ'Я “HEALTHY &
WEALTHY”

Виконавець: Шелкова Анастасія Євгенівна

Керівник: канд. філ. наук, доц.

Букіна Наталія Валеріївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ — 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. ТЕЛЕГРАМ-МЕСЕНДЖЕР ЯК ОДИН ІЗ ПРОВІДНИХ ЗАСОБІВ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ	6
1.1. Історія виникнення месенджера «Телеграм» та його функціональні можливості.....	6
1.2. Популярність публічних сторінок в телеграмі серед українців.....	11
1.3. Тематичне різноманіття українських телеграм-каналів.....	15
Висновки до розділу 1.....	17
Розділ 2. СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ З ТЕМИ ЗДОРОВ'Я “Healthy & Wealthy”	19
2.1. Загальна характеристика та концепція власного телеграм-каналу.....	19
2.2. Платформа та технічні аспекти телеграм-каналу	29
2.3. Тематика контенту	32
2.4. Специфіка просування телеграм-каналу “Healthy & Wealthy”	35
Висновки до розділу 2.....	36
ВИСНОВКИ	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43
ДОДАТКИ	47

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена нарощенням аудиторії й подальшим збільшенням популярності месенджера «Телеграм». З кожним роком платформа завойовує все більшу увагу з боку українців своїм простим функціоналом і великим спектром можливостей. Поєднавши в собі елементи класичного месенджера і функцію публікацій у вигляді «стрічки», а також розширивши ліміт користувачів публічної сторінки з декількох сотень до необмеженого, телеграм став гарним інструментом для відомих діячів і звичайних людей у реалізації свого творчого потенціалу. В дослідженні розглядаються українські телеграм-канали та їхнє тематичне різноманіття. Таким чином, телеграм відіграє величезну роль у сучасному медіапросторі України. Дослідження М. Бутиріної, Тонких І. свідчать, що популярності телеграма також сприяє конфіденційність особистих даних користувачів, що є одним з основних завдань розробників месенджера [1;11]. Особливо це стосується держав, в яких спостерігається активне втручання в приватне життя громадян з боку влади й наміри отримати доступ до їхніх персональних даних через сервери під час надзвичайних ситуацій, наприклад, мітингів, пікетів, військових дій тощо. Такі висновки доводять актуальність обраної теми.

В ході роботи були опрацьовані такі явища, як месенджер та поява нових медіа, що стали предметом досліджень М. Бутиріної, І. Вишневської, Л. Городенко, Жугай В., Рябчун М. та ін. [1;2;3;4;24].

Мета дослідження полягає у розгляді феномену популярності месенджера телеграм як джерела інформації в Україні, а також розробці власного телеграм-каналу про здоров'я.

Визначена мета передбачає розв'язання низки ключових **завдань**:

1. Розглянути історію виникнення та розвитку месенджера «Телеграм».
2. Описати можливості додатка.
3. Проаналізувати тематичне різноманіття українських телеграм-каналів.
4. Описати етапи розробки, особливості створення і просування власного телеграм-каналу.
5. Створити телеграм-канал з теми здоров'я.

Об'єктом дослідження є месенджер «Телеграм» як засіб створення і просування медіапродуктів.

Предмет дослідження — технологія створення, наповнення та просування телеграм-каналу “Healthy & Wealthy”.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять: метод індукції, що дає можливість сформулювати загальні висновки на основі окремих фактів і результатів; метод аналізу узагальнених даних науково-методичної літератури; метод порівняння, що було використано під час визначення і дослідження тематичного різноманіття популярних телеграм-каналів. Використано метод спостереження у роботі із загальнодоступними статистичними даними. Для розробки власного телеграм-каналу використовувався емпіричний метод дослідження, що передбачав у собі моніторинг контенту і цільової аудиторії.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розкритті специфіки технічного створення, а також вдалого функціонування та просування телеграм-каналу “Healthy & Wealthy”.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що отримані результати можна надалі використовувати як рекомендації щодо створення і подальшого просування власних телеграм-каналів, а також розуміння того, як саме працює журналістика на платформі.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Всеукраїнській науково-практичній конференції з міжнародною участю «Мультимедійні технології в освіті та інших сферах

діяльності». Київ, 2022. А також Modern research in world science. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Lviv, Ukraine. 2023.

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

Шелкова А.Є. Використання месенджера «Телеграм» для створення каналу про здоров’я. Матеріали студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Кафедра комп’ютерних мультимедійних технологій Національного авіаційного університету, 2022. Готується до друку.

Шелкова А.Є. Створення телеграм-каналу про здоров’я. Modern research in world science. Proceedings of the 11th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Lviv, Ukraine. 2023. P. 930. URL: <https://sci-conf.com.ua/xi-mizhnarodna-naukovo-praktichna-konferentsiya-modern-research-in-world-science-29-31-01-2023-lviv-ukrayina-arhiv/>.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (7 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (35 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить сторінок 49 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕЛЕГРАМ-МЕСЕНДЖЕР ЯК ОДИН ІЗ ПРОВІДНИХ ЗАСОБІВ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЇ

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

Телеграм — месенджер, за допомогою якого можна обмінюватися текстовими повідомленнями, відео, контентом, аудіоповідомленнями, є також можливість додавати до них стикери, медіафайли та інші документи. Крім цього, можна створювати громадські групи-канали, організовувати групові чати-конференції, здійснювати дзвінки — голосові й по відеозв'язку. Сьогодні клієнт телеграма можна встановити на всі популярні платформи — Android, iOS, Windows, MacOS та Linux. Але багатьом цікаво, чому так багато розмов навколо "якогось" месенджера «Телеграм». Експерти називають цілих двадцять причин, чому цей цифровий продукт варто обговорювати та брати за приклад для наслідування:

Надійне зберігання діалогів без резервних копій.

Можливість створення трьох облікових записів однієї особи.

Вбудоване хмарне сховище даних.

Практично немає обмежень на розмір вкладень — сміливо можна додати до повідомлень файли до 4 Гб.

Можливість швидко відредагувати на повідомлення.

Угруповання діалогів з тек.

Можливість ділитися медіа як у стислому форматі, так і в оригінальній якості.

Надсилання відкладених повідомлень за таймером.

Можливість зміни інтерфейсу повністю на свій смак — тема, фон, блоки повідомлень, розмір тексту.

Створення громадських каналів — інформаційних, творчих, розважальних.

Додавання корисних мінідодатків — чат-ботів.

Можливість відмітки повідомлень #тегами, пошук меседжів за хештегами.

Функція закріплення важливих повідомлень у «шапці» чату.

Прикріплення анонімного голосування чи вікторини.

Можливість вибрати свій варіант іконки месенджера, яка буде помітна на основному екрані смартфона.

Зручні та функціональні віджети для головного дисплея телефону.

Можливість приховувати номер телефону під псевдонімом.

Незалежна робота всіх програм. Можна розпочати роботу на комп'ютері, не маючи телефон під рукою.

Всі клієнти повноцінні та функціональні, що на Mac, що на Windows.

Безплатні оригінальні стикери, доступні для кожного користувача.

Окремий момент — це неодноразово доведена безпека програми. Всі дані надійно зашифровані — навіть найгеніальніший хакер світу не дістанеться до приватних листування користувачів [27].

2011 — Павлу Дурову приходить ідея «вільного месенджера».

Серпень 2013 року — презентація перших клієнтів для IOS.

Жовтень 2013 — відкриття вебсайт і додатки для Android.

Листопад 2013 року — перший 1 млн установок програми.

Жовтень 2014 року — підтримка нікнеймів, завдяки яким можна спілкуватися, не показуючи іншим користувачам номер телефону.

Січень 2015 року — підтримка наклейок-стикерів.

Травень 2016 року — додана можливість редагування надісланих повідомлень.

Листопад 2016 року — запуск блог-платформи «Телеграф», яка дозволяє власникам каналів створювати великі статті та огляди.

Січень 2017 — додавання видалення відправлених повідомлень.

Липень 2018 року — запуск «Telegram Passport», сервісу, в якому можна безпечно зберігати паспорти, закордонні паспорти та інші важливі документи.

Серпень 2020 року — запуск відеодзвінків.

За місяць до початку роботи над телеграмом у Павла відбулася сварка з двома іншими співзасновниками соціальної мережі «ВКонтакте»: він дізнався, що вони намагаються продати свої акції у нього за спиною, розлютився та видалив їхні акаунти, написавши у твіттері: «Влаштуємо аукціон на номери сторінок id3 та id4». Тому складно сказати, що спонукало його створювати новий проєкт: страх перед владою чи розуміння, що в основному бізнесі йому належить лише 12% всіх акцій, а все інше у «пасажирів» — так Дуров називав інвесторів.

Павло завжди розумів, що його головний таланти — не у створенні чогось принципово нового, а у покращенні та переробленні чужих ідей. За основу телеграма було взято месенджер «Вотсап», суттєвим недоліком якого була відсутність серверів з історією листування: для економії вона зберігалася лише на телефонах користувачів. Безпосередня розробка нового месенджера розпочалася у квітні 2012 року, і тоді програма називалася «Телеграф».

Дуров наказав розробникам із ВКонтакте зробити новий месенджер швидше та зручніше, ніж вотсап. Часто він особисто порівнював швидкість надсилання повідомлень, змушуючи аналізувати трафік та принципи роботи конкурента. Втім, робота йшла неквапливо, і розробники самі смикали Дурова з розпитуваннями, коли буде реліз. Чи проєкт не влаштував Павла, чи не виходило знайти відповідного розробника для Android, але поки чекали релізу, вийшла нова версія iOS, і все довелося робити заново.

Можливо, запуск відклали б знову, якби у квітні 2013 року не відбулося одразу кілька важливих подій. По-перше, колишні партнери Дурова продали

свої частки — 48% акцій викупив інвестиційний фонд Іллі Щербовича UCR. По-друге, Павло Дуров прокотив на капоті своєї автівки «мерседес» співробітника ДПС і втік, а коментарі («Коли переїжджаєте поліціанта, дуже важливо проїхати по ньому взад і вперед — щоб вийшла вся м'якота») розлютили московське керівництво МВС, і проти нього порушили кримінальну справу. Дуров заліг на дно, і, як на зло, про телеграф в ефірі «Дождя» розповів Леонід Парфьонов. Він повідомив, що Павло візьметься за створення нової соцмережі і для цього переїде до США. Такі новини не могли сподобатися новому акціонеру, UCR, який дивувався, чому створений у стінах ВКонтакті додаток повинен належати тільки Дурову. «Я точно не роблю, не робив і не збираюся робити нову соцмережу», — запевняв усіх Павло у себе на сторінці. Тоді ж він перейменував телеграф на телеграм.

Конфлікт з акціонерами спалахнув з новою силою у квітні 2014 року, коли UCR отримали контроль над частиною активів телеграма, а Павло Дуров спочатку вирішив звільнитися з ВКонтакті, потім передумав, потім був звільнений і паралельно судився із фондом Щербовича. Тільки у вересні 2014 року, за результатами мирової угоди між UCR та Mail.ru Group, яка викупила ВКонтакті», Павлу повернули повний контроль над телеграмом.

Спочатку головною перевагою телеграма були швидкість та зручність. А потім виявилось, що і безпека добре «продається», хоч наголос у піарі було зроблено саме на неї. Двофакторну аутентифікацію в телеграмі розробили лише у квітні 2015-го, але залишили опціональною навіть після низки гучних зломів.

Міф про приватність підтримує й те, що телеграм одним із перших розробив так звані секретні чати з кінцевим шифруванням для передачі максимально конфіденційних відомостей. Але їх ефективність була не на високому рівні [27].

Користувачі почали підозрювати телеграм у слабкому захисті особистих даних, у червні 2020 року в мережі «Даркнет» з'явилася у вільному продажу база даних мільйонів користувачів цього месенджера з Ірану та РФ, де критика

влади може стати причиною проблем з законом. Опозиційні представники цих країн активно користуються додатком «Телеграм».

Спочатку телеграм функціонував як класичний месенджер зі стандартним для подібних платформ функціоналом. Головною відмінністю телеграма стало шифрування трафіку. Саме безпека передачі даних та можливість створювати всередині облікового запису групи привернула до месенджера увагу так званого «невидимого інтернету», для якого технології прихованої комунікації значно спростилися (наприклад, порівняно з проектом I2P, що потребує встановлення та налаштування спеціального програмного забезпечення).

Це дозволило використовувати телеграм як кіберзлочинцям, так і, наприклад, інтернет-магазинам наркотиків, біржам порнографії та навіть терористам [4, с. 165].

Для зацікавлення аудиторії в телеграмі були створені канали — групи, аналогічні спільнотам (публічні сторінки). Перші канали створювали користувачі для спілкування в груповому чаті, згодом канали відкрили мережні ЗМІ, намагаючись таким чином залучити платоспроможну мобільну аудиторію, яку стало все складніше шукати. Телеграм став для ЗМІ таким же звичним форматом, як профіль у фейсбуці або твіттері.

Проблема полягала лише в агрегуванні контенту — якщо індивідуальні користувачі публікували свої новини та повідомлення без певного принципу та графіка, то ЗМІ, щоб наголошувати саме на своєму контенті (головним чином — анонси своїх публікацій на сайті), мали шукати інструменти автоматизації.

Таким інструментом стали боти — програмно написані скрипти, які самі знали, що де брати і як публікувати в телеграмі. Роботу було досить одноразово дати інструкцію, які матеріали треба транслювати в месенджері, за якими словами виводити користувачам результати пошуку або мультимедіа, і журналістам залишалося лише займатися своїми прямими обов'язками — решту робив сам бот. Ботів придбали багато мережних ЗМІ, як ті, що раніше

працювали з телеграм-каналами, так і ті, яким виявилось достатньо одного лише «бота-розсильника».

Інтерес до ботів став настільки великий, що телеграм створив окреме середовище, що управляє ботами — botfather. З моменту появи «батька ботів» писати програму-розсильника і створювати з її допомогою своє власне ЗМІ в соцмережі міг будь-хто, хто володіє базовими навичками роботи з програмними інтерфейсами додатків. Для організації автопостинг сервісу потрібне джерело даних — сайт ЗМІ, стрічка новин або будь-який RSS-канал, що періодично оновлюється. Після цього користувач повинен запросити налаштування у botfather і отримати у платформи авторизаційний код підтвердження — так званий токен. Використовуючи токен, можна організувати своє ЗМІ в телеграмі за кілька хвилин, так і запрограмувати бота на певні відповіді на запити користувачів [17].

«Роботизація» соцмережі пішла настільки активно, що багато таких «прото-ЗМІ» стали прямими конкурентами традиційних видань, випереджаючи їх як мінімум у швидкості публікації.

Викликають окремих інтерес канали в телеграмі, які принципово відрізняються від традиційних ЗМІ та публікують тільки так звані «зливи» або чутки та історії, перевірка правдивості яких неможлива [5, с. 122].

При цьому окремі побоювання, що стосуються телеграма, пов'язуються з частковим переміщенням аудиторії, що підпадає під ті чи інші санкції, в канали месенджера, де контролювати контент і учасників листування практично неможливо. З точки зору медіабезпеки це майже така ж «сіра зона» як «невидимий інтернет» у рамках I2P [4, с. 166].

Отже, ставши другим основним проектом Павла Дурова після ВКонтакте, телеграм розповсюдився по всьому світу та є одним з найфункціональніших месенджерів у мережі. Він містить не тільки можливість спілкування між користувачами, а виступає майданчиком для медіа. Звісно, не обійшлося без

скандалів з витоком даних, пліток про співпрацю зі спецслужбами, але все це не зупиняє аудиторію телеграма від щоденного користування.

1.2. Популярність публічних сторінок в телеграмі серед українців

Українці завжди були активними користувачами телеграма, але особливо використання додатка стало актуальним з початком повномасштабного вторгнення РФ. Населення відстежує повідомлення про повітряну тривогу завдяки телеграму, читають офіційні та неофіційні українські новинні джерела, а дехто навіть і такі, які заведено вважати проросійськими [5, с. 123].

За даними Kantar, з початку січня 2022 року охоплення телеграма складало 84%, а вже з початку війни кількість користувачів зросла на 5% (Рис. 1.1).

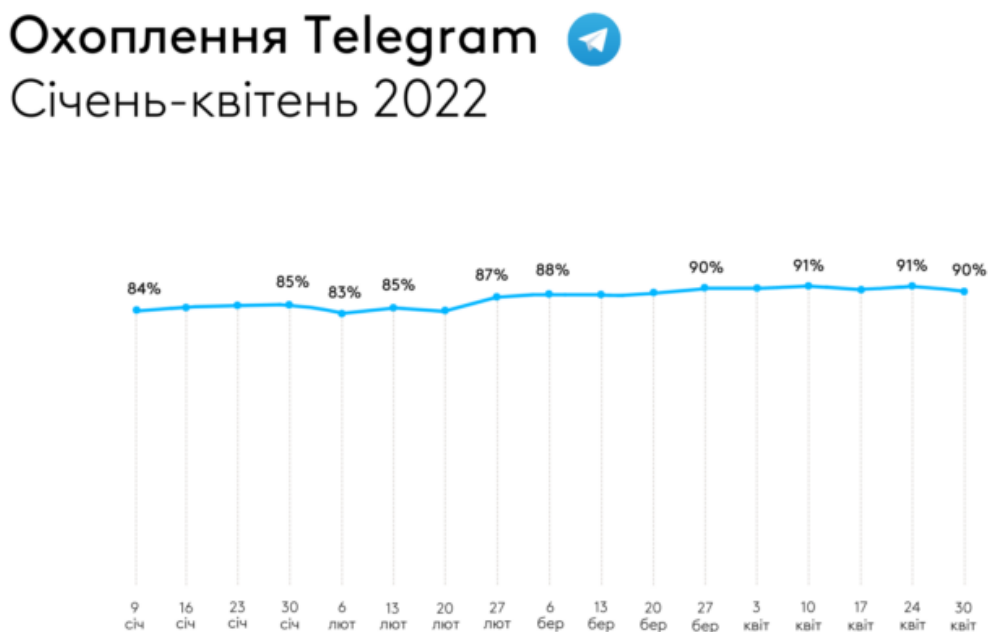


Рис. 1.1. Приріст аудиторії телеграм

Через війну населення України стало користуватися телеграмом не лише для можливості спілкуватися між собою, але і як основним інструментом для доступу до різноманітних джерел інформації. Якщо раніше можна було

вважати, що такого формату додатки можуть бути цікавими лише для молоді, проте зараз телеграм завойовує увагу користувачів будь-якого віку. Стільниковий зв'язок досі не втратив своєї актуальності, але він може бути використаний лише для звичайних дзвінків та повідомлень, в той час як телеграм для комунікації пропонує гарну якість звуку, дзвінки з використанням камери, миттєві повідомлення [29].

Ще до початку війни українці у середньому витрачали всього 5 хвилин на день для користування телеграмом. Під час найгострішої фази військового вторгнення, українці присвячували телеграму до 1 години часу щоденно. В середині березня час користування складав 44 хвилини на день, а вже на кінець квітня показник зменшився — до 30 хвилин на день (Рис. 1.2).



Рис. 1.2. Час користування телеграмом

Раніше, до появи медіа нового зразку, популярними джерелами інформації серед українців були радіостанції, телебачення, газети, пізніше сайти видань. Проблема вищезазначених видів ЗМІ — поступова втрата актуальності через незручність формату поглинання інформації, повільна швидкість отримання інформації, цензура та заангажованість. Телеграм зручніший у всіх аспектах — для доступу потрібен лише телефон та інтернет,

джерела інформації на будь-який смак сконцентровані в одному місці, ще й поруч з особистими повідомленнями [12, с. 432].

Телеграм на першому місці серед джерел інформації, відзначають Kantar. 57% від усіх джерел інформації складають офіційні телеграм — канали державних інституцій України (Рис. 1.3).

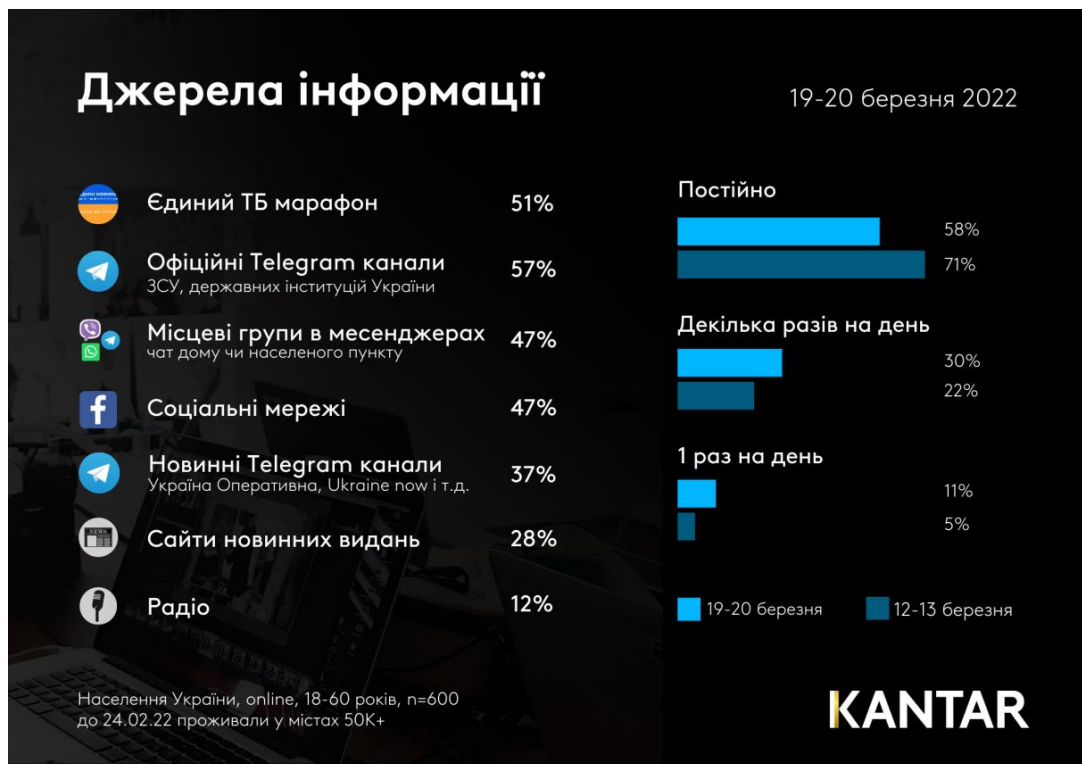


Рис. 1.3. Найпопулярніші джерела інформації серед українців

Телеграм має зручний інтерфейс як для листування, так і для перегляду новин. Кастомізація, сформована екосистема, саме це стає головною перевагою продукту над іншими.

Включаючи в себе не тільки можливість обміну повідомленнями, файлами, аудіоповідомленнями, відеокружечками, створення чатів, корпоративних бесід, використання ботів, телеграм став провідним інформаційним джерелом, точніше, його канали, які можуть створюватися будь-яким автором, чи повноцінними медіа. Дехто навіть користується телеграмом для поширення особистої інформації про своє життя чи навіть для розповсюдження інтимних фотографій, створюючи приватні канали за гроші, які реалізуються через бот для сплати доступу. Відсутність цензури та свобода

в телеграмі розв'язала руки збувачам наркотичних засобів, сервіс є дуже популярним для використання саме у таких цілях. Проте, основною функцією є публічні сторінки з інформацією, новинами. Спираючись на рейтинг найбільших популярних каналів в Україні, актуальним форматом, особливо під час війни, є новини. Ми можемо спостерігати у топі офіційні інформаційні агенції, скандальні новинні канали з анонімними авторами й окремих інфлюєнсерів, таких як Лачен, котрий публікує новини та авторську аналітику [Додаток В].

Таким чином, ми вважаємо, що завдяки новизні та зручності технологій, месенджер «Телеграм» посунув класичні ЗМІ та став найактуальнішим інструментом для поширення та отримання інформації як серед українців, так і серед користувачів усього світу.

1.3. Тематичне різноманіття українських телеграм-каналів

У вересні 2015 року Павло Дуров оголосив про запуск каналів — тоді ще нового функціоналу у месенджері «Телеграм». Через кілька місяців телеграм-канали завели практично всі лідери громадської думки, відомі журналісти, блогери та експерти в будь-яких сферах [24]. Авторів каналів почали запрошувати на телебачення.

Каналів у телеграмі дуже багато, і розібратися в цьому різноманітті непосвяченій людині складно.

Отже, у телеграмі можна виділити основні групи каналів:

канали популярних політичних журналістів та блогерів, автори яких зазвичай ведуть їх у стилі своїх сторінок;

інсайдерські анонімні канали — більшість із них присвячені інсайдам про політику, але також популярні канали про роботу в різних нелегальних індустріях;

канали із рекомендаціями лонгридів;

канали з книжковими рекомендаціями та рецензіями;

офіційні канали ЗМІ, більшість із яких автоматично публікують посилання на матеріали зі свого сайту (цей формат у телеграмі неефективний, тому, попри величезну аудиторію багатьох ЗМІ, вони поки що програють авторським блогам на цьому майданчику);

авторські канали з добірками новин, деякі з яких перевершують за аудиторією канали інформагентств та ЗМІ;

канали про технології різного ступеня спеціалізації — контент деяких з них буде цікавим лише програмістам;

канали з рекомендаціями відео для перегляду. Особливо потрібні записи TED-виступів, відеозаписи лекцій у найкращих університетах світу, а також науково-популярні короткометражки та експлейнери на всілякі теми;

канали про подорожі: звіти про поїздки до незвичайних міст і країн, лайфхаки та поради, добірки дешевих авіаквитків, рекомендації місць, які варто відвідати;

канали про маркетинг, велика кількість яких зумовлена масовою концентрацією маркетологів;

інші тематичні авторські канали: канали про стартапи, кар'єру, медицину, іноземні мови, музику, кіно і так далі. В основному їх ведуть добре відомі поза телеграмом журналісти, блогери чи експерти у тій, чи іншій сфері. Більшість цих каналів влаштовані за одним і тим же принципом: авторські думки та висловлювання публікуються упереміш із посиланнями на контент з інших ресурсів, перепостами з інших каналів;

канали інтернет-проектів, які спочатку завоювали популярність на інших онлайн-майданчиках, особливо твіттер, а тепер переносять свою фан-базу в телеграм, це актуально тому, що у телеграмі не настільки сувора модерація та є можливість публікувати контент, який на інших платформах публікувати заборонено через правила сервісу;

гумористичні канали. У телеграмі особливо актуальний абсурдний та чорний гумор, закордонні меми та стендап, веселі моменти з домашніми тваринами, дітьми;

канали про догляд за собаками, котиками;

канали з піратським та порнографічним контентом. Найбільш популярні піратські книги та аудіо книги, музична продукція, або інфопродукти блогерів з інстаграму, які продають свої курси за гроші, а в телеграмі все це поширюється безплатно. Піратське кіно та музика частіше поширюються через інші сервіси, хоча в телеграмі цього контенту теж є удосталь;

канали про телеграм, його оновлення та нововведення, теми й стикери.

Отже, тематичне наповнення телеграм-каналів настільки різноманітне, що, окрім каналів з новинною тематикою, кожен користувач може знайти щось для себе, навіть вузькоспеціалізоване.

Висновки до розділу 1

Таким чином, нині популярність месенджерів як засобів спілкування зростає. Компанії, сім'ї, друзі щодня користуються можливостями обміну повідомленнями та медіаконтентом онлайн. Також варто відзначити зростання популярності такого виду програмних продуктів як чат-боти, які працюють на платформах месенджерів. Цілодобова служба підтримки користувачів, конвертування документів та медіафайлів, замовлення таксі, пошук необхідних даних та багато іншого зараз може бути реалізовано в рамках лише одного месенджера.

Користувачам не доведеться завантажувати безліч додатків для вирішення вузькоспрямованих завдань, тому що достатньо мати лише месенджер та необхідний набір чат-ботів, які не займають місце у пам'яті смартфона.

Телеграм грає провідну роль в комунікації Українців та людей усього світу. Завдяки цьому месенджеру, який здатний замінити собою одразу декілька соціальних мереж, є можливість формувати інформаційне середовище, користуючись стрічкою. Стрічка новин виглядає як чати, публікації знаходяться серед особистих бесід.

Додаток «Телеграм» виводить воєнну журналістику на небувалий рівень, бо з самого початку повномасштабного вторгнення поширюються контент, що ніде до цього не мав можливості поширюватися настільки активно, оскільки раніше лідерами галузі новин були телевізійні репортажі, а журналістика сьогодення може не обмежуватися правилами цензури як на телебаченні, радіо чи в друкованих ЗМІ. Ніякий інший ресурс не може похвалитися такою відсутністю цензури, як телеграм.

РОЗДІЛ 2

СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ НА ТЕМУ ЗДОРОВ'Я “Healthy & Wealthy”

2.1. Загальна характеристика та концепція власного телеграм-каналу

З огляду на події що відбуваються сьогодні в нашій країні, тематика здоров'я набуває все більшої актуальності, а звернення до телеграм-каналів з даної теми є найпростішим способом знайти швидко необхідну інформацію.

Головним у формуванні контенту до телеграм-каналу тематики здоров'я є актуальність тематичного наповнення, чіткість та ясність для користувача, мінімальна кількість наукових термінів та максимальне насичення якісним матеріалом. Надзвичайно важливо з точки зору журналістики ретельно відстежувати правдивість наданої інформації, займатися фактчекингом, звірятися з офіційними джерелами тощо.

Основною причиною створення телеграм-каналу “Healthy & Wealthy” є необхідність поширення інформації про дієві способи догляду за собою, різні хвороби, шкідливі методи лікування, досліджені факти про певні процеси організму людини задля популяризації наукового підходу в питаннях здоров'я.

Канал за типом сторінки є публічним, тобто у глобальному пошуку в месенджері або за персональним посиланням до нього мають доступ усі користувачі.

Формат — інформаційно-аналітичний канал з елементами розважальної журналістики, що також пропонує читачам матеріали в жанрі «лайф-стайл».

Метою створення є донесення до аудиторії відомостей і актуальної інформації про здоров'я людини та розвінчання основних міфів тематики здоров'я.

Якщо розглядати матеріали каналу “Healthy & Wealthy” за жанровою приналежністю, то можемо зробити висновок, що серед них превалюють інформаційний та аналітичний жанри журналістики, а саме: новина, огляд, стаття, замітка, кореспонденція. Також в публікаціях є посилання на дослідження для поширення більш детальної інформації з першоджерела.

Проблема, яку необхідно розглянути у контексті поширення неправдивої інформації про здоров'я — створення та розповсюдження міфів у медіапросторі.

Слово «міф» у даному контексті використовується зовсім не в традиційному значенні. Сучасне значення цього поняття у даному контексті означає не оповідь про природу чи соціальні явища від наших предків, а певний спосіб первісного мислення, відсутність освіченості. Історичні, передвиборчі, міфи про розп'ятого хлопчика, про вплив селери на потенцію тощо.

Міфи виникають через нераціоналізовану консервативність мас, застарілі погляди на життя, відсутність перевірки зв'язку певних конструктів із реальністю [19]. Малоосвіченій людині досить легко повірити в міф, тому що він поширюється швидше, ніж правда. Перевірка інформації в компетентних першоджерелах потребує високого рівня інтелекту, тому для багатьох це не є актуальним чи доступним. З міфами про здоров'я ми стикаємось ще з дитинства та страждаємо від них і досі [16].

Батьки, бабусі та дідусі, переживши радянські часи, отримали невірні знання про здоров'я та зовсім не збираються ці знання актуалізувати. Вони довіряли Кашпіровському, газетам з нетрадиційними рецептами лікувань усіляких хвороб та, заряджаючи воду камінням, тестували їх не тільки на собі, а й на дітях, внуках.

Яскраві приклади: молоко з яйцем та медом проти кашлю, часник від гельмінтів, інгаляції картопляними шкірками, гірчичники, банки, ефективність та безпечність яких науково не доведена.

Публікація з даної теми: «Міф: горілка з перцем - відмінний засіб від застуди.

Це неправда. Горілка з перцем призведе тільки до алкогольного сп'яніння, що не сприятиме одужанню. Цей метод придумали, коли не було ефективних ліків як непряму стимуляцію імунної системи: горілка «знезаражує», перець діє як екстрактивна речовина. Але на вірус в організмі людини ні спирт, ні перець не діють. Є люди, які при кишковій інфекції користуються таким методом, як горілка із сіллю. Нічого, окрім алкогольного сп'яніння, це не дає. Очевидно, що при хворобі краще утримуватись від будь-яких алкогольних напоїв. Розповсюджений метод лікування, такий як вживання гарячого чаю, а також молока з медом створює лише суб'єктивне відчуття покращення, ніж реальний результат та видимий ефект лікування хвороби.

Міф: вітамін С — гарний засіб лікування та профілактики застуди.

Реальність: аскорбінова кислота входить до складу судинної стінки. При застуді порушується тонус судин та їхня проникність. Виходить, що вітамін С допомагає зміцнити цю стінку, тому як допоміжний засіб при лікуванні застуди його приймати можна. Але як профілактичний засіб не особливо ефективно. У цьому плані можна використовувати цибулю та часник. Можна покласти їх на тарілку поруч із собою, щоб виділялися фітонциди. Можна вживати, це робиться для того, щоб підвищити місцевий імунітет. Вірус проникає в носогорло, і вважається, що є неспецифічний чинник захисту — слиз. Тому є така думка, що цибулю та часник можуть захистити від застуди, але зараз є більш сучасні та ефективніші препарати.

Міф: нежить можна лікувати тільки краплями, що «пробивають».

Реальність: є два види крапель: перший вид — для промивання, другий — судинозвужувальний. У помірних дозах у лікуванні можна використовувати й

ті, й інші. Але у тих та інших препаратів є ефект передозування, що веде до зворотного результату — появи сухої слизової оболонки, яка «чіпляє» бактерії.» [32].

Розвінчаним міфом, який ми представляємо в телеграм-каналі, є досить поширена інформація, що під час високої температури треба кутатись. Текст допису такий: «Підвищення температури до 38°C - 38,5°C необхідне вироблення білка інтерферону, який сприяє загибелі інфекційних агентів.

Концентрація інтерферону досягає свого максимуму на другий-третій день хвороби. Внаслідок цього застуда зазвичай закінчується до четвертого дня. Високу температуру знижувати потрібно не завжди. Але якщо такий стан приносить дискомфорт, то після консультації з лікарем можна застосовувати парацетамол або ібупрофен.

Під час лихоманки особливо важливим є питний режим. Якщо під час лихоманки тіло морозить, то не варто кутатись — це ускладнює віддачу тепла. Краще вкритися простирадлом або легкою ковдрою [31].

Рекомендовано знизити температуру в кімнаті до комфортних 20–22 °C, щоб поліпшити тепловіддачу. Також не потрібно розтиратися спиртовими чи оцтовими розчинами, тому що шкіра дуже добре вбирає будь-які речовини, що може призвести до отруєння.

Щоб зменшити високу температуру, є навіть метод фізичного охолодження. Звичайно, це не означає, що треба йти на вітер. Суть у тому, що не треба намагатися зробити так, щоби спеціально пропотіти. Взагалі, температуру до 38,5 краще не знижувати, щоб йшла природна боротьба організму з вірусом. Достатньо створити комфортні умови, щоб було тепло.

Намагатися прогріти горло гарячим питвом теж не варто — з'являться мікротравми, і воно болітиме ще більше.».

Багато хто стикався з рекомендаціями, які виявляються не тільки неефективними, але й такими, що можуть зашкодити.

Журналістика про здоров'я покликана відповісти читачам на питання про те, як бажано себе поводити в певних випадках за рекомендаціями компетентних науковців, без викривлення та вигадування інформації. Являючись журналістом без медичної освіти, варто уникати розповсюдження особистих порад та протоколів лікування, харчування чи догляду за собою [18].

Вагомим для телеграм-каналу та залучення уваги читачів є насичення статей фото та відео. Яскраві зображення здатні привернути увагу (Рис. 2.1).



Рис. 2.1. Скриншот публікації про синусит

Актуальними на сьогодні є дослідження використання CBD oil, конопляне масло, яке застосовують для лікування багатьох захворювань. Тому, нами було обрано матеріали з даної тематики для нашого телеграм-каналу.

Матеріал «Феномен CBD: що це та чому це так ефективно?»

Текст: «Дія CBD полегшує симптоми епілепсії. Вчені виявили, що вживання олії CBD знижує частоту та інтенсивність судом при цьому захворюванні, причому робить це м'яко — без побічних ефектів, як фармакологічні препарати. До того, у 2018 році Управління з санітарного нагляду за якістю харчових продуктів та медикаментів США (FDA) схвалило ліки для лікування епілепсії Epidiolex, що виготовляється на основі cannabidiol CBD;

зменшує нудоту та підвищує апетит. Цей факт був науково доведений у країнах, де канабіс CBD застосовується для полегшення стану при онкологічних захворюваннях, харчових розладах тощо;

зменшує як гострий біль, так і хронічний. Прискіпливі американці з'ясували: 11,2% з них страждають на хронічні болі різної природи. Як правило, больовий синдром викликається запальним процесом в організмі. CBD канабіс завдяки своїм протизапальним властивостям знижує рівень болю. На відміну від сильних болезаспокійливих засобів не викликає побічних ефектів та звикання;

уповільнює розвиток ракових пухлин. Наукові дослідження підтвердили той факт, що олія CBD припиняє розвиток злоякісних клітин, що покращує прогноз для пацієнта як за якістю життя, так і його тривалістю [33];

допомагає кинути палити. Різка відмова від вживання тютюну загрожує тремором рук, сухістю в роті, а головне — нав'язливим бажанням таки затягнутися цигаркою. Так от: помірне споживання CBD у цей період зменшує ці симптоми. Шанси назавжди розпрощатися із курінням значно зростають;

покращує стан шкіри при вугровому висипі. А справа у тих самих протизапальних властивостях CBD oil. Креми на його основі допомагають нормалізувати обмінні процеси в епідермісі, зняти запалення, прискорити загоєння шкірних покривів після косметологічних процедур;

рекомендовано при діабеті першого типу. По суті такий діабет є імунним захворюванням: при ньому імунна система людини атакує підшлункову залозу, викликаючи її запалення. А cannabis oil допомагає відновити цей орган;

знімає тривожність, недовірливість, нервову напругу. CBD масло та інші продукти з канабідіолом вступають у взаємодію з нервовою системою людини, згладжуючи негативні стани психіки. Це позитивно впливає на загальну якість життя та здатність спілкуватися з іншими людьми. Так що часом CBD — це те що потрібно після хворобливого розриву відносин або для контролю внутрішньої «функції» робити з мухи слона, що не виключається;

впорядковує розумовий процес. Американські дослідники стверджують, що завдяки поліпшенню когнітивних функцій, після мінімальних доз олії CBD випробувані легше засвоювали нову інформацію і знаходили взаємозв'язки між предметами, швидше генерували нові ідеї та знаходили шляхи їх реалізації;

зміцнення серцево-судинної системи. Вчені припускають, що це пов'язано з тим, що CBD дозволяє ефективно справлятися з психоемоційними навантаженнями, які руйнують серце та судини.» [28].

CBD терапія у малоосвідчених людей асоціюється з наркоманією, вживанням у цілях розваги канабісу, тому подібний матеріал здатний посперечатись зі стигматизацію коноплі, адже дослідження вказують на те, що CBD ефективний передовий препарат без ефекту сп'яніння у профілактиці та лікуванні широкого спектра захворювань.

Вважаємо, що наш телеграм-канал має бути наповнений тільки перевіреною інформацією та має також представляти й псевдонаукові публікації для того, щоб розвінчати вказану інформацію, яка не відповідає нормам доказової медицини. Прикладами такого може слугувати інформація щодо методів лікування онкологічних захворювань немедичними методами.

Величезний ризик несе поширювана інформація про гомеопатичний метод лікування раку. Загалом основою нашого каналу є наукова доказовість, а

тому в наших дописах ми звертаємо увагу на інформацію що суперечить науці та спростовуємо це [30].

Допис «Гомеопатія та доказова медицина». Текст допису: «Ефективність гомеопатичних препаратів стала предметом спекотних суперечок із самого початку виникнення гомеопатії. Тому для того, щоб поставити крапку у цьому питанні, почали проводити відповідні клінічні дослідження.

Одне з ранніх таких досліджень спонсорувалося британським урядом під час Другої світової війни, і в ньому на добровольцях з хімічними опіками, отриманими від впливу іприту, перевіряли ефективність гомеопатичного лікування. Оцінка нових контрольованих клінічних досліджень гомеопатичних препаратів, що проводилися самими гомеопатами, не показала особливої переконливої ефективності цих засобів.

Безумовно, виклик, кинутий гомеопатії доказовою медициною, був прийнятий, і реакція гомеопатів не забарилася. Результати досліджень гомеопатії з точки зору доказової медицини були розкритиковані деякими гомеопатами (наприклад Джорджем Вітулькасом (George Vithoulkas), мова про який йшла в попередньому матеріалі) як нерелевантні, оскільки в цих дослідженнях використовувалися гомеопатичні препарати, приготовані не по «класу». індивідуалізований підхід.

«Академічна» боротьба гомеопатії та алопатії, мабуть, вщухне нескоро. Свідчення тому — заява Європейського комітету з гомеопатії (European Committee for Homeopathy) і Всесвітньої гомеопатичної медичної ліги (International Homeopathic Medical League), що з'явилася зовсім нещодавно [27]. Як було зазначено, отримано нові результати, які підтверджують, що дані дослідження, на яких ґрунтується стаття *The End of Homeopathy*, мають серйозні недоліки.

Це дослідження, на думку Джорджа Левіса (George Lewith), професора з наукових досліджень у галузі охорони здоров'я при університеті Саутгемптона (Southampton University), Великобританія, слова якого цитують у заяві двох

гомеопатичних організацій, є непрозорим, оскільки в ньому немає вказівки на те, які саме клінічні дослідження було проаналізовано, і враховувалося своєрідність цих випробувань. «Це свідчить про фундаментальні недоліки зроблених висновків: вони є ненадійними, — сказав Дж. Левіс. — До того ж порівняння гомеопатичних препаратів із традиційними не має жодного сенсу.»».

Наступний опублікований матеріал має ознаки «лайф-стайл» журналістики, адже містить поради, що є корисними для повсякденного життя. Матеріал з розділу «Девайси» «#девайси Інсулінова помпа» за жанром є розширеною заміткою. Важливо дати читачам знати, що пропонує наука у випадку того чи іншого захворювання. Технічний прогрес йде вперед та демонструє технологічні розв'язання проблем. Можливість висвітлити невідомі до нині здобутки людства у сфері підтримання здоров'я дозволяє популяризувати науковий підхід у вивченні свого організму (Рис. 2.2).



Рис. 2.2. Ілюстрація допису про інсулінову помпу

Наші читачі у випадку погіршення самопочуття будуть звертатися до лікаря, а не шукати можливість вилікуватися у знахарів та представників альтернативної медицини.

Також пропонуємо статті напрямку «косметологія» з #краса котрі направлені на розвінчування міфів косметології.

Допис на тему : «Міфи косметології»

Текст допису:

«Міф 1. У будь-якій незрозумілій ситуації потрібно робити чищення.

Насправді чищення обличчя — не повсякденна косметологічна процедура. Вона травмує обличчя та підходить, відповідно, не всім. Крім того, зараз є якісні ферментні, кислотні та атравматичні апаратні догляди для шкіри — альтернатива чищенню у його класичному розумінні.

Міф 2. Одна-дві процедури у косметолога допоможуть позбавитися акне.

Акне — це хронічне мультифакторне захворювання сальної залози зі складним патогенезом. Його неможливо вилікувати лише за допомогою косметологічних процедур.

Міф 3. Міцелярну воду не треба змивати.

Міцелярна вода може бути складовою домашнього догляду, якщо це аптечний або професійний засіб. Головне правило — її завжди потрібно змивати.

Основний компонент засобу — це міцели, маленькі молекули, які здатні як магніт притягувати частки макіяжу, шкірний себум. Якщо їх не змити, шкіра не буде очищеною.

Міф 4. Масаж за допомогою кубиків льоду омолоджує шкіру.

При цьому ніхто не пірнає обличчям у сніг. Використання кубиків льоду — справжній стрес для шкіри. Таким чином, ми тільки травмуємо капіляри на обличчі, що в недалекому майбутньому може виявитися куперозом, луценням шкіри, спровокувати розацеа.

Міф 5. При висипаннях потрібно протирати обличчя спиртом, настоянкою календули або хлоргексидином.

Ця порада — найшкідливіша. Антисептичні та спиртовмісні розчини порушують рН та мікробіом шкіри — тобто знижують її захисну функцію. Згодом шкіра стає зневодненою, чутливою, з'являються нові висипання.» [35].

Даний формат публікацій дає можливість читачам впевнитися у тому, що можливо раніше вони ніколи не розуміли, що вчиняють собі шкоду, роблячи неправильні процедури для шкіри в домашніх умовах. Тому важливо наголошувати на розвінчанні популярних методів догляду за собою, які не тільки не відповідають протоколам лікарів-косметологів, а й складаються з нелогічних порад, що можуть нашкодити [7, с. 262]. Таким чином, телеграм-канал “Healthy & Wealthy” пропагує обізнаність у сфері здоров'я та догляду за собою.

На ньому представлено багато текстових матеріалів інформаційного та аналітичного типів журналістики, серед яких замітки, огляди, новини, кореспонденції. Щоб зробити контент цікавим, використовуються засоби візуального доповнення публікацій (фото, gif та відео). Тексти мають власний авторський стиль оформлення і написані з дотриманням усіх професійних журналістських стандартів, а інформація для публікацій перевіряється у наукових джерелах.

Отже, концепція нашого каналу — популяризація здоров'я через науковий підхід та спростування недієвих, інколи шкідливих, але розповсюджених способів догляду за собою чи лікування, хибних даних про певні поняття з теми.

2.2. Платформа та технічні аспекти телеграм-каналу

Для створення телеграм-каналу насамперед потрібно мати встановлену програму «Телеграм». Завантажити для мобільних пристроїв її можна в

магазині застосунків Play Market, App Store тощо. Комп’ютерна версія доступна у вигляді простого сайту або у вигляді застосунку, який можна завантажити на офіційному сайті. Функціональні особливості застосунку зручніші та мобільніші.

Назва нашого каналу — “Healthy & Wealthy”. Окрім того, що вона нескладна, обидва слова написані однією мовою (тобто при пошуку не треба перемикати клавіатуру), вона несе в собі сенс, який ми хочемо донести до читачів. Ці слова часто використовують англомовні люди, коли прощаються та кажуть в кінці розмови “Stay healthy and wealthy!”.

Для того, щоб телеграм-канал був упізнаваним, потрібно створити логотип (Рис. 2.3).



Рис. 2.3. Логотип каналу

Для цього ми скористалися сервісом Adobe Photoshop. Вибір кольорів можна пояснити легко: зелений колір понад усе асоціюється з тематикою здоров'я, оскільки часто використовується для реклами ліків, для дизайну логотипів аптек.

В телеграм-каналі “Healthy & Wealthy” є 4 різних тегів, вони відображають смислове наповнення обраного матеріалу.

1. #девайси
2. #спростування
3. #краса
4. #хвороби

При розробці тегів, ми керувались виключно естетичними міркуваннями, милозвучністю та функціональністю. В одній публікації телеграм-каналу “Healthy & Wealthy” може бути декілька тегів, якщо вони підходять за змістом, або не бути жодного тегу, тобто інформації в ній недостатньо для повноцінного пошуку. Теги ми розміщували на початку матеріалів.

Гіпертекстуальність також присутня в інструменті «Телеграф», вона має аналогічний принцип роботи, як і в текстових повідомленнях. Є можливість виокремити заголовок чи підзаголовок, це також робить текст доступнішим в читанні. Можна вказати авторство матеріалу.

Для привернення уваги аудиторії також можна додати власний логотип та опис каналу. Є можливість закріплювати публікації, редагувати, видаляти, виділяти певними шрифтами. Хештеги допомагають як і автору, так і підписникам, знаходити потрібний матеріал. За бажанням можна додавати колажі та матеріали, створені за допомогою бота «Телеграф», який дозволяє оформити текст з великою кількістю знаків.

Як висновок, платформа «Телеграм» дозволяє будь-кому створити власний публічний телеграм-канал. При цьому з технічного боку це зробити не складно [21]. Обов'язковими елементами для телеграм-каналу є вид каналу,

унікальне посилання, його назва, стилістика текстів та різноманіття медіафайлів.

2.3. Тематика контенту

Тематичне наповнення каналу про здоров'я підходить майже всім користувачам мережі, воно несе у собі:

поради щодо догляду за собою;

спростування міфів про лікування застуди;

демонстрацію здобутків науки;

огляд медичних чи косметологічних девайсів, які можуть позитивно впливати на наше повсякденне життя;

міжнародні наукові публікації сучасних досліджень з теми здоров'я.

Головна проблема, яку вирішує створення такого каналу — читачі починають більш відповідально ставитися до вивчення свого організму, цікавляться діагностуванням та лікуванням хвороб, починають слідкувати за здоров'ям правильним чином, отримуючи перевіренні знання.

В мережі інтернет, особливо на некомпетентних жіночих форумах, безліч неперевіреної інформації про здоров'я, інколи поради з таких форумів складаються з дій, які абсурдні самі по собі. Приклад — жінка запитує: «Що робити, якщо під час статевого акту пошкодився презерватив?». У відповідях можна знайти навіть рекомендації залити лимонний сік або кока-колу всередину себе. Міф про цей спосіб контрацепції є досить поширеним, особливо серед маргіналізованих шарів населення [26].

Люди ніколи не перестануть шукати інформацію про здоров'я в інтернеті, натикаючись на шкідливі поради. Але якщо ми будемо поширювати інформацію, що була досліджена науковцями, зрозумілою для них мовою, то наш читач здобуде певні корисні знання та, наткнувшись на сумнівні поради з таких форумів, поставиться до них з недовірою [10,с. 284].

Цільовою аудиторією телеграм-каналу “Healthy & Wealthy” є переважно молоді люди, які користуються телеграмом в Україні та за її межами, 14–45 років. Але не варто забувати, що у зв’язку зі швидким розвитком технологій, а також збільшення споживачів, користуватися телеграмом вже має змогу й старше населення України, 45+, яке має смартфон, комп’ютери, ноутбуки та доступ до інтернету.

Читачем каналу може стати будь-яка особа. Для телеграм-каналу “Healthy & Wealthy” немає значення сімейний стан та наявність дітей та їх кількість. Все, що необхідно знати та вміти читачам телеграм-каналу “Healthy & Wealthy”, — володіти смартфоном та вміти читати.

Зараз телеграм-канал “Healthy & Wealthy” має понад 80 підписників [Додаток А].

Середня кількість переглядів цих дописів становить ~50 переглядів [Додаток Б].

Один з основних способів просування телеграм-каналу — відповідний та послідовний контент. Для телеграма оптимальні публікації 1–3 рази на тиждень, якщо це не блогер або новинний контент. Інакше підписників почнуть дратувати нові та непрочитані повідомлення.

Оскільки канал “Healthy & Wealthy” створений з метою розповсюдження інформації про здоров’я, важливо ретельно готуватися до створення кожного матеріалу та аналізувати наукові дослідження з обраної теми [10, с. 284].

Якщо контент цікавий та «чіпляючий», він може стати вірусним серед інших каналів чи бути поширеним користувачами приватними повідомленнями методом пересилання постів один одному. Це максимально дієвий спосіб розповсюдити матеріали та здобути нову аудиторію. Але варто контролювати сенсаційність та яскравість заголовків, щоб не ввести читачів в оману та уникнути поверхневого ставлення [7, с. 263].

Ось кілька цікавих для користувачів форматів, окрім традиційних дописів, що здатні стати вірусними:

Лонгриди. Зрозумілий для всіх формат. Якщо майстерно володіти словом, формат сподобається аудиторії. Це можуть бути кілька постів поспіль з продовженням або пост із пропозицією прочитати повністю на окремому сайті чи в блозі. Можна готувати довгі пости за допомогою сайту telegra.ph (сервіс для оформлення публікацій від телеграм) без використання сторонніх ресурсів.

Відеоконтент. Це можуть бути ролики з анімацією процесів в організмі, таких як запліднення чи розповсюдження нервових імпульсів тілом.

Міні-подкасти. Аудіоповідомлення у телеграмі цілком можуть перетворитися на міні-подкасти про що завгодно та стати поширюваними.

Прямі ефіри. Новий формат комунікації в телеграмі, що швидко набирає популярність. Коли ефір запускається, читачі одержують повідомлення, але варто не забувати й про анонс. Можна транслювати не лише ведучого, а й екран його пристрою — показувати матеріали з галереї, запускати презентації. Прямі трансляції привертають увагу читачів, бо вони можуть ставити питання, реагувати на інтерактив.

Фото і відео. Особливо скандальні та провокативні, відверті чи криваві. Формат матеріалів медичного чи косметологічного характеру дозволяє шокувати людей подробицями. Наприклад: відеозапис з уретри чоловіка, знятий ендоскопом під час операції, або зафільмований процес пологів, фото швів одразу після пластичних операцій, відео з вичавленням гною зі шкіри, позбування від чорних цяток.

За допомогою таких фото та відео можна привернути багато уваги до каналу, бо інтерес до подібних шоккових матеріалів завжди високий, проте основна функція таких дій — популяризація науки.

Таким чином, основною тематикою нашого каналу є науково-популярна інформація про здоров'я, яка підходить широкому загалу читачів та є досить актуальною.

2.4. Специфіка просування телеграм-каналу “Healthy & Wealthy”

Для розвитку телеграм-каналу “Healthy & Wealthy” були залучені такі методи просування:

- поширення серед друзів, знайомих та їх особисті рекомендації іншим;
- унікальний та цікавий контент, який сам по собі зацікавлює аудиторію;
- просування через свої чинні соціальні мережі (сторис та публікації із запрошенням);
- взаємопіар з іншими телеграм-каналами та поширення закликів до підписки у великих телеграм-чатах.

Хоч ця робота має виконуватися окремими спеціалістами з реклами та просування, сучасний журналіст також має розумітися не тільки яким чином наповнити свій канал матеріалом, а ще як вдало просунути контент. Стратегія просування у телеграмі може містити відразу кілька способів:

- офіційна реклама у телеграмі;
- реклама в інших каналах;
- репости;
- інші соціальні мережі [25].

Щоб розширити аудиторію, можна співпрацювати з авторами схожих на тематику каналів або запропонувати взаємопіар блогерам. Найкраще, якщо це будуть великі канали. Обмін публікаціями на різні теми, бажано без відвертої реклами, так звані нативні інтеграції.

Рекомендовано створювати контент таким чином, щоб аудиторія мала змогу поширювати його серед знайомих. Якщо матеріал буде вірусним чи досить цікавим — його розповсюдять канали-конкуренти та його побачить нова аудиторія.

Журналістика хоч і окрема від реклами та маркетингу галузь, але якщо автор планує створювати свій проєкт самостійно, без участі додаткових

спеціалістів, то потрібно хоча б мінімально розумітися у питаннях розповсюдження контенту [21].

Отже, просування каналу є важливим для розповсюдження матеріалів, тому інформація про те, як це робити потрібна кожному автору, який створює свій проєкт самостійно.

Висновки до розділу 2

Підсумовуючи, можна сказати, що журналістика, яка пов'язана з поширенням інформації про здоров'я — доволі амбіційне направлення в сучасній медіасфері, котре має безліч форм вираження і потенційно велику кількість зацікавленої аудиторії. Актуальність месенджера «Телеграм» змінює правила гри, доступ до інформації, навіть прихованої, отримати стає все легше.

Обираючи майданчик для створення власного проєкту, потрібно враховувати обмеження платформи, її правила та особливості. Телеграм підходить майже для всіх форматів, тому що в ньому майже немає цензури, обмежень, а зацікавленість аудиторією у різних темах, не тільки новинному форматі, досить велика. Користувачі телеграма — люди різного віку та професій, тому аудиторія здатна поглинути будь-який контент, тому що точно знайдуться ті, кому буде потрібна та чи інша інформація.

Створення телеграм-каналу з теми здоров'я може покращити ситуацію з відсутністю обізнаності населення у питаннях здоров'я та догляду за собою. Спираючись на компетентні наукові дослідження при створенні публікацій каналу, ми маємо переконати читачів переглянути своє ставлення до розповсюджених недієвих та інколи шкідливих методів самолікування, таких як кутання у ковдру під час високої температури, вживання горілки з перцем у лікувальних цілях, використання гомеопатії як метод боротьби з раком тощо.

Робота з подібним контентом вимагає базових знань про влаштування і роботу месенджера «Телеграм», вміння шукати й систематизувати інформацію,

робити її цікавою та інформативною для читачів. Оскільки канал “Healthy & Wealthy” створений з метою розповсюдження інформації про здоров’я, важливо ретельно готуватися до створення кожного матеріалу та аналізувати наукові дослідження з обраної теми.

Щоб зацікавити та утримати читачів, нам потрібно не тільки знаходити актуальну інформацію з теми здоров’я, а вміти трансформувати її завдяки авторському тексту в цікавий, зручний для поглинання формат, з використанням публіцистичної стилістики, додаванням ілюстрацій, фото, відео. Проте варто уникати викривлення фактів та власних порад, адже перед журналістом постає задача поширити лише таку інформацію, що має наукове підтвердження.

Ми можемо не обмежуватися цензурою та публікувати приголомшливі анатомічні подробиці та фото, відео операцій задля популяризації традиційної медицини як самого ефективного способу розв’язання проблем зі здоров’ям, це може привернути додаткову увагу до нашого каналу та допомогти нашому контенту стати вірусним.

Варто контролювати сенсаційність та яскравість заголовків, щоб не ввести читачів в оману та уникнути поверхневого ставлення до проблеми, це може стати проявом непрофесіоналізму.

Для додаткової взаємодії з аудиторією, час від часу потрібно проводити інтерактив, прямі трансляції, публікувати аудіоповідомлення у форматі подкасту.

Головна проблема, яку вирішує створення такого каналу — читачі починають більш відповідально ставитися до вивчення свого організму, цікавляться діагностуванням та лікуванням хвороб методами традиційної медицини замість альтернативної, починають слідкувати за здоров’ям правильним чином, отримуючи перевірені знання. В мережі інтернет безліч неперевіреної інформації про здоров’я, інколи поради з певних тематичних

форумів складаються з дій, які абсурдні самі по собі та можуть зашкодити великій кількості людей.

Люди ніколи не перестануть шукати інформацію про здоров'я в інтернеті, натикаючись на шкідливі поради, яку поширили некомпетентні публіцисти чи звичайні користувачі. Але якщо ми будемо поширювати інформацію, що була досліджена науковцями, то наш читач здобуде певні корисні знання, та, наткнувшись на сумнівні поради з таких джерел, поставиться до них з недовірою.

ВИСНОВКИ

Отже, месенджер «Телеграм» зручно використовувати як інструмент для створення публічного каналу, тому що він якнайкраще підходить для цього. Актуальність додатка «Телеграм» невпинно зростає. Більшість користувачів телеграма надають перевагу даному месенджеру у своєму щоденному медіаспоживанні в інтернеті. Головні особливості платформи — комфортний дизайн та інтерфейс, відсутність цензури. Загалом проєкт «Телеграм» — функціональний інструмент як для авторів, так і для читачів.

Створюючи наш канал про здоров'я саме в телеграмі, ми хочемо донести до аудиторії інформацію, споживати котру буде насамперед зручно завдяки додатку, що поєднує в собі месенджер та соціальну мережу з можливістю створення публічних груп, каналів. Особливо телеграм відомий функціями: особисті повідомлення, секретні чати, публічні чати, публічні канали, стикери (як від розробників телеграма, так і від авторів), боти, поширення медіафайлів великих об'ємів, дозволений обсяг відео сягає 4 ГБ, що є перевагою над аналогічними сервісами.

Ми проаналізували історію створення телеграма, її власник — Павло Дуров, досить амбіційна та скандальна людина, з дуже сумнівною репутацією. Раніше він створив соціальну мережу «ВКонтакте», яка була аналогом фейсбуку для користувачів переважно зі східної Європи. Спецслужби РФ зацікавились соціальною мережею «ВКонтакте», коли зрозуміли, що це величезна база даних й вона може стати в пригоді для викриття та репресій користувачів в офлайн. Дуров не згодився видавати спецслужбам дані користувачів ВК, пояснивши це тим, що поважає право користувачів на конфіденційність. Спецслужби вимагали дані саме тих користувачів, які були учасниками публічних груп, присвяченим Євромайдану. Хоча не можна однозначно вважати телеграм

повністю захищеним месенджером, Дуров намагається виправити ситуацію, його команда працює над тим, щоб зробити телеграм безпечною для використання програмою, особливо якщо брати до уваги, що розробники нещодавно дозволили реєструвати аканти не на справжні номери телефонів, а на завчасно придбані номери телефонів, які платно генеруються системою.

Дослідивши можливості месенджера «Телеграм», ми зрозуміли, що він може використовуватись не тільки як інструмент для обміну миттєвими текстовими повідомленнями, надсилання медіафайлів, а й як платформа для створення ЗМІ, завдяки такому явищу як канали та публічні чати.

Являючи собою універсальний медіаінструмент, котрий нарощує свою популярність щоденно завдяки функціональному інтерфейсу, можливості бути на зв'язку з рідними та друзями, широкому спектру представлених каналів на різну тематику (особисті канали публічних людей, мікроблоги анонімних авторів, офіційні канали інформгентств тощо), телеграм стає ідеальним майданчиком для ведення журналістської діяльності й підходить для цього як редакціям класичного формату, так і окремим авторам.

Основні можливості додатка саме для автора каналу — можливість створити свій власний публічний канал з будь-якої теми, додавати фото, відео, файли різних форматів до текстових публікацій.

Можливість публікувати інформацію в той же момент, коли трапляється подія, отримуючи детальні відео, фото з місця подій від людей, що самі надсилають каналам через спеціальні боти, телеграм прискорив час розповсюдження інформації, що дуже важливо для новинних форматів та для інформування, координування населення під час війни. Політичні діячі, міністри, голови міських рад, радники президента використовують канали для вище зазначених цілей, адже ніякий інший додаток, окрім телеграма, не здатен настільки оперативно та у зручний спосіб виконати подібне завдання швидко та зручно як для поширювача інформації, так і для отримувача.

Аналізуючи тематичне різноманіття та рейтинги телеграм каналів, які користуються популярністю серед українців, можна відстежити тенденцію, що найактуальніша зараз тема каналів — новини про війну (а також загальні новини). Водночас представлені канали про спорт, музику, авто, особисті блоги, IT, туризм, дизайн, їжу та інше.

Створення каналу з теми здоров'я складається з основних етапів, таких як неймінг, розробка лого, визначення тематики публікацій, генерація текстового контенту, пошуку ілюстрацій та аналізу актуальності публікованої інформації у міжнародних медичних та наукових джерелах, енциклопедіях, довідниках задля запобігання поширення псевдонаукової інформації, що може спричинити шкоду.

Особливостями створення каналу з такої теми є необхідність контролювати актуальність інформації, перевіряти тексти та матеріали перед публікацією, уникаючи особистих рекомендацій щодо здоров'я, догляду за собою та гігієни.

Також потрібно оформлювати публікації таким чином, щоб це привертало інтерес, але не несло в собі поверхневості, легковажності, адже така тематика є надто серйозною. Бажано створювати тексти з цікавими стилістичними рішеннями задля викладу складних наукових матеріалів у легкому для звичайного читача форматі, а також для додаткового зацікавлення даною темою та можливості розважити читачів, навіть якщо теми публікацій занадто інформативні та несуть в собі складні наукові терміни.

Щоб поширити інформацію серед більшої кількості читачів, необхідно знати про методи просування каналу. Найголовніші з таких — розповсюдження матеріалів серед знайомих, реклама в схожих за тематикою каналах, поширення відвертих матеріалів задля привернення уваги.

Журналістика трансформується, підлаштовуючись під сьогодення, тому важливо освоювати сучасні платформи для журналістської діяльності в мережі. Варто звернути увагу й на те, що як ніколи раніше доступна можливість бути

самостійним повноцінним медіа завдяки таким додаткам як телеграм. Якщо деякий час тому журналіст так чи інакше вважався залежним від редакційної політики класичних ЗМІ, був обмежений цензурою та не міг працювати на себе, з розвитком сучасних технологій та поширенням соціальних мереж, месенджерів це стало можливим.

Технологічні інструменти для створення власних медіа допомагають журналістиці ставати більш незалежною та чесною, позбуватися від заангажованості, що присутня у традиційних форматах ЗМІ, таких як тележурналістика, радіожурналістика, друковані видання.

При цьому, є навіть можливість зберігати свою анонімність задля безпеки, якщо поширювані матеріали несуть в собі провокативну чи викривальну інформацію, особливо це актуально після гучних випадків вбивств наших колег за виконання своєї роботи.

Всі ці переваги посувають традиційні медіа на другий план, формуючи нову медіареальність. Це відбувається через те, що зручніше користуватися додатком в телефоні, а не дивитися телевізор, шукати радіоприймач або читати газету, журнал.

Ми створили телеграм-канал, до якого зручно отримати доступ завдяки лише телефону з інтернетом, котрий популяризує науковий підхід у питаннях здоров'я та покликаний розвінчати міфи, що вже вкорінились в повсякденне життя людей через недостатню обізнаність та консервативність поглядів з даної теми.

Перспективою подальших досліджень може бути вивчення журналістської тематичної спеціалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутиріна М. Telegram-канал як мета-ЗМІ: комунікаційні особливості. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. Запоріжжя, 2020. С. 138-141.
2. Вишнеvsька І. Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. 2015. Вип. 41, С. 521–530.
3. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Current issues of mass communication. 2013. Вип. 15, С. 65–69.
4. Гуржій С. Сучасні загрозливі тенденції використання Telegram-каналів на шкоду державним інтересам. Науковий журнал «Інформація і право». 2021. № 4(39), С. 163–168.
5. Жугай В., Кузнецова Т. Особливості телеграм-каналів як новітніх українських медіа: український контекст. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2021. Том 32 (71), № 6 Ч. 3. С. 120–125.
6. Казанин В. Телеграм-каналы как перспективная технология публичности власти. «Вопросы политологии». 2017. №. 3. С. 142–149.
7. Козиряцька С. Медична журналістика в контексті наукової. Збірник наукових праць ДВНЗ. Переяслав-Хмельницький : КСВ, 2015. Вип. 17. С. 257-263.
8. Коноплев Д. Telegram как новая среда коммуникации в СМИ в соцсетях. Знак: проблемное поле медиаобразования, 2017. №3. С.25.
9. Лубкович І. Соціологія і журналістика. Львів : ПАІС, 2005. С. 176.
10. Меджидова Н. Медицинская журналистика (настольная книга журналиста). Баку : Ziya-Nurlan, 2005. С. 284.

11. Тонкіх І. Інтернет-журналістика. Жанри в інтернеті: навчальний посібник. Запоріжжя: ЗНТУ, 2017. С. 130.

12. Paine K. Measure what matters: Online tools for understanding customers, social media, engagement, and key relationships. New York : John Wiley & Sons, 2011. P. 432.

Електронні ресурси:

13. Бушковська Н. Як писати про медицину, щоб не нашкодити. URL: <https://medialab.online/news/nenashkodyty/> (дата звернення: 16.12.2022).

14. Від "корони" до Шарія: аналіз найпопулярніших українських телеграмканалів. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/vid-korony-do-shariya-analiz-najpopulyarnishyh-ukrayinskyh-telegram-kanaliv-i41267> (дата звернення: 17.12.2022).

15. Від «Трухи» до Гордона: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naupopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-telegram/> (дата звернення: 17.12.2022)

16. Гончарова К. Критичне мислення, міфи і псевдонаука: головні тези з виступу MED Goblin на TEDx. <https://ms.detector.media/maister-klas/post/23275/2019-08-01-krytychne-myslennya-mify-i-psevdonauka-golovni-tezy-z-vystupu-med-goblin-na-tedx/> (дата звернення: 18.12.2022)

17. Как вести канал в телеграм если ты СМИ? URL: <https://dddjournalism.info/каквести-канал-в-Телеграм-если-ты-сми230d9504259> (дата звернення: 18.12.2022)

18. Нікберг І. Методологічні аспекти популяризації медичних знань у засобах масової інформації І.І. Нікберг. Новости медицины и фармации: интернет-издание для медицинских и фармацевтических работников. Сідней, 2012. №5(403). URL: <http://www.mif-ua.com/archive/article/27198> (дата звернення: 18.12.2022).

19. Павлюк Л. Міфопоетика і міфополітика: міф, контрміф і антиміф. URL: <https://www.mediakrytyka.info/drukovani/mifopoetyka-i-mifopolityka-mif-kontrmif-i-antymif.html> (дата звернення: 17.12.2022).
20. Плахта Д. Telegram як інструмент політичного впливу та маніпуляцій. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/view/2955/31> (дата звернення: 19.12.2022).
21. Плеханова Т. Способи просування інформаційного контенту на онлайн ресурсах Телевізійної служби новин та Українського незалежного інформаційної агенції новин. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/3_2021/part_2/44.pdf (дата звернення: 18.12.2022).
22. Рейтинг мобільних додатків за грудень 2021. URL: <https://tnsua.com/news/rejting-mobilnih-dodatkiv-za-gruden-2021> (дата звернення: 17.12.2022).
23. Рейтинг мобільних додатків за січень 2021. URL: <https://tnsua.com/news/rejting-mobilnih-dodatkiv-za-sichen-2021> (дата звернення: 17.12.2022).
24. Рябчун М. Інформаційні telegram-канали, як нова медіа-платформа для ЗМІ. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал. 2018. №12. URL: <https://nauka-online.com/ua/publications/ekonomika/2018/12/informatsijni-telegram-kanali-yaknova-media-platforma-dlya-zmi/> (дата звернення: 20.12.2022).
25. Як розкрити Telegram-канал і яка користь від цього. URL: <https://uaspectr.com/2019/08/02/yak-rozkrutyty-telegram-kanal-i-yaka-koryst-vid-tsogo/> (дата звернення: 20.12.2022).
26. 4 года назад промыла влагалище лимонной кислотой и уксусом. URL: <https://www.babyplan.ru/questions/16379-4-goda-nazad-promyla-vlagalische-limonnoj-kislotoj-i-uksusom/> (дата звернення: 22.12.2022).
27. Abu-Salma R. The Security Blanket of the Chat World: An Analytic Evaluation and a User Study of Telegram. European Workshop on Usable Security, Paris,

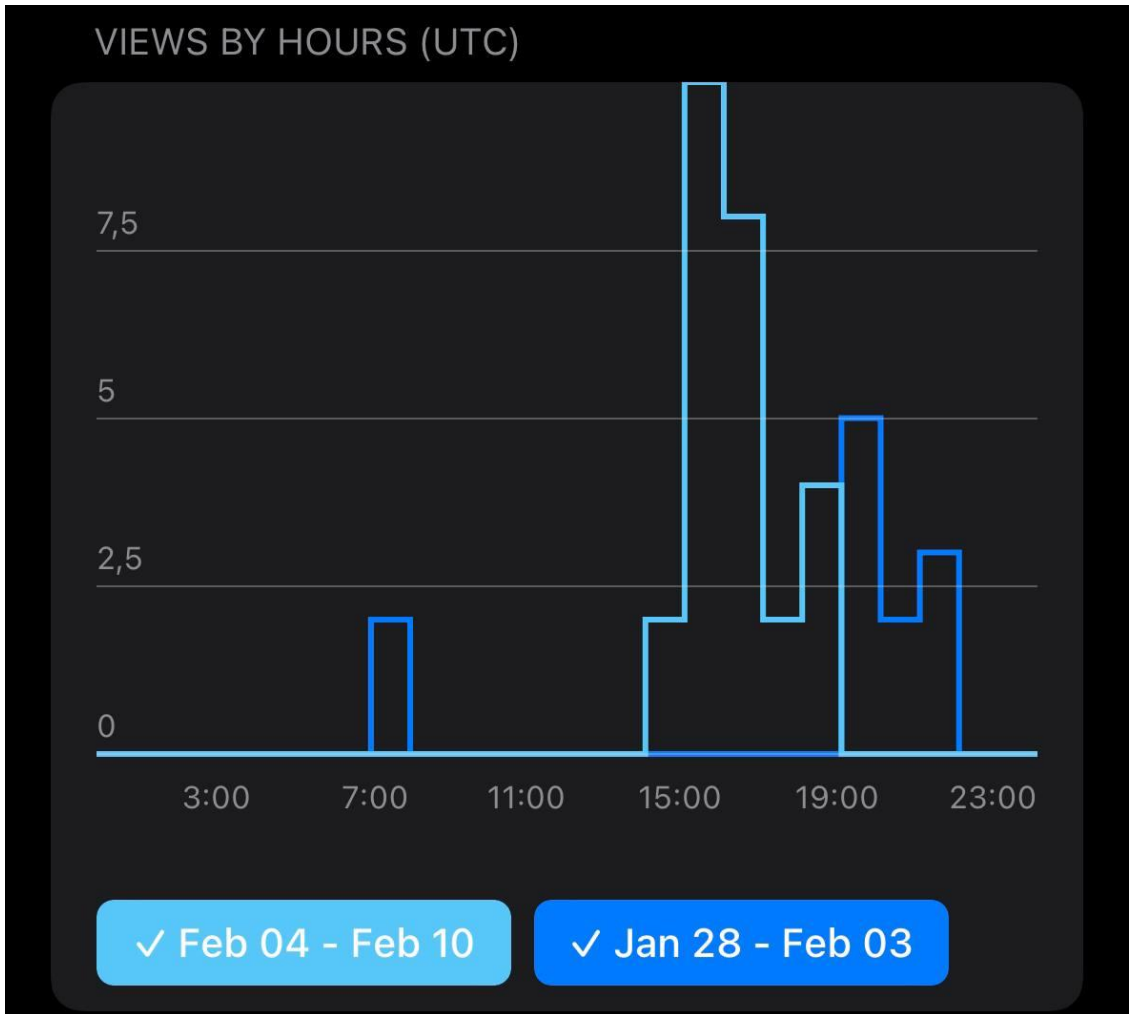
- France. Reston, VA, 2017. URL: <https://doi.org/10.14722/eurosec.2017.23006> (date of access: 15.12.2022).
28. Braz J. Cannabidiol: from an inactive cannabinoid to a drug with wide spectrum of action. 2008. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18833429/> (date of access: 22.12.2022)
29. Dargahi Nobari A., Reshadatmand N., Neshati M. Analysis of Telegram, An Instant Messaging Service. CIKM '17: ACM Conference on Information and Knowledge Management. Singapore. New York, 2017. P. 2035–2038. URL: <https://doi.org/10.1145/3132847.3133132> (date of access: 16.12.2022).
30. Grams N. Homeopathy — where is the science? URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6399603/> (date of access: 20.12.2022).
31. M Bush L. Fever. URL: <https://www.msmanuals.com/professional/infectious-diseases/biology-of-infectious-disease/fever?query=fever> (date of access: 20.12.2022).
32. P Fried M. Sinusitis. <https://www.msmanuals.com/professional/ear,-nose,-and-throat-disorders/nose-and-paranasal-sinus-disorders/sinusitis?query=sinusitis> (date of access: 22.12.2022).
33. S Seltzer E., K Watters A., MacKenzie Jr D., M Granat L., Zhang D. Cannabidiol (CBD) as a Promising Anti-Cancer Drug. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33143283/> (date of access: 21.12.2022).
34. Telegram channels and groups catalog. Ukraine. URL: <https://uk.tgstat.com/> (date of access: 17.12.2022).
35. Zhang L. The Impact of Routine Skin Care on the Quality of Life. URL: https://www.researchgate.net/publication/343202765_The_Impact_of_Routine_Skin_Care_on_the_Quality_of_Life (date of access: 21.12.2022).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А «Зростання читачів каналу»



ДОДАТОК Б «Перегляди погодинно»



ДОДАТОК В «Найпопулярніші телеграм-канали в Україні у липні 2022 року»[15]

ДМ

Топ-100 Телеграм-каналів в Україні у липні 2022 року

Дані: Рейтинг створений «Детектором медіа» на основі даних TGState та Telemetrico

1	Труха Україна	2.27m	50	Информатор Украина	427.3k
2	Украина Сейчас: новости, война, Россия	1.56m	51	Служба безпеки України	425.4k
3	Украина Online	1.45m	52	БДСН Війна 2022 Новини25%	504k
4	Инсайдер UA	1.41m	53	Музыка 2022 Музыка	411.8k
5	Реальная Война Украина	1.29m	54	Хуевый Херсон	403.9k
6	Телеграмна служба новин - Новини Україна Війна новости Украина Война	1.09m	55	Україна 24	397.7k
7	Всевидающее ОКО Украина	1 07m	56	Новое Издание	390.6k
8	Top News (Війна, Україна, Новини)	1.05m	57	Фильмы и Музыка	394.7k
9	Zelenskiy / Official	1.02m	58	АЗОВ - Мариуполь	389.7k
10	Ukraine NOW	955.2k	59	Киевский Движ Новости	370.5k
11	Боже, яке кончене!	951.7k	60	БДСН 18+ Война 2022	362.5k
12	Музыка Ремиксы Треки	927.7k	61	Mykola Udianskyi official Channel	341.9k
13	Український телеграм: новини, війна	895.3k	62	Київ Оперативний Kyiv Operative	337.6k
14	TCH новини / TCH.ua	863.7k	63	!!СИРЕНА. ДНІПРО!!	335k
15	Лачен пише	854.9k	64	Шейх Тамир	332.1k
16	УНІАН - новости Украины война с Россией новини України війна з Росією УНІАН	777.9k	65	Карта повітряних тривог ВИБУХИ	326.1k
17	Анатолій Шарий	708.7k	66	Укрзалізниця	323.4k
18	Украина 24/7	707.7k	67	Политика.ЮА: только свежие новости Украины	321.4k
19	Хуевый Киев 18+ Украина	701.9k	68	Дмитрий Василец	319.1k
20	Легитимный	676.6k	69	FLASH UA НОВОСТИ УКРАИНА 24/7	317.6k
21	Хуевая Одесса	675.8k	70	Реальная Украина Новости	316.5k
22	Реальный Киев Новости Украина	674.0k	71	Одесса как она есть	313.4k
23	НОВИНА Україна Війна	664.9k	72	Украина сегодня	310.5k
24	Віталій Кім / Миколаївська ОДА	655.2k	73	Правда Украина Война Новости	306k
25	Ищи своих	653.7k	74	СУСПІЛЬНЕ НОВИНИ	300.6k
26	Ukraine NOW [Russia]	635.7k	75	Русский Корабль Иди Нах*й	297.9k
27	Реальная Война Украина	614.7k	76	Байрактар News Україна	288.8k
28	Резидент	600.6k	77	Sofia Stuzhuk	288.6k
29	Ретерічка NEWS	580.5k	78	Новости Одесса	279.9k
30	INFOФАКТ УКРАЇНА	569.3k	79	Одесский дворик	279.1k
31	Харьков Life Украина	567.1k	80	Агент Украины	275.7k
32	Киев INFO Новости Украина	562.2k	81	Инсайды Украина	274.4k
33	Адвокат Права	559.3k	82	ЗеРада	273.2k
34	Pravda Gerashchenko	558.0k	83	Верховна Рада України	263.1k
35	Одесса INFO Новости	544.4k	84	Алексей Шевцов	262.4k
36	Хуевый Харьков	525.7k	85	Днепр ОПЕРАТИВНИЙ ВОЙНА	258.6k
37	#МОНТЯН!	512.1k	86	UKR INFORM Новини	255.1k
38	Україна в Онлайні ВІЙНА 2022	505.5k	87	Новости Николаева	252.1k
39	Типичная Украина — Новости	502.0k	88	Политика Страны	248.4k
40	ONews Украина	501.3k	89	Политика Украины	240k
41	Хуевый Киев Украина	497.0k	90	STERNENKO	238.3k
42	Украина Новости	492.7k	91	Офіс Президента	234.5k
43	Оповіщення ЦЗ	480.5k	92	XUA-фото войны	233.6k
44	КМДА – офіційний канал	485.5k	93	Новини України Війна	233.4k
45	First Новости Войны	478.9k	94	Євген Карась	223.4k
46	Доброго вечора, ми з України	470.7k	95	ХС Харьков	223.1k
47	ХД ДНЕПР	448.3k	96	Дмитрий Гордон	221.7k
48	Arestovich / Official	447.1k	97	Новости Украины Online	220.8k
49	Оперативний ЗСУ	431.6k	98	ДСНС ПОЛТАВА СИРЕНА	219.4k
			99	Анатолій Куртев. Секретар Запорізької міської ради	217.4k
			100	ЦАПЛІЧЕНКО_UKRAINE FIGHTS	215.9k

- державні комунікації, політика
 - медіа
 - мікрують під ЗМІ, місцеві пабліки
 - блогери, інше
 - проросійські