

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 УКРАЇНСЬКОГО МУЗИЧНОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ
«ГРАЙЛИВА ХОРЕЯ»

Виконавець: Зубченко Кирило Юрійович

Керівник: док. економ. наук, проф., проф.

кафедри журналістики

Бондаренко Світлана Анатоліївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. РОЛЬ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ У КОНТЕКСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ.....	6
1.1. Історія розвитку месенджера «Телеграм» як інструменту взаємодії з громадськістю	6
1.2. Концепція музичних проєктів у месенджері «Телеграм» та їх специфіка	9
Висновки до розділу.....	12
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОНТЕНТУ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА.....	14
2.1. Характеристика та аналіз музичних телеграм-каналів.....	14
2.2. Специфіка та особливості розробки музичного телеграм-каналу.....	20
Висновки до розділу 2.....	24
РОЗДІЛ 3. КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО МУЗИЧНОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «Грайлива Хорея»	26
3.1 Створення матеріалів для телеграм-каналу «Грайлива Хорея»	26
3.2. Методи просування музичного каналу та шляхи впливу на цільову аудиторію.....	34
Висновки до розділу 3.....	38
ВИСНОВКИ	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ	48

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена тим, що у сучасному цифровому віці зростає значення соціальних медіа платформ як засобу комунікації та обміну інформацією. Одним з найпопулярніших месенджерів, що здобуває все більшу популярність, зокрема, і в українському суспільстві, є телеграм. Його широкий функціонал та можливість створення каналів для спільного обговорення і поширення контенту зробили його популярним інструментом залучення громадської уваги, конкурентно вистояючи своє право на альтернативний засіб масової інформації.

Сьогоднішній вплив подій та розвиток цифрових технологій на середньостатистичного споживача інформації, змушує людину передивлятися не тільки перелік інформаційних джерел, звідки вона дізнається інформацію, а й придивлятися до альтернативних платформ. Специфіка телеграм-каналів визначається не тільки середою для ведення публічних дискусій, обговорень актуальних проблем та подій, а й особливістю створення власного осередка, який здатен конкурувати із традиційними ЗМІ. Особливістю телеграм-каналів є їх широкий функціонал, який дозволяє створювати публічні дискусії, обговорювати актуальні проблеми та події, а також поширювати контент. Це надає можливість залучення громадської уваги і створення власного осередку, що здатний конкурувати з традиційними ЗМІ. Такі канали можуть стати важливим джерелом інформації для багатьох людей, які шукають альтернативні джерела новин та аналітики.

У роботі були розглянуті та досліджені альтернативні медіа, які були створені саме на цьому підґрунті. Нові форми комунікацій, до яких належать телеграм-канали, продовжують вивчатись та лишаються конкурентоздатною формою взаємодії із громадськістю, через що тематика не втрачає актуальність.

В ході роботи було досліджено специфіку розвитку нових медіа на прикладі платформи «Telegram». Ця молода наука стає предметом досліджень І. Вишневської, М. Маклюєна, Д. Мюррей, Б. Потятиника та ін.

Мета дослідження полягає у обґрунтуванні теоретико-методичних положень і розробці практичних рекомендацій щодо застосування месенджера Телеграм для популяризації і просування української музики, як джерела натхнення для людей, та визначення розмаїття і перспектив телеграм-каналів, присвячених цій галузі. Зокрема, дослідження має на меті створення власного телеграм-каналу на тематику української музики.

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

1. Розглянути історію розвитку Телеграму як інструменту взаємодії ЗМІ з громадськістю.
2. Навести характеристику та проаналізувати музичні телеграм канали на платформі Телеграм.
3. Провести аналіз концепції та виділити специфіки журналістських телеграм-каналів про музику в Україні.
4. Розробити методику створення контенту для власного музичного телеграм-каналу «Грайлива Хорея».
5. Дослідити методи впливу на аудиторію та шляхи просування власного медіа на прикладі створеного телеграм-каналу

Об'єкт дослідження – телеграм-канал як медіа-платформа для публікацій журналістських матеріалів.

Предмет дослідження – технологія створення журналістських матеріалів про музику в Україні та методи просування телеграм-каналу «Грайлива Хорея».

Методи дослідження. В ході створення дипломної роботи використано методи аналізу й узагальнення науково-методичної літератури. Метод порівняльного аналізу використано в дослідженні переваг і недоліків інтеграції засобів масової інформації на платформі Телеграм. Використано метод спостереження у роботі зі статистичними даними (як із загальнодоступними, так і з власними). На етапі практичної розробки телеграм-каналу використовувався

емпіричний метод дослідження. Він передбачав у собі контент-моніторинг, контент-аналіз, аналіз цільової аудиторії.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в розкритті особливостей розробки та створення публікацій для телеграм-каналу «Грайлива Хорея» на музичну тематику в умовах сучасного інформаційного середовища.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати дослідження далі можна використовувати як рекомендації для створення власного медіа-каналу на платформі Телеграм. Поетапно розглянута специфіка створення телеграм-каналу про музику та його особливості. Основні положення цієї роботи будуть корисними для студентів спеціальності «Журналістика», а також для всіх тих, хто поставив собі за мету створити журналістський контент в межах телеграм-каналу.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Десятому Всесвітньому конгресі "*Авіація у XXI столітті*" — "*Безпека в авіації та космічні технології*" та Шістнадцятій Міжнародній науково-технічній конференції «*AVIA-2023*».

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

1. Бондаренко С.А., Зубченко К.Ю. Музичний телеграм канал як засіб культурної комунікації в сучасному суспільстві. *AVIA-2023 : XVI Міжнар. наук.-практ. конф.*, 18-20.04. 2023 року : Київ, 2023. С.28.19-28.21.
2. Зубченко К.Ю. Створення українського музичного телеграм-каналу як медіапродукту самобутності та ідентичності нації. *Безпека в авіації та космічні технології : X Всесвітній конгрес "Авіація в XXI столітті"*, 28-30.09.2022 року : Київ, 2022. 6.2.53-6.2.55.

Структура й обсяг дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (35) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінки, основний текст викладено на 40 сторінках.

РОЗДІЛ 1

РОЛЬ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ У КОНТЕКСТІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ

1.1. Історія розвитку месенджера «Телеграм» як інструменту взаємодії з громадськістю

На сьогодні, месенджер «Телеграм» здобув величезну популярність та став важливим засобом комунікації для мільйонів людей по всьому світу. Однак, крім функції простого обміну повідомленнями, телеграм також використовується як масовий інформаційний ресурс, багато в чому завдяки своєму функціоналу та рвучкій історії розвитку [21,с. 176].

З самого початку його створення (2013 рік) розробники поклали акцент на захист конфіденційності та безпеки користувачів. Це зробило телеграм привабливим для тих, хто цінує приватність та безпеку своїх переписок. Проте, розвиваючись, платформа почала вбирати в себе більше функціоналу не змінюючи свій пріоритет на особливу політику конфіденційності, на відміну від інших месенджерів, телеграм також надав можливості створення та управління телеграм-каналами.

Телеграм-канали – це медіа-платформи для публікації та поширення великого обсягу інформації для широкої аудиторії. Вони стали особливо цікавими з точки зору ЗМІ, оскільки дозволяють швидко та ефективно доносити новини до великої кількості підписників, залучаючи менше ресурсів задля отримання уваги великої кількості людей [12,с. 20-23]. Таким чином, через деякий час телеграм-канали почали перетворюватися на важливі джерела інформації для багатьох користувачів телеграм, поступово замінюючи такі традиційні медіа як телебачення, преса та радіо. Наразі, вони можуть цілком ставати альтернативою традиційним засобам інформації, дозволяючи користувачам отримувати загальну інформацію та новини безпосередньо у свій месенджер.

Функціонал та інструментарій телеграм-каналів постійно розширювався з плином часу. Спочатку канали просто надавали можливість публікувати інформацію у вигляді текстових повідомлень, що не мало величезний попит для середньостатистичного читача. Але з розвитком платформи, почали з'являтися нові функції, можливості вставляти медіа-файли (зображення, відео, аудіо) у повідомлення, створювати окремі групи для обговорення новин, розсилати оповіщення, коментувати свіжі публікації та оновлення підписникам різноманітних каналів, які ладна створювати будь яка людина.

Ще через деякий час, телеграм став надавати можливість налаштовувати доступ до телеграм-каналів шляхом встановлення різних рівнів приватності. Це означає, що адміністратор каналу може обрати, хто має доступ до його контенту: відкритий доступ для всіх користувачів, обмежений доступ з можливістю запиту на підписку, або навіть закритий доступ тільки для обраних користувачів. Завдяки цьому можна контролювати поріг входу для своїх читачів, задавати вікові кордони та підлаштовуватись під цільову аудиторію.

З розвитком, функціонал також почав розширюватися і для адміністраторів телеграм каналів, надаючи їм можливість проводити різноманітні опитування серед підписників. Враховуючи цей фактор, модерація того чи іншого медіа здатна оцінювати зріз думок серед своєї аудиторії, наводити статистику, аналізувати та робити певні висновки, спрямовані на покращення якості публікацій та залучення більшої кількості підписників. Завдяки цьому, стало зручніше отримувати зворотний зв'язок, досліджувати думки та погляди аудиторії, що забезпечувало більш глибоке розуміння її потреб та інтересів [2,с. 156–158].

Також, важливою функцією для підтримування контакту із громадськістю стала можливість надсилати оповіщення та оновлення підписникам, тим самим в оперативній формі надаючи їй потрібну інформацію. Це простий, та водночас важливий інструмент для швидкого розповсюдження важливих новин та подій, в залежності від конкретної галузі. Завдяки спрощеній організації отримання

актуальної інформації у своєму месенджері, поступово це почало знижувати залежність від інших джерел інформації.

На теперішній час, телеграм-канали дозволяють адміністраторам миттєво розповсюджувати інформацію та новини, зокрема, зі світу музики серед своєї аудиторії. Це особливо корисно, коли необхідно повідомити про події, публікації чи то релізи відомих музикантів. Порівняно з традиційними засобами комунікації, такими як публікації в журналах або інтернет-портали, це дає можливість швидко донести інформацію до широкої аудиторії, до якої інформація надходить із власного гаджету, завдяки алгоритму зазначеному вище.

На початку 2021 року телеграм оголосив, що досяг 500 мільйонів активних користувачів в місяць. Це значить, що месенджер продовжує зростати в популярності і стає все більш впливовим засобом комунікації, попри проблему із відсутністю верифікації для новостворених медіа.

Розвиток месенджера телеграм та використання телеграм-каналів у контексті ЗМІ мають значний вплив на культуру, зачерпуючи, зокрема, і музичну сферу. Музика завжди була важливою складовою культури і мала величезний вплив на громадськість, а сучасні технології комунікації дозволяють їй ширше поширюватися та створювати нові способи взаємодії з аудиторією, впливати на музичну сферу та формувати нові смаки [4,с. 80-85].

Нині, різноманітні музичні медіа та виконавці використовують телеграм-канали для зв'язку зі своїми підписниками. Це дає можливість безпосередньо спілкуватися з аудиторією, ділитися ексклюзивним контентом, анонсами концертів, композиціями та відео. Завдяки алгоритму швидкої взаємодії, адміністратори телеграм-каналів можуть організовувати різноманітні події, опитування та збирати зворотній відгук від своєї аудиторії, впливаючи таким чином на громадську думку та, інколи, виформуючи її [1,с. 241].

Нині, засоби інформації на музичну тематику використовують телеграм-канали для поширення новин з музичальної галузі, шоу-бізнесу тощо. Можливість публікувати факти про музичних виконавців, рецензії на альбоми,

відео-інтерв'ю та інші матеріали дає можливість розвивати музичну культуру не тільки в локальному розумінні, а й у глобальному. Канали стають майданчиком для обговорення музичних трендів, обміну думками та рекомендаціями між шанувальниками.

Отже, історія розвитку телеграм бере свій початок від 2013 року. З того часу, месенджер розвинувся до рівня справжньої мережі, в якій адміністратор інформаційного телеграм-каналу може мати великий вплив на аудиторію. Особливо цікава ця платформа може бути людям із медіа, які ладні використовувати соціальну мережу задля розвитку своїх власних платформ та соціальних мереж. Завдяки налагодженій системі сповіщень, чатів та інших інструментів взаємодії із громадськістю, телеграм здатен конкурувати із багатьма іншими месенджерами цього ринку.

1.2. Концепція музичних проєктів у месенджері «Телеграм» та їх специфіка

Розвиток музичної індустрії вплинув на розвиток телеграм-каналів, зокрема, шляхом створення нових можливостей для поширення музики, жанрової еволюції та відомостей про діяльність виконавців різних часів [9, с. 261]. Музична індустрія стала більш доступною завдяки цифровим платформам та стрімінговим сервісам, які надають легкий доступ до мільйонів треків. І в цьому відношенні, телеграм-канали відіграють ще одну роль ретранслятора, тільки мають за мету ще й культурно-просвітницький спосіб передачі інформації.

Концепція музичних телеграм-каналів дозволяє підтримувати більш тісний зв'язок із аудиторією, завдяки чому комунікація із нею відбувається абсолютно різними шляхами [3, с. 31–33]. Адміністратори телеграм-каналів створюють майданчик для взаємодії між артистами та їхньою аудиторією, виступаючи посередником. Користувачі можуть коментувати, виражати свої враження та задавати питання прямо під постами або через особисті повідомлення. Це дозволяє зблизити артистів зі своїми шанувальниками та

створює сприятливу атмосферу спілкування, і як наслідок – творчий розквіт та монетизацію діяльності.

Однією з ключових специфіка музичних телеграм-каналів є простий розподіл контенту за рубриками та плейлістами, завдяки технології хештегів. Платформа надає можливість структурувати публікації за необхідними колекціями та списками відтворення, завдяки чому споживач контенту на музичну тематику може менше звертати увагу інформацію, яку вважає не потрібною. Функціонал платформи, що покращується з кожним оновленням надав можливість телеграм-каналам заводити обговорення зі своєю аудиторією майже на кожну публікацію. Система обговорень свіжого контенту дозволяє аудиторії спілкуватися безпосередньо з адміністрацією каналу [6,с. 16]. Це створює можливість для користувачів ставити питання, висловлювати думки, виражати враження та надавати фідбек. Адміністрація, у свою чергу, може відповідати на коментарі, реагувати на запити та взаємодіяти з аудиторією. Завдяки тісному контакту вибудовується міцна спільнота з постійних читачів, завдяки яким утворюється активність та статистика, яку з часом можна використовувати для більш стрімкого просування.

Приклад вище, окреслює загальне аспект взаємодії із аудиторією. Проте, музична тематика виокремлюється особливістю транслявання та здатністю робити колаборації з різними виконавцями.

Канали можуть співпрацювати з музичними артистами, організовуючи живі виступи або стріми на своїх каналах [10,с. 9-15]. Це може бути концерт у прямому ефірі, акустична сесія, інтерв'ю з артистом або будь-який інший формат, який дозволяє аудиторії насолоджуватися виступом в режимі реального часу. Це відкриває нові можливості для взаємодії між культурами, співпраці та обміну ідеями. Люди можуть насолоджуватися виступами улюблених виконавців, незалежно від того, де вони знаходяться, що сприяє культурному розмаїттю та розумінню. Дія у реальному часі дозволяє заощадити як час, так і фінансові ресурси, які б вони могли витратити на організацію живого виконання. Враховуючи, що дуже часто такі концерти проводяться з гуманітарним мотивом,

подекуди такі виконавці анонсують свою творчість як волонтерську діяльність, збираючи кошти онлайн зі своїх слухачів заради конкретної мети. Це виконує функцію консолідації суспільства. Також, комунікація із аудиторією може проводитись завдяки чатам та коментарям, які доступні під час ведення трансляцій у телеграм-каналах.

Адміністрація ладна організувати спільні конкурси та активності для аудиторії. Наприклад, це можуть бути розіграші квитків на концерт артиста, підписка на ексклюзивні матеріали, альбоми або аксесуари. Такі активності залучають та утримують аудиторію, підвищують інтерес до каналу та пропонованого музичного вмісту.

Керівництво телеграм-каналу може укласти угоди з музичними виконавцями для розміщення ексклюзивного контенту на каналі, що є формою співпраці. Це може бути унікальний матеріал, як-от нові пісні, відеокліпи, концертні записи або спеціальні версії треків, матеріал зі зйомок тощо. Така робота привертає увагу аудиторії та забезпечує унікальність каналу. Повсякчас, результатами цієї співпраці стають створення по окремих плейлістів та музичні рекомендації. Тісний зв'язок із артистом дасть можливість виконавцю підібрати композиції, які вони люблять або вплинули на їхню творчість, і поділитися цими рекомендаціями з аудиторією через журналістський матеріал редакції, доповнивши творчість цікавими фактами з життя [13,с. 111-113]. Це не тільки дає можливість познайомити аудиторію з новою музикою, але й показує ближче знайомство та щирість артистів.

Деякі музичні проєкти у телеграм, мають за мету просувати молодих талантів із різних музичних жанрів. Вони можуть надавати осередок публікації своєї музики для більш зацікавлених у творчості прихильників. Специфіка таких проєктів відрізняється тим, що публікації зорієнтовані на одну особу, і здебільшого вони виступають інформаційною афішою власного проєкту. Вони можуть поширювати розклади концертів, оголошення про музичні фестивалі та події, а також робити огляди концертних виступів. Такі канали допомагають

слухачам бути в курсі актуальних подій і знаходити музичні заходи, які їх цікавлять.

Таким чином, концепція телеграм-каналів на музичну тематику має перспективу розвитку та свій характер взаємодії. На відміну від телеграм-каналів на новинну тематику, музичний профіль дозволяє прибігти до креативної взаємодії зі своїми читачами методом співпраці із виконавцями: публікації ексклюзивного матеріалів про того чи іншого виконавця чи гурту, проведення онлайн-концертів, інтерв'ю, цікаві факти з поза концертної діяльності творців тощо. Завдяки обширному функціоналу платформи телеграм, зв'язок із аудиторією забезпечується методом оповіщень прямо у месенджер, а система обговорень матеріалів із своїми підписниками в окремому осередкові впливає на формування основної аудиторії каналу, яка надалі здатна формувати середньостатистичну активність по каналу [23,с. 133]. Можливість розподіляти контент за різними рубриками та списками відтворення завдяки технології хештегів позитивно впливає на розуміння аудиторією того чи іншого контексту, покращується поглибленість у тему питання та подальша взаємодія із нею саме в контексті конкретної рубрики.

Висновки до розділу 1

Розвиток Телеграм почався у 2013 році і виріс до рівня потужної мережі з великим впливом адміністраторів телеграм-каналів на аудиторію. Ця соціальна платформа особливо цікава медійним працівникам, які використовують її для розвитку власних платформ і соціальних мереж. Це зручна платформа для комунікації, обміну інформацією та поширення власного контенту. Завдяки ефективній системі сповіщень, чатів та інших інструментів взаємодії зі спільнотою, телеграм успішно конкурує з іншими месенджерами. Ця платформа чудово підходить для тих, хто збирається робити власне медіа не маючи великого бюджету для поширення.

Зокрема, особливого значення тут набувають телеграм-канали інформаційного спрямування на музичну тематику, перспективи розвитку і

характеризуються багатогранною взаємодією з аудиторією. У порівнянні з новинними каналами, музичні профілі дозволяють креативно співпрацювати з виконавцями шляхом публікацій ексклюзивного матеріалу, проведення онлайн-концертів, інтерв'ю та розкриття цікавих фактів про творців поза сценою. Розширений функціонал телеграм дозволяє підтримувати зв'язок з аудиторією за допомогою сповіщень, а система обговорень з підписниками в окремих чатах сприяє формуванню основної аудиторії та стимулює активність на каналі. Використання хештегів для розподілу контенту за рубриками та списками відтворення покращує розуміння контексту аудиторією, глибше вдаватись у теми та забезпечує подальшу взаємодію в межах конкретних рубрик. Власне медіа в телефоні надає можливість медійним працівникам та іншим людям із хистом до музичної сфери ефективно взаємодіяти з аудиторією та пропонувати їм різноманітний контент. Завдяки унікальним можливостям платформи, вони можуть залучати увагу шанувальників музики, співпрацювати з виконавцями та побудувати активну спільноту навколо свого каналу.

З нашої точки зору, успіх телеграм-каналів на платформі телеграм пояснюється не лише їхнім функціоналом, але й загальними тенденціями, зокрема, і в музичній індустрії. З появою цифрових медіа та стрімінгових платформ, споживачі музики все більше шукають нові способи отримання інформації про улюблених виконавців, дізнатися про новини та взаємодію з ними безпосередньо. Телеграм-канали стають важливим інструментом для музичних проєктів, оскільки дозволяють пряму комунікацію з фанатами та створюють унікальний контент, який не завжди доступний на інших платформах.

Враховуючи постійне зростання популярності Телеграм серед користувачів, можна очікувати подальшого розвитку та розширення функціоналу платформи для забезпечення ще більш ефективною та захопливою взаємодією з аудиторією.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ КОНТЕНТУ ТА ЇХ СПЕЦИФІКА

2.1 Характеристика та аналіз музичних телеграм-каналів

Музична категорія на платформі Телеграм має хист до швидкого розвитку та набору аудиторії, завдяки широкому функціоналу платформи та теми, попит на яку не спадає вже довгий час. Задля аналізу популярних музичних телеграм-каналів було використано сайт TGStat, який є ресурсом, що надає статистику і аналітику для популярних музичних каналів в месенджері телеграм. Цей ресурс дозволяє користувачам переглядати і порівнювати показники популярності та активності каналів, такі як кількість підписників, переглядів, вподобайок і коментарів [32].

У п'ятірці найпопулярніших телеграм-каналах в категорії «Музика» в Україні було виявлено, що основний зміст цих каналів зорієнтований на розповсюдження музичних виконань різних авторів, здебільшого, у поп-жанрі. <https://uk.tgstat.com/channel/@topUA> Аналізуючи зміст цих каналів, для мене було важливо визначити, що основний контент зорієнтований на популяризацію української музики без детальної інформації стосовно виконавців та відсутністю засобів підтримування зв'язку зі своїми підписниками, через що виконавці, яких публікують у цьому каналі позбавлені потенційної критики у їх бік. Також, помітна відсутність майданчику для публічних обговорень, що також дає привід вважати, що телеграм-канал не зорієнтований на публікацію розлогих журналістських матеріалів з музичної галузі з метою подальших їх обговорень [18, 55-57]. Проте, варто відзначити, що на каналі присутні реакції у вигляді емодзі, завдяки чому можна визначити приблизний зріз думок стосовно тієї чи іншої музичної публікації.

Категорія «Музика» на платформі Телеграм є безліч популярних каналів, які пропонують різноманітний музичний контент. Деякі з них спеціалізуються на

певних жанрах, наприклад, поп, рок, електронна музика, хіп-хоп або класика, тоді як інші пропонують змішаний вибір різних стилів.

При аналізі було виявлено, що важливою особливістю цієї платформи виступає вільне прослуховування музики. Завдяки інтеграції з іншими сервісами, користувачі можуть легко слухати музику безпосередньо з каналу, переходити на сторінки виконавців або купувати музичні треки [7,с. 38-40]. Виявлено, що важливим аспектом успіху каналів є постійний попит на музичний контент. Музика є універсальним мистецтвом, яке має велику базу шанувальників у всьому світі. В Україні зокрема, інтерес до української музики значно зріс в останні роки. Вітчизняні виконавці здобувають популярність як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку [5,с. 118].

Аналізуючи зміст найпопулярніших телеграм-каналів в категорії «Музика» в Україні, помічено, що вони активно поширюють виконання різних авторів, зокрема в поп-жанрі. Це свідчить про те, що основний фокус цих каналів – популяризація різноманітної музики серед широкої аудиторії. Проте, варто виокремити, що деякі з цих каналів можуть бути орієнтовані на просування української музики. Це може бути пов'язано з підтримкою та сприянням розвитку вітчизняних виконавців та музичної індустрії в цілому. Широке поширення українських музичних творів допомагає залучити більше уваги до місцевої сцени та зростанню популярності українських артистів як в Україні, так і за її межами [14, с. 156].

У проаналізованих каналах основний акцент зазвичай робиться на музичний контент, інформація про виконавців може бути невеликою або взагалі відсутньою. Це може бути обумовлено обмеженими можливостями формату Телеграм, де спілкування відбувається під постами з вмістом, а не детальні сторінки артистів. Однак, аналіз доводить те, що ці телеграм-канали не мають за мету популяризувати окремі гурти чи виконавців, публікуючи окремі розлогі журналістські публікації. Такі канали можуть бути спрямовані на поширення музики і стимулювання зацікавленості аудиторії, а не на надання докладної інформації про виконавців. Це не підпадає під категорію журналістського медіа.

Відсутні інтерв'ю з виконавцями, прямі трансляції та співпраця, здебільшого, має в собі комерційний інтерес через інструменти PR, ніж просвітницький.

Важливо зазначити, що з огляду на особливості Телеграм, де зв'язок між адміністраторами каналу та його підписниками є обмеженим, виконавці, чії роботи публікуються в цих каналах, можуть бути позбавлені потенційної критики з боку своєї аудиторії. Відсутність публічного обговорення та можливості відгукнутись на викладений контент у коментарях може обмежувати можливість взаємодії та обміну думками між виконавцями і їхніми шанувальниками. Однак, варто відзначити, що на деяких каналах присутні реакції у вигляді емодзі, завдяки яким можна приблизно оцінити зріз думок стосовно тієї чи іншої публікації. Це може бути корисним для виконавців, які важливо отримати хоча б якусь реакцію від аудиторії та фідбек стосовно своєї музики, не залучаючи інші інструменти взаємодії.

Незважаючи на відсутність культурно-просвітницької мети, телеграм-канали досі є популярними серед шанувальників музики та цілком виправдовують своє місце у розважальній категорії. Крім того, вони сприяють популяризації української музики та залученню більшої уваги до місцевої музичної сцени [19, с. 119].

Однак, детальний аналіз звів до того, що ринок музичних телеграм-каналів не позбавлений якісний прикладів медіа, які в тому числі мають ретрансляцію матеріалів у свій телеграм-канал. За приклад було взято медіа про музику «СЛУХ», яке є популярним медіа про музику й культуру України та світу, що має значну аудиторію та активність на різних платформах.

Основний сайт медіа «СЛУХ» та побіжні соціальні мережі на платформах «Facebook», «Instagram», «Twitter» та «Telegram» дозволяють залучити широке коло аудиторії [27]. За підписниками на соціальних мережах, можна зробити висновок, що їхні новини та матеріали цікаві для багатьох любителів музики з України.

Особливий акцент можна зробити на телеграм-каналі, розмір якого сягає більше 8000 підписників. На відміну від інших соціальних мереж, він забезпечує

швидкий та зручний доступ до актуальних новин та матеріалів для аудиторії, яка віддає перевагу цій платформі. Основну конкуренцію може становити сторінка у Instagram, де аудиторія медіа сягає більше 47.000 підписників. Там вони підтримують більш щільний зв'язок із своїми підписниками, викладають актуальні новини з музичної сфери. Зокрема, ними в режимі реального часу викладалися пости до пісенного конкурсу Євробачення 2023 прямо під час трансляції, таким чином утримуючи інтерес аудиторії під конкурсу. Враховуючи, що 79% переглядів здійснюється з мобільних пристроїв, як зазначає їхній сайт, медіа «СЛУХ» активно адаптується до змінюючихся звичок споживання контенту та пристосовується до мобільного середовища, де наявність телеграм-каналу відіграє позитивну роль, враховуючи легкість адаптації медіа під цю соціальну мережу та охоплюючи нову аудиторію. Це важливий фактор, оскільки він дозволяє забезпечити зручний доступ до інформації про музику й культуру незалежно від місця та часу.

Завдяки інструменту TGStat, ми можемо дослідити рівень зростання активності телеграм-каналу «СЛУХ» від етапу створення до сьогоднішніх днів. Як зазначає сайт, він був створений у березні 2018 року, що зазначає про те, що журналістське медіа про музику має хист до розвитку та здатне не тільки не втрачати актуальності, а й розвиватись. Телеграм-канал на момент 29.06.2023 має 6398 публікацій, серед яких величезний об'єм складає здебільшого новинні публікації. Аудиторія сягає майже 9000 підписників, показова метрика змінюється плавно та щоденний приріст аудиторії сягає приблизно 10-20 осіб, що є непоганим результатом враховуючи специфіку напрямку медіа. За тиждень ця цифра сягає 70-80 людей, а помісячно 220-270. Інструмент дозволяє переглянути статистику переглядів публікацій, що дозволяє зрозуміти інтерес аудиторії та основні теми, які її цікавлять. Так, середній охоплення публікації набирає 3.500 переглядів. Це є гарантією того, що медіа займаються справжні люди та редактори, які не вдавалися до методів накрутки аудиторії, щоб мати комерційний зиск. Це живі перегляди, які можна конвертувати у подальший розвиток ресурси, наприклад, рекламні публікації, які також зазначені на сайті

та позначені метрикою. Середній перегляд рекламних публікацій, має 2.500 переглядів за 12 годин, 2.800 переглядів за 24 години та 3.000 переглядів за 48 годин. Можливість розвивати медіапродукт не тільки ентузіазмом, надає більш широкі можливості розвитку. Найпопулярніший метод залучення - замовлення реклами в інших телеграм-каналах, що надасть можливість перенаправити аудиторію з одного інформаційного джерела на інше. Статистика зазначає, що понад 40 % підписників читає публікації з цього каналу. Це не є поганою метрикою для інформаційного медіа про музику, враховуючи особливість, що телеграм-канал є лише побіжним джерелом інформування, і багато аудиторії лишається на сайті чи сторінці Інстаграм. Ця кількість людей здатна утримувати актуальність медіа на середньому рівні та не давати проєкту простоювати. Індекс цитування цього медіа сягає цифри 49.5. Це означає, що телеграм-канал «СЛУХ» має гарну репутацію та користується попитом серед аудиторії. Сайт зазначає, що за весь час аудиторія телеграму згадала канал понад 330 разів та зробила, щонайменше, 590 репостів. Порівнюючи показники з музичними каналами, що схиляються до розважальної тематики, ми можемо робити висновки, що канал користується зацікавленістю людей та це є ще одним інструментом залучення аудиторії у власне медіа. Піднімаючи цей показник, люди починають поширювати матеріали один з одним, особливо це ефективно, якщо надсилати інформацію у групові чати, де сидить велика кількість людей. Цитування дозволяє створити ефект «сітки», яка добре впливає на підвищення активності та збільшенню підписників.

Загалом, «СЛУХ» відіграє важливу роль у музичному сегменті українських медіа. Різноманітність його контенту, активна присутність на соціальних мережах та використання відеоформату сприяють популяризації обговорень сучасних тенденцій в українській музиці та культури. Також слід відзначити рівень оформлення соціальних мереж, зокрема, яскравість публікацій у телеграм-каналі. До інформаційного змісту додається яскрава обкладинка, зроблена у програмі Adobe Photoshop, підкреслюючи професійність медіа та бажання виокремлюватися аудиторії на тлі інших каналів.

Активна діяльність медіа на платформі YouTube з 67 000 підписників і загальною кількістю переглядів 6.5 млн, забезпечує активний перебіг аудиторії з однієї соціальної мережі в іншу, таким чином надаючи інформацію про українську музику у більших масштабах. Відео-контент дозволяє медіа «СЛУХ» візуально передати атмосферу музичних подій, інтерв'ю з виконавцями, а також створити цікаві плейлісти, що сприяє залученню аудиторії та підвищенню популярності. Розподіл матеріалів по жанру та спискам відтворення допомагає аудиторії знаходити контент, що відповідає їхнім музичним уподобанням.

Усі ці фактори вказують на успішну роботу медіа про музику «СЛУХ», яке не тільки створює контент про музику, але й взаємодіє зі своєю аудиторією через різноманітні соціальні мережі та інтерактивні елементи, зокрема, через телеграм-канал, що різко виокремлюється на тлі інших музичних телеграм каналів, ставлячи за мету інформування аудиторії своїми авторськими матеріалами, створенням плейлістів [29]. Вони сприяють популяризації української музичної сцени, підтримці молодих талантів та залученню широкого загалу до музичної культури.

Отже, аналіз телеграм-каналів на музичну тематику зводить до висновків, що розважальний спектр музичних каналів користується більшим попитом у загалу, на відміну від інформаційних джерел. Така тенденція зумовлена невеликим ринком молодих музичних медіа, які мають свої основні інформаційні осередки поза платформою Телеграм. Проте, присутня і зворотня тенденція, де різноманітні медіа, такі як «СЛУХ», які інтегруються у соціальні мережі, починають формувати новий підхід до споживання музичного контенту, популяризуючи не тільки пісенність, а й інформацію з усієї галузі. Авторські матеріали, новини, плейлісти, інтерактивність з аудиторією та можливість обговорень демонструє позитивний зріст активності, чого не помічається у проєктів розважального спрямування.

2.2. Специфіка та особливості розробки музичного телеграм-каналу

Розробка музичного телеграм-каналу має свої особливості та специфіку. Платформа дозволяє створити власний канал кожному, хто має зареєстрований акаунт на платформі. Особливості створення розпочинається з подумів, яку саме нішу той чи інший творець збирається охоплювати з подальшим просуванням контенту. Розібратися із цільовою аудиторією та тематику, є найважливішим етапом на шляху створення власного медіа [16,с. 197-198]. Важливо дослідити власні інтереси та знання з конкретної галузі. В музичній сфері важливо зважати свою увагу на конкуренцію. Важливо усвідомлювати своє становище та тимчасову нездатність конкурувати із великими проєктами, і паралельно вивчати їхній досвід введення музичного телеграм-каналу. Важливо проаналізувати аудиторію інших каналів на цю тематику, інтереси аудиторії і, найголовніше, методи взаємодії із нею. Це дасть розуміння того, яка ніша ще не зайнята та дасть можливість запропонувати щось унікальне. Розробка опису персоналії аудиторії добре може охарактеризувати подальшу цільову аудиторію. Важливо зазначити музичні вподобання, вік, стать, мотивації та проблеми, які вони можуть мати. Завдяки цьому можна краще зрозуміти власну аудиторію та подальший контент, який буде публікуватися на каналі. Вкрай важливо мати розуміння розвитку цього аспекту, передбачати тенденції, під якими цільова аудиторія може в тому числі і змінюватись.

Створення якісного та актуального контенту є ключовим аспектом успіху інформаційного музичного телеграм-каналу [8,с. 384]. Розібравшись з тематикою та цільовою аудиторією, потрібно виокремити ресурс на пошук джерел інформації, задля свіжих публікацій новин у музичній індустрії. Підписки на соціальні мережі відомих виконавців та гуртів, конкурентів, лейблів тощо, допоможе завжди бути в контексті музичної індустрії. Редактору важливо мати розуміння про найближчий випуск нових альбомів, виконань, музичних відео, анонс концертів, турових анонсів, подій, міжнародних пісенних конкурсів тощо. Цікаве оформлення авторських публікацій, обкладинок до них, оглядів новин та рубрик здатне утримувати актуальність медіа для підписників.

Окрім новин зі світу музики, важливо зауважити увагу на рецензіях та оглядах. Необхідно залучати до співпраці експертів та критиків з різних музичних галузей, чи то висловлювати власну оптику, розписуючи авторський матеріал. Варто розповідати про сильні сторони того чи іншого формату, сенс, який автор вкладав у пісню, стилістичні особливості та враження.

Заповнюючи телеграм канал журналістським матеріалом, слід уважно придивлятися до ексклюзивів та інтерв'ю. Вони можуть бути різних форматів, як текстові, так і відео. Мати прямий зв'язок із виконавцями, музикантами, продюсерами та іншими ключовими фігурами з музичної індустрії вкрай важливо. При нагоді можна отримати коментар, відгук, думку стосовно певної події тощо.

Однією з ключових особливостей розробки музичного телеграм-каналу є вміння створювати власні плейлісти та списки відтворення, якими далі може скористатись підписник.

Однією з особливостей авторських матеріалів для телеграм-каналу про музику є обговорення культурних та соціальних аспектів музики. На сьогоднішній день, виконавці не соромляться вкладати у свою творчість повістку сьогодення, зокрема, піднімати питання російсько-української війни. Не рідко, їм вдається своїм виконанням вплинути на громадську свідомість, порушити соціальні та актуальні питання. Комунікація на тему ролі музики у суспільстві, її взаємозв'язок з політикою, ідентичністю та емоційними станами має великий інтерес збоку суспільства.

Особливості планування та організація контенту є важливою складовою успішного телеграм-каналу. Маючи план, можна контролювати стрічку та перелік публікацій, які можна публікувати навіть за датою та часом, завдяки функціональності платформи. Розглядаючи різні аспекти зі світу української музики та індустрії були створені окремі рубрики для мого каналу. Вони можуть поділятися за жанрами, виконавцями, альбомами, спрямуванням, періодикою виконавців тощо. Задля покращеної навігації мною була використана технологія хештегів – тексту, що виокремлюється синім коліром та при переході зорієнтує

читача на відповідну рубрику. Телеграм-канал «Грайлива Хорея» має 5 посилань, завдяки яким відбувається навігація по каналу.

- #виспівчасу – музична ретроспектива, яка відсилає до виконань музики України різних епох. Єднання музики та історичного просвітництва.
- #відтвори – музичні плейлісти за жанром, темою, виконавцем чи гуртом.
- #просвітмитця – творчі портрети важливих для української культури виконавців.
- #стрічка – новини зі світу української музики.
- #оглядно – огляд подій та новин з суб'єктивною думкою автора.

Завдяки хештегам, користувачам буде простіше пересуватися телеграм-каналом та виокремлювати важливі для себе пости. Публікація дозволяє мати в собі декілька тегів, якщо вони підходять по змісту та не мають у собі протиріччя.

Графік публікацій – чудовий інструмент, завдяки якому адміністратор може вибудовувати власний конструкт подачі матеріалу для аудиторії, налаштовуючи дату та час публікації під конкретний пост. Це дозволяє економити час, наприклад, можна вирішити публікувати новини майже безперервно та превентивно у вільний час приготувати матеріал з іншої рубрики, який повинен вийти за декілька днів.

Узгоджуючи контент на музичну тематику, важливо розуміти, щоб він не відходив від зазначених кордонів та відповідав стилю телеграм-каналу. Для кожної рубрики, якщо є в цьому потреба, повинен бути окремий стиль публікації. Якщо це контент на тему ретроспективи, він повинен бути більш формальним та освітнім. Якщо рубрика торкається музичного поп-жанру, варто приділити увагу неформальності подання матеріалу [30].

Музична сфера має свої тренди та сезонність, через що потрібно вміти підлаштовуватись під актуальні події, які можуть вплинути на контент. Якщо публікація повинна набрати якомога більше унікальних переглядів, слід зауважити на функцію телеграму, яка дозволяє закріпити повідомлення у стрічці, тим самим звернувши увагу аудиторію на окремий пост.

Взаємодія із аудиторією відбувається різними шляхами. Коментарі та відгуки на публікації є найкращою формою взаємодії, яку може запропонувати платформа. Система емоцій, завдяки якій будь який коментар може надатися оцінці, розвиває плюралізм думок по конкретному питанню, завдяки чому піднімається активність телеграм-каналу. Відкритість комунікації, яку здатен забезпечити публічний телеграм-канал надає можливість у відкритій формі критикувати як тему публікації, так і рубрику. Зокрема, це дає знак того, що адміністрація поважає аудиторію та цінує їхню думку.

Не менш важливою формою взаємодії із громадськістю є опитування та голосування. Ця функція надає змогу залучити свою аудиторію до прийняття рішень, що також є формою інтерактивної взаємодії, що впливає на розвиток спільноти та каналу. Їхня залученість у контекст дозволяє обрати тему для публікацій, рубрики, улюблений трек, плейліст тощо.

Під час створення власного телеграм-каналу, важливо аналізувати свою діяльність задля подальшого розвитку. Використовуючи внутрішні аналітичні інструменти, що доступні у Телеграмі можна відстежувати збільшення чи зменшення кількості підписників, переглядів постів, лайків, коментарів та інші метрики взаємодії із контентом [28]. Раз на тиждень потрібно порівнювати цифри з часом, щоб виявляти тенденцію та розуміти, який саме контент користується більшим попитом у аудиторії.

Окремої уваги заслуговують публікації, які отримали найбільше взаємодії. Відслідковувати їх потрібно за наступними метриками: лайки, коментарі, поширення публікацій та перегляди. Успіх певної теми може надати хист до її розвитку та написання іншого матеріалу, який буде цікавий нашій аудиторії.

Експерименти із змінами в контексті, редагуванням заголовків, зображень або інших елементів публікацій може збільшити охоплення та покращити статистику. Варто порівнювати різні варіанти та детально проаналізувати їхні результати. Використання ключових слів під час написання, залишати інтригу задля привертання більшої уваги аудиторії дуже важливо.

Особливою ознакою створення музичного телеграм-каналу є партнерство та співпраця з іншими каналами на відповідну тематику, виконавцями та музичними студіями.

Спільні проєкти здатні позитивно вплинути на обмін аудиторією. Це дозволить вам представити новий контент аудиторії, а також залучити увагу інших фанатів або підписників спільного партнера [33].

Укладання угод із різними музичними студіями та проєктами, має за мету взаємний зиск від колаборації. В якості публікацій можуть стати аудіозаписи, відео, ексклюзивний матеріал. Така співпраця здатна розширити спектр контенту та привернути увагу нової аудиторії.

Отже, були розглянуті різноманітні особливості та специфіка роботи під час створення Телеграм каналів. Досліджені основні аспекти створення музичного телеграм-каналу, від пошуку ідеї до етапу співпраці з іншими телеграм-каналами та виконавцями. Особлива увага була зорієнтована на особливостях комунікації із аудиторією та наповнення публікаціями, рубриками, серед яких, зокрема, був розглянутий розподіл списків відтворення по хештегам в телеграм-каналі «Грайлива Хорея».

Висновки до розділу 2

Отже, при аналізі було виявлено, що категорія «Музика» на платформі Телеграм має хист до швидкого розвитку та велику аудиторію. Найпопулярніші канали зорієнтовані на популяризацію окремих авторів та гуртів. Зміст каналів акцентується на музичному контенті, з мінімальною інформацією про виконавців. З'являються емодзі-реакції, але немає відсутній майданчик для обговорень контенту, що не сприяє розвитку плюралізму думок. За даними сайту TGStat було виявлено, що основний попит припадає саме на ті телеграм-канали, які просто публікують музику авторів не висвітлюючи актуальність подій, та які не зорієнтовані на культурно-просвітницьку/журналістську діяльність. Проте, пошук та аналіз продемонстрував, що існує велике медіа «СЛУХ», яке відповідає зазначеним критеріям та може оцінюватись як ЗМІ про музику. Медіа має

власний телеграм-канал, де вони періодично висвітлюють події зі світу музики, слідкують за розвитком української сцени та взаємодіють із аудиторією. Саме завдяки телеграм-каналу «СЛУХ», можна підтримувати швидкий зв'язок із адміністрацією проєкту, відписувати на тему комерційних пропозицій та всіляко взаємодіяти у рамках поширення контенту.

Створення музичного телеграм-каналу вимагає визначення ніші та цільової аудиторії [17,ст. 44]. Дослідження конкуренції та вивчення їхнього досвіду є важливим кроком. Аналіз аудиторії інших каналів та їхньої взаємодії дає можливість знайти унікальну нішу. Якісний і актуальний контент, новини, рецензії та інтерв'ю з музикантами сприяють привабливості каналу. Створення власних плейлистів та обговорення культурних та соціальних аспектів музики також є дуже важливим. Потрібно мати розуміння та план контенту, як його публікувати, в які дні та дати, щоб сприяти найбільшому охопленню аудиторії.

Була розглянута специфіка взаємодії з аудиторією в платформі телеграм-каналу, що може відбуватися через коментарі, відгуки, опитування та голосування, та навіть емодзі. Використання системи емодзі допомагає виявити розуміння того, чи подобається аудиторії контент чи ні. Важливо аналізувати активність та взаємодію з аудиторією, використовуючи аналітичні інструменти. Особлива увага була зорієнтована на навігації по рубрикам, яка здійснюється в системі за допомогою хештегів.

РОЗДІЛ 3

КОНЦЕПЦІЯ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО МУЗИЧНОГО ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «Грайлива Хорея»

3.1. Створення матеріалів для телеграм-каналу «Грайлива Хорея»

Щоб створювати матеріали для телеграм-каналу «Грайлива Хорея» потрібно мати першоджерела інформації, необхідне програмне забезпечення для проробки обкладинок, ілюстрацій для публікацій та, безпосередньо, вже створений телеграм-канал з наданням публічного доступу. Функціональні особливості телеграм-каналу не потребують великих внесків, що значно спрощує процес модерації та керування ним.

Мати розуміння того, як працює музична індустрія та звідки можна здобувати інформацію для новин та матеріалів дуже важливо, через що на цьому аспектові була розосереджена основна увага. Окрім аналізу конкурентів, можна використовувати першоджерела, якими є соціальні мережі відомих та нових виконавців, де вони викладають певну інформацію. Це можуть бути такі соціальні мережі як «Twitter», «Instagram», «Facebook», «Telegram», «YouTube» та стрімінгові платформи «Spotify», «Soundcloud», «Apple Music», «Deezer» тощо [24]. Важливо періодично оновлювати стрічку, слідкувати за цікавими особистостями в інтернеті, оскільки вони часто можуть надавати привід для створення матеріалу.

Ключовим фактором для успіху управління нашим проектом стане наявність чіткого заздалегідь визначеного плану, що дозволить мінімізувати ризики подальших статистичних втрат нашого медіа-продукту. Особливий пріоритет буде зроблений на вирішенні внутрішньовиробничих завдань (створення та публікація контенту), що дозволить підвищити якість нашого медіа-продукту [33].

Різноманітність музичних блогів поза платформою Телеграм може допомогти з темою публікації [15,с. 297]. Існує багато блогів та журналів, присвячених музиці, де можна знайти новини різної актуальності, рецензії на альбоми, інтерв'ю з виконавцями та багато іншого. Відповідний матеріал можна адаптувати під власні рубрики, піднімаючи актуальність старої новини або вміщуючи їх у інтерактивні рубрики. Наприклад, новина про переможця «Євробачення 2023» дала нам привід зробити плейліст на тему переможців останнього десятиріччя (Додаток Г), тим самим не поступаючись в трендові та надавши матеріалу власну унікальність.

Обговорення тематик, виконавців та жанрів на музичних форумах також можуть стати підґрунтям для створення авторського матеріалу.

Наповнення власного музичного телеграм-каналу розпочалося із назви. Вона повинна бути лаконічно, естетично сприйнятою та відповідати тематиці каналу. Канал зорієнтований саме на висвітлення світу музики з української візії. Враховуючи це, назва повинна відображати або рухливу дію, яка нагадує танець, або мати будь яке інше відсилання до музичного контексту. «Грайлива Хорея» – назва, яка вмість охарактеризує музичну спрямованість каналу, оскільки «хорея» – неврологічне порушення, що відповідає за мимовільний та рвучкий рух тіла, який ззовні нагадує танець. Таким чином, додане слово «Грайлива» остаточно домальовує інтерпретацію цього терміну саме в музичному контексті, оскільки зазначає мелодичний настрій дії. Напис виконаний саме в кириличній формі, щоб його було простіше інтерпретувати саме для української аудиторії, яка є цільовою. Було важливо зробити назву такою, щоб вона легко сходила з вуст середньостатистичного читача та мала власну унікальність [2,с. 156-158].

Враховуючи специфіку телеграм-каналу, дуже важливо чітко зазначити назву проєкту в посиланні на нього, хоч кирилична форма не є допустимою. Тому, було замінено цю назву латинськими літерами у посиланні «t.me/hrajlyvachoreya». Посилання у телеграм-каналі відіграють окрему роль у сприянні комунікації та обміну контентом. Завдяки ним, адміністрація каналу та підписники поширюють новина, авторські матеріали та плейлісти. Це допомагає

розширити коло знань і поглибити обізнаність аудиторії каналу. Але в нашому випадку, це посилання виконує роль візитівки, тому мені було дуже важливо віднестися до цього аспекту відповідально. Також, вагомим є персональне найменування каналу (лінк), мінімальна довжина якого – 5 символів. Нами був створений лінк @hrajlyvachoreya.

Наступний важливий етап для себе я виокремив опис телеграм-каналу. Він дає можливість чітко визначити, які види контенту або інформації ви публікуєте на своєму каналі. Це дозволяє аудиторії заздалегідь зрозуміти, чи цікава їм ваша тематика та який контент вони можуть очікувати. Зокрема, він повинен бути лаконічним та відображати основний посил медіа. Він є однією з перших речей, що бачить потенційний підписник, перейшовши за посиланням [25]. Він повинен бути загальним і в той же час підкреслити особливість сприйняття підписником контенту, який розміщений у телеграм-каналі. «Твоя візія української музики» – лаконічно та загально описує спрямованість телеграм-каналу, акцентуючи увагу на сприйнятті української музики крізь власну «візію», додаючи каналу зацікавленості та інтригу. Цей вираз, в тому числі, може використовуватися як слоган нашого проєкту.

Канал має бути візуально сприйнятим підписниками. Для цього був розроблений спеціальний логотип телеграм-каналу, який виконує низку функцій:

- Розпізнавання. Якісно пророблений логотип допомагає створити унікальний образ вашого каналу. Це візуальний символ, який ідентифікує ваш телеграм-канал і відрізняє його від інших проєктів.
- Візуальне враження. Сильне враження від каналу необхідне для того, щоб потенційному підписникові було приємно знаходитись на ньому та він обирає саме його з-поміж інших за візуальним аспектом.
- Професіоналізм. Власний логотип демонструє високу відданість проєкту та високий рівень його доглянутості. Він створює враження надійності та довіри серед аудиторії. Логотип може бути силою, яка привертає нових користувачів та утримує існуючих.

- Візуальна консистентність. Логотип може слугувати основою для створення консистентного візуального стилю для вашого каналу. Він може використовуватись як основа для розробки кольорової палітри, шрифтів та інших елементів дизайну, що забезпечують єдність та пізнаваність вашого бренду [20,с. 129].

Для створення власного логотипу ми прибїгли до використання програмного забезпечення Adobe Photoshop. Він має багато альтернатив, в тому числі Adobe Illustrator та Canva, але при розробці ми керувалися простотою виконання та задуму, в якому потрібно було відтворити унікальний стиль каналу та чіткий акцент на його музичній спрямованості. При розробці стояла задача зробити саме профільне тло для телеграм-каналу, а не векторне зображення для використання його в інших цілях. Враховуючи цей факт, він позбавлений мінімалізму та прикутує увагу завдяки яскравості двох кольорів - синій та жовтий, які окреслюють національну специфіку, поверх якого зображений стародавній український музичний інструмент - бандура (Додаток В) Вона має легке відкидання тіні на тло, завдяки чому виокремлюється саме цей елемент логотипу. Цей музичний інструмент був обраний через те, що бандура відіграє важливу роль української народної музики і має глибокі історичні та культурні коріння. Її історія налічує багато століть, і вона стала символом української музичності та національної ідентичності. Інструмент має багату традиційну репертуару, включаючи народні пісні, мелодії та імпровізації. Бандуристи виконують музику, використовуючи спеціальну техніку гри пальцями на струнах, а також удари кисті на корпусі інструмента. Це чудове поєднання естетики та спрямування проєкту, особливо враховуючи те, що однією з рубрик телеграм-каналу є ретроспектива на старовинну українську музику, в якій почасти присутній і цей інструмент [22,с. 32-38].

При розробці тла для логотипу ми використовували кисті, які зазначені у програмі за замовчуванням. Крапельний стиль виконання надає особливій специфіки та унікальності логотипу, оскільки пряме поєднання кольорів відсутнє, як це звично для інших логотипів цього типу. Тінь, яка відходить від

музичного інструменту приймає на себе голубі світлі тла, завдяки технології «Soft Light», яка використовувалась під час відокремлювання основного елементу. Задля більшого наголосу, була використана технологія «vignette», яка стискає візуальну частину логотипу в центр, завдяки чому графічні елементи розташовані на тлі здатні приймати на себе основну увагу. Цей логотип надалі ми можемо використовувати у якості водяного знаку за потреби для публікацій авторського матеріалу.

Далі, функціонал платформи Телеграм надав нам можливість обрати тип приватності: публічні та приватні.

Приватний тип телеграм-каналів відрізняється тим, що до нього має доступ обмежена група користувачів, які отримали запрошення або посилання на приєднання до каналу. Загальний публічний доступ до приватного каналу обмежений, і тільки ті, хто має посилання або запрошення, можуть приєднатися до каналу та переглядати його контент. Приватні канали можуть використовуватися для обміну приватною інформацією, комунікації з обмеженою аудиторією або обговорення конфіденційних тем.

Публічні телеграм-канали відрізняються тим, що вони є відкритими для публіки і доступні для перегляду всіма користувачами телеграм, які можуть знайти канал за назвою або за посиланням. Публічні канали можуть мати будь-яку тематику або тип контенту, і їх використовують для поширення новин, розважального контенту, освіти, спеціалізованих інформаційних ресурсів тощо [11,с. 11-13].

Розробивши структуру медіа ми переходимо до етапу створення матеріалів для телеграм-каналу «Грайлива Хорея» та текстового наповнення. Для цього, нам важливо було розібратися із навігацією, в чому нам допомагає технологія хештегів, яка призначена для організації та категоризації контенту. Хештеги є ключовими словами або фразами, позначеними символом решітки (#), які додаються до повідомлень або публікацій. Вони допомагають користувачам швидко знайти пов'язаний зміст, використовуючи пошукові функції Телеграм.

Завдяки їй підписник може відфільтрувати власний контент за цікавими рубриками.

Кожна із рубрик має своє спрямування і характер. Так, рубрика #стрічка відповідає за актуальність новин зі світу музики. Користувачі, зацікавлені в музичних новинах, тому вони можуть обирати цей хештег або шукати повідомлення, які використовують цей хештег, щоб отримувати оновлення про актуальні новини музичного світу. Так, однією з перших новин для цієї рубрики стала звістка про переможця «Євробачення-2023», яким стала Швеція (Додаток А). Текстова наповнення має простий метод викладу, та специфіка новини не потребує подальшої редакції, що платформа «Telegram» також дозволяє. Заголовок виокремлений текстовим елементом «*», завдяки чому текст стає жирнішим та захоплюючим.

Рубрика #виспівчасу у телеграм-каналі здійснює ретроспективу української музики через події і має культурно-просвітницьку роль. Особливістю цієї рубрики є публікація старовинних композицій у сучасному виконанні, які оспівують певні події в історії.

Основна ідея полягає в тому, щоб привернути увагу до музичної спадщини та історичних подій, використовуючи музику як засіб комунікації. Кожна композиція оспівує певну подію або період української історії, і публікується разом з додатковими фактами та інформацією про цю подію.

Ця рубрика не тільки надає можливість ознайомитися зі старовинною музикою, але й пропонує контекст і розуміння історичних подій, які вона оспівує. Підписники можуть вивчати додаткові факти і поглиблювати свої знання про українську культуру та історію.

Така рубрика має потенціал не тільки розважати, але й просвітити аудиторію щодо різноманітності української музичної спадщини та стимулювати цікавість до вивчення історії свого народу через музику.

Стиль текстового оформлення відрізняється від інших рубрик. Була використана технологія «захоплення» посилання в слова. Завдяки

гіпертекстуальності, можна просто натиснути на обране слово і підписник може відкрити задане адміністратором посилання. (Додаток Б)

Під час текстового наповнення матеріалу ми стикалися із проблемою великою кількості символів для однієї публікації. 4096 – максимальна кількість символів для окремої публікації, через що нами було прийнято рішення розподіляти текст на дві публікації. Враховуючи особливості рубрики #виспівчасу, це має певний сенс, тому що завдяки другому посту ми спроможні закріпити повноцінне посилання композиції на інший стрімінговий сервіс [34].

Особливість рубрики #оглядно полягає в тому, що до певної події чи новини додається суб'єктивна авторська думка. Крім передачі фактів або інформації про певну подію, в ній автор лише право за собою додавати свої особисті думки, огляди, коментарі або оцінки, рецензії пов'язані з цією подією чи матеріалом, який йде на огляд.

Авторська думка проєкту в цій рубриці може включати роздуми, аналіз, критику, рекомендації або будь-яку іншу форму висловлення особистої думки автора щодо теми, яка обговорюється. Це надає аудиторії додаткову перспективу і може стимулювати обговорення та діалог між автором та читачами.

Проте, важливо зазначити, що суб'єктивна думка автора є особистою думкою і необов'язково відображає загальну точку зору або фактичну об'єктивну істину. Ця рубрика може бути сприйнята як авторський коментар або погляд на певну тему, і читачі мають можливість формувати власну думку, обговорювати погляди автора та висловлювати свої власні думки у коментарях публікації.

Рубрика #відтвори – музична рубрика, яка пропонує підписникам ознайомитись із музикою в переліку. В ній зазначаються плейлісти з альбомами, виконаннями з розподілом на жанри, гуртами, виконавцями тощо.

Основною метою рубрики є пропозиція музичних композицій та виконань, які можуть зацікавити аудиторію. Вона надає підписникам можливість відкрити нові музичні жанри, виконавців, альбоми або гурти, які вони можуть відкрити для себе та насолоджуватись ними.

Рубрика #відтвори може служити джерелом нових музичних відкриттів, розширення музичного репертуару та сприяти відкриттю нових артистів і жанрів для аудиторії каналу. Вона створює можливості для підписників насолоджуватись різноманіттям музики та знайомитись з різними виконавцями та стилями через підготовлені плейлісти та рекомендації.

Знову ж таки, під час написання матеріалів використовується технологія гіпертекстуальності, завдяки чому покращується естетика текстового наповнення.

Рубрика #просвітмитця в телеграм-каналі має специфіку створення творчого портрету музичного виконавця, який відзначився музичними культурними досягненнями в Україні.

Метою рубрики є просування і відкриття талановитих українських музикантів і виконавців, які зробили значний внесок у музичну культуру країни. В рамках рубрики публікуються матеріали, які присвячені певному музичному виконавцю, його біографії, творчості, досягненням, впливу на українську музичну сцену та культуру загалом.

Ця рубрика допомагає підняти свідомість аудиторії про талановитих музикантів та виконавців, які заслуговують на визнання і підтримку. Вона пропонує поверховий огляд творчості, розкриває особистість виконавця, його внесок у музичну сферу, виразності або інновації в жанрі, та може надихати аудиторію на відкриття нових музичних талантів.

Важливим елементом створення матеріалів ми вважаємо обкладинки до кожної публікації, які розробляються окремо. Вони додають професіоналізму, естетики та візуального привабливості до вашого контенту та авторської особливості. В телеграм-каналі «Грайлива Хорея» використовується здебільшого формальний та мінімалістичний стиль візуального наповнення без зайвих графічних елементів. Виокремлення центральної постаті на передній план завдяки технології виділення на надавання тіні у програмі «Adobe Photoshop» є ефективним способом привернути увагу аудиторії і надати їй основний пріоритет. Це допомагає створити впізнавану ідентифікацію для публікацій

вашого каналу і допомагає підписникам швидше зорієнтуватись та знайти потрібну інформацію [35].

Отже, створення матеріалів для телеграм-каналу «Грайлива Хорея» [Додаток Г] виокремлюється текстовою особливістю наповнення та використання інструментів, які покращують графічне та візуальне доповнення до публікацій. Розписані та опубліковані матеріали розподіляються за рубриками, завдяки чому підписникам легко взаємодіяти із темою. Взаємодію забезпечують технології хештегів, які чітко виявляються на тлі стандартного месенджера. Це зручний інструмент навігації для аудиторії та адміністрації. Визначені особливості функціоналу платформи «Telegram», а зокрема, політика введення телеграм-каналів, що надає зручний та простий інструментарій взаємодії та налагоджуванню комунікації із аудиторією. Великі публікації варто розділяти на два пости, додаючи до другого додатковий матеріал, щоб утримувати зацікавленість читачів. Перед публікацією матеріалів важливо уважно заповнити структуру телеграм-каналу: опис, назва, логотип медіа тощо.

3.2. Методи просування музичного каналу та шляхи впливу на цільову аудиторію

Сучасна музична індустрія є динамічною та конкурентною сферою, де музичні канали стикаються з великими викликами в просуванні свого контенту та залученні цільової аудиторії. Важливо розуміти, що платформа «Telegram» з версії 6.0 надає аналітичні дані, які допомагають зрозуміти цільову аудиторію телеграм-каналу. При досягненні 50 підписників, ви зможете отримати доступ до метрики, такої як кількість переглядів повідомлень, кількість учасників каналу та їх активність. Ці дані є важливим інструментом для розуміння та оцінювання вашої аудиторії.

За допомогою метрики «Telegram», ви можете отримати інформацію про географічне розподілення вашої аудиторії, їхній вік, стать та інтереси. Ці дані дозволяють скласти приблизний портрет вашого середньостатистичного

підписника. Наприклад, якщо ваша аудиторія переважно молодша вікова група, ви можете використовувати неформальну мову та актуальний контент, який буде залучати їх увагу.

Крім того, нам надається можливість проаналізувати поведінку вашої аудиторії на основі метрики «Telegram». Наприклад, в нас є розуміння, які типи повідомлень або контенту найбільш популярні серед вашої аудиторії. Це допоможе вам визначити теми, стилі або формати, які найбільше цікавлять вашу аудиторію, і зосередитися на них під час публікацій.

Для того, щоб отримати доступ до статистики телеграм-каналу "Трайлива Хорея", нам необхідно виконати наступні кроки:

- Відкрити профіль каналу, натиснувши на його назву вгорі екрана.
- Після входу в профіль каналу натисніть на значок з трьома вертикальними крапками, що розташований в правому верхньому куті екрана.
- У випадаючому меню варто обрати "Статистика".
- Нам демонструється сторінка статистики каналу, яка відображатиме загальну кількість підписників, кількість переглядів публікацій, кількість користувачів, які увімкнули сповіщення від каналу, та іншу інформацію.

Ці дані статистики охоплюють весь період функціонування каналу, починаючи з моменту його створення і оновлюються в реальному часі. Вони надають адміністраторам можливість отримати уявлення про активність аудиторії та успішність просування каналу. Це нам знадобиться задля подальшого поширення та впливовості нашого контенту.

Лінійні графіки, які ми можемо побачити на сторінці можуть представляти різні метрики і характеристики каналу і його аудиторії. Вони відображають залежність між часом і значеннями певної метрики [31].

Основні графіки поділяються за наступними категоріями:

1. Графік кількості підписників. Цей графік демонструє коливання та динаміку зміни кількості підписників вашого каналу протягом часу. Він допомагає відстежувати зростання або зменшення кількості підписників та оцінити ефективність вашої стратегії просування. Ми можемо зазначити, що

найбільший вияв активності на каналі випадає на 14 травня. Це пояснюється кількістю публікацій, які були додані впродовж одного дня та специфікою новин, які стосувалися міжнародного пісенного конкурсу «Євробачення – 2023».

2. Графік переглядів публікацій. Графік показує кількість переглядів кожної публікації вашого каналу протягом певного періоду. Він дозволяє визначити популярність різних видів контенту та визначити, які публікації отримують більше уваги та взаємодії з аудиторією. Завдяки шкалі часу, ми можемо переглядати цифри отримані за добу.

3. Графік активності аудиторії показує часові періоди, коли ваша аудиторія найбільш активна. Він відображає кількість переглядів, вподобань, коментарів або інших взаємодій з вашим контентом протягом дня або тижня. Ця інформація може бути використана для оптимального планування часу публікацій, щоб залучити найбільшу увагу вашої аудиторії. Відслідковуючи години найбільшої активності, ми можемо вдаватися до інструментів планування та робити публікація у конкретно зазначений час, коли вони будуть мати найбільше охоплення. Активний час за кількістю переглядів публікацій телеграм-каналу «Грайлива Хорея» — 10:00 ранку та 20:00 вечора.

4. Графік розподілу аудиторії може бути використаний для розуміння географічних пріоритетів вашого музичного каналу та просування в конкретних регіонах. Це може включати спрямовані маркетингові заходи, які підкреслюють музичні жанри або артистів, популярних в цих регіонах. Крім того, ви можете розглянути можливість співпраці з місцевими партнерами, щоб розширити свою аудиторію в цих регіонах. Враховуючи, що нашою цільовою аудиторією є українці, нам важливо дотримуватися контексту публікацій саме в межах нашої країни.

5. Графік підписників за джерелом показує звідки приходить нова аудиторія за наступними пунктами: канали, пошук, групи, URL, особисті чати. В нашому випадку, найкращі шляхи взаємодії телеграм-каналу «Грайлива Хорея» із потенційною аудиторією — пошук та URL.

6. Графік, що відповідає за мови у додатку демонструє, якою мовою підписники користуються у телеграм.

Окрім лінійних графіків, статистика телеграму також містить інші типи графіків та діаграм, такі як кругові діаграми для відображення розподілу аудиторії за статусом підписника (активний, неактивний) або статистику взаємодії з публікаціями (кількість вподобань, коментарів тощо). Використовуючи ці графіки, ми можемо отримати розуміння поведінки та інтересів нашої аудиторії, що дозволить нам налаштувати свою стратегію просування та контенту під їхні потреби та вподобання.

Розібравшись із шляхами впливу, варто розуміти, що створюючи високоякісний контент, без першої аудиторії він не буде користуватися значним попитом. Тож, для того щоб знайти свою першу аудиторію, можна вдатися до різних шляхів просування телеграм-каналу.

Враховуючи обмежений бюджет для просування нашого музичного телеграм-каналу, співпраця з молодими артистами та іншими телеграм-каналами може бути ефективним варіантом. Можна укласти угоду із молодими артистами чи іншими телеграм-каналами з аналогічною чи побічною тематикою. Взаємне просування один одного на власних платформах дозволить обмінятися аудиторіями та привернути увагу нових підписників.

Також, бюджетною формою поширення власного телеграм-каналу з перспективою зростання у більше медіа, буде створення проєктів-ретрансляторів на інших соціальних мережах. Новини на Facebook, детальні огляди новин зі світу української музики на YouTube, сторінка у Twitter тощо здатна приборкати аудиторію з інших платформ, які врешті перейдуть у телеграм-канал.

Організація конкурсів із залученням молодих артистів також здатна заохотити підписників поширити телеграм-канал у своїх соціальних мережах, завдяки чому можна підвищити активність на каналі.

Шляхи виявлення цільової аудиторії дали розуміння, що середньостатистичний підписник телеграм-каналу "Грайлива Хорея" —

українець, молодий хлопець 20–ти років, який зацікавлений у загальній музичній просвіті. Побіжно, він цікавиться історією. Має смартфон на системі Android та українську мову у додатку.

Маючи це розуміння, ми можемо просувати більш поглиблено рубрику #виспівчасу, оскільки вона користується значним попитом у аудиторії та утримує на собі найбільшу увагу аудиторії.

Таким чином ми виявили, що існують інструменти просування, які не потребують грошових внесків і вони побудовані на взаємодії із іншими телеграм–каналами та молодими виконавцями. Розуміючи важливість збільшення аудиторії та охоплення, ми можемо вдаватися до різних інструментів аналізу, в тому числі — статистика телеграму [26]. Завдяки ній ми зрозуміли основні критерії, завдяки яким визначається цільова аудиторія і як далі з нею можна взаємодіяти та співпрацювати. Потрібно створювати проекти–ретранслятори, які будуть залучати аудиторію з різних соціальних платформ у наш телеграм–канал. Ці методи дозволять просувати наш контент якісно та продуктивно.

Висновки до розділу 3

Отже, було виявлено, що створення матеріалів для телеграм–каналу "Грайлива Хорея" починається з пошуку інформації для публікацій. Це може бути як першоджерела, серед яких офіційні соціальні мережі виконавців та гуртів та підписки на стрімінгові сервіси, де може з'явитися нова інформація, яку можна буде використати для публікацій. Було з'ясовано, що важливою складовою телеграм–каналу є оформлення структури: назва, опис, логотип та персональне посилання.

Особлива увага була зорієнтована на візуальній складовій оформлення, оскільки текстове медіа має зацікавлювати своїх підписників якісним дизайном проєкту. Це важливий аспект, оскільки він впливає на сприйняття контенту аудиторією та подальшим її розвитком і поширенням на більші маси. Власний

стиль оформлення та написання надасть медіа професіоналізму та естетики, що прямо вплине на статистику телеграм–каналу.

Матеріал вільно адаптується під цікаві рубрики, яких у телеграм–каналі "Грайлива Хорея" цілих 5. Кожна з них відповідає за певне спрямування, за яким вже оформлюються та підбираються публікації:

1. #виспівчасу відповідає за ретроспективу, яка відсилає до виконань музики України різних епох. Це єднання музики та історичного просвітництва. Ця рубрика на каналі є однією з основних.

2. #відтвори — музичні списки відтворення за жанром, темою, виконавцем чи гуртом.

3. #просвітмитця — творчі портрети важливих для української культури виконавців.

4. #стрічка — новини зі світу української музики.

5. #оглядно — огляд подій та новин з суб'єктивною позицією автора.

При аналізі методів просування телеграм–каналу про музику була проаналізована перспектива розвитку без вкладень. Щоб зрозуміти шляхи впливу на цільову аудиторію, нами була розглянута статистика телеграм–каналу "Грайлива Хорея", в якій ми виявили портрет цільового підписника. В результаті, ми прийшли до висновку, що це молодий хлопець 20 років, який цікавиться музикою і сприймає телеграм–канал як інструмент для музичної просвіти. Побіжно, він цікавиться історією. Має смартфон на системі Android та мову використання додатку — українська. Завдяки цій інформації, нами було виявлено, що ми можемо розглядати різні методи залучення більшої кількості аудиторії через співпрацю та колаборації.

ВИСНОВКИ

Отже, в цій роботі було розглянуто ряд питань пов'язаних зі специфікою становлення платформи Телеграм як засобу комунікації із громадськістю на прикладі створення власного телеграм–каналу на музичну тематику "Грайлива Хорея".

Нами був окреслений історичний розвиток платформи «Telegram» як інструменту взаємодії із громадськістю. Еволюція функціоналу телеграм–каналів, що використовується задля утримання, збільшення власної аудиторії та покращення статистики переглядів матеріалів, які публікуються у власному медіа. Було виявлено, що розширений функціонал платформи дозволяє підтримувати зв'язок з читачами, завдяки багатогранній та зручній системі сповіщення, групових чатів та обговорень, які надає месенджер. Аналіз телеграм–каналів конкурентів та статистика власного проєкту дозволяє стверджувати, що основна аудиторія платформи — користувачі смартфонів на системі Android та IOS, що напряду впливає на оперативність надання інформації читачу. Завдяки цьому, платформа лишається актуальною для створення власного ЗМІ прямо із власного гаджету.

Аналіз конкурентного медіа наведений за приклад дозволив створити концепцію власного телеграм–каналу на музичну тематику під назвою "Грайлива Хорея". Було проаналізовано медіа "СЛУХ", що має власний телеграм–канал на музичну тематику, який являється за жанровою ознакою інформаційним. Досліджуючи специфіку та характер взаємодії із аудиторією, на основі цього були зроблені висновки та твердження, які знадобились при створенні власного інформаційного продукту.

Під час створення нами контенту для власного телеграм–каналу на музичну тематику "Грайлива Хорея", роботу було розподілено на три основних етапи: пошук інформації, аналіз та оформлення. Особлива увага була

встановлена на пошук інформації та дослідження музичного ринку на предмет цікавої інформації, яку можна було б використати для публікацій. Матеріали, в залежності від тем, були розподілені на тематичні рубрики, які дозволяють зручно пересуватися телеграм-каналом потенційному підписнику. Завдяки особливостям платформи та налагодженому плану, яким потрібно керуватися при веденні власного телеграм-каналу, ми маємо можливість публікувати та редагувати актуальну інформацію зі світу української музики в будь яку мить навіть після публікації, що запобігає розповсюдженню неправдивої інформації.

Телеграм-канал був розбитий на 5 постійних рубрик:

1. #виспівчасу відповідає за ретроспективу, яка відсилає до виконань музики України різних епох. Це єднання музики та історичного просвітництва. Ця рубрика на каналі є однією з основних. Їй відповідають публікації із старовинними думами, наприклад, як це було в публікації про оспівування історичних подій у місті Батурин, 1708 рік. Ця рубрика є основною та культурно-просвітницькою по змісту, вона дозволяє читачу не тільки насолодитися сучасним виконанням старовинної музики, а й розширити свій світогляд в контексті історії України.

2. #відтвори — музичні списки відтворення за жанром, темою, виконавцем чи гуртом. В ній відсутня прив'язка до часу, плейлісти формуються заздалегідь чи ситуативно, в залежності від тенденцій, які відбуваються у світі. Так, в зв'язку із Євробаченням, нами був пророблений список відтворення пісень десятиріччя, таким чином створивши попит на публікацію в зв'язку із проведенням пісенного конкурсу та актуальності теми.

3. #просвітмитця — творчі портрети важливих для української культури виконавців. Рубрика розрахована на популяризацію тих, хто зробив особливий внесок у розвиток національної культури. В ній відсутня прив'язка до жанру, митець в публікації визначається не критеріями харизми та популярності, а саме якістю своїх музичних виконань. В першій публікації був розписаний творчий портрет Тараса Компаніченка, лідера гурту «Хорея Козацька».

4. #стрічка — рубрика, мета якої полягає в інформуванні аудиторії. В ній публікуються новини та тенденції зі світу музики. Одним з постів стала публікація на тему «Євробачення-2023» та результати конкурсу. Для постійного оновлення цієї рубрики, редакції потрібно уважно слідкувати за подіями зі світу музики, бути підписаним на популярних музичних виконавців, відслідковувати релізи та публікації альбомів, мати якнайбільше актуальних та довірених першоджерел. Хоча платформа Телеграм і дозволяє редагувати публікації навіть після завантаження, краще уникати такі випадки та завжди перепроверити джерела, з яких береться інформація. В цій рубриці є важливим фактор новизни інформації та її актуальності.

5. #оглядно — огляд подій та новин з суб'єктивною позицією автора. Ця рубрика розрахована на популяризацію думки автора стосовно тих чи інших релізів, новин, кліпів тощо. Зокрема, була викладена рецензія на кліп гурту Imagine Dragons, що відсилає до війни в Україні та її наслідків в зв'язку із російською агресією. В ній розглядались особливості зростання дитини в умовах війни та які подальші проблеми вони можуть викликати.

Взаємодія із аудиторією відбувалась через систему емодзі та коментарі, де адміністрація телеграм-каналу може читати та аналізувати роздуми людей на ті чи інші теми. Це є важливим в контексті взаємодії із аудиторією та налагодженню із нею контакту. Важливо зберігати комунікацію із підписниками, щоб вони формували активність телеграм-каналу, покращували статистику переглядів, індекс цитування тощо. Без взаємодії із аудиторією, медіа може швидко втратити довіру, що призведе до негативних наслідків. Люди можуть почати відвертатися від нашого джерела, або перейти до конкурентів. При втраті комунікації, стає складно зрозуміти потреби аудиторії та зміст наповнення рубрик.

Досліджуючи методи просування контенту, основою якого є музична тематика, співпраця з іншими телеграм-каналами та колаборація із молодими музикантами виявились одними з найдієвіших. Взаємні публікації авторського матеріалу, публікація рецензій на альбоми, плейлісти, співи, онлайн-концерти

тощо, — це все надає можливість обмінятися аудиторією та сформувати підґрунтя підписників, які будуть формувати основну активність телеграм-каналу.

Завдяки організованій роботі телеграму, він може предстати для нас не як месенджер, а як соціальна мережа, в якій приватність та конфіденційність користувача цінується найбільше всього. Завдяки своїй популярності телеграм-канали мають перевагу над формами медіа, які працюють на інших платформах.

Отже, телеграм на сьогодні є ефективною платформою для створення власного інформаційного джерела з будь якої тематики, зокрема, музичної. Завдяки широкому охопленню аудиторії платформи, він надає можливість залучити велику аудиторію абсолютно з різних країн завдяки легкій процедурі реєстрації, актуальності та зручності. Основний фактор успіху — медіа у смартфоні. Функціональність та інструменти, які надає телеграм, надають можливість адміністратору телеграм-каналу відкривати та закривати доступ до коментарів, редагувати опублікований матеріал, задавати час публікації, створювати опитування, обговорення та налагоджувати власну систему сповіщень щодо контенту. Розуміння своєї аудиторії та контенту, який для неї розробляється є важливим чинником розвитку власного медіа. Також, не варто зволікати із побіжним наповненням, наприклад, дизайн публікацій. Якісна обгортка, яка утримує увагу та мотивує читачів переглядати вміст добре впливає на кількість переглядів публікацій та подальшу статистику. Добре підібраний настрій обкладинок, вміння працювати із кольоровою корекцією, поєднуючи це із містким, добре відредагованим текстом — позитивно впливає на розповсюдження контенту серед групових чатів, покращуючи показник індексу цитування та статистику.

На сьогодні, тема музики не втрачає своєї важливості, особливо — українська, культурний розквіт якої припадає саме на наші дні. Зацікавленість усім світом відкриває нові шляхи та можливості розвитку, через що медіа про музику України виконує, передусім, просвітницьку та культурну функції.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. Берегова О. М. Комунікація в соціокультурному просторі України : технологія чи творчість? : наук. вид. / Київ : НМАУ ім. П. І. Чайковського, 2006. 241 с.
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. 156–158.
3. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Current issues of mass communication, 2013, Вип. 14, С. 31–33.
4. Данько-Сліпцова А. *Нові медіа: історія, типологія. Український науковий журнал «Освіта регіону», № 1-2, 2014. С. 80-85.*
5. Зінькевич О. Музична критика: теорія та методика : навч. посіб. / Ю. Чекан. Чернівці : Книги-XXI, 2007. С. 118.
6. Кіпіані В. *У пошуках самвидаву / Український журн. 2009. № 4. С. 16.*
7. Курнацька Г. М. Сучасна самвидавна музична періодика в Україні: специфіка і функції. Держава та регіони. Сер. «Соц. комунікації». 2011. Вип. 1. С. 38-40.
8. Мельник Л. Музична журналістика: теорія, історія, стратегії. На прикладах із щоденної преси Львова від початків до сьогодення : моногр. Львів : ЗУКЦ, 2013. 384 с.
9. Обертас О. Український самвидав: літературна критика та публіцистика (1960 – поч. 1970-х рр.) : моногр., К. : Смолоскип, 2010. 261 с.
10. Обух Л. В. Роль засобів масової інформації в музично-освітніх процесах української західної діаспори. Наук. зап. Тернопіль. нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. Мистецтвознавство / редкол.: М. Є. Станкевич, О. М. Голубець, Л.

- А. Кондрацька [та ін.] ; голов. ред. О. С. Смоляк. Тернопіль : ТНПУ, 2014. Вип. 2. С. 9–15.
11. Рябічев В. Тенденції розвитку соціальних медіа в Україні протягом 2016 р. Образ, 2016. Вип. 4. С. 11–13.
12. Рябчун М. *Інформаційні Телеграм-канали, як нова медіа-платформа для ЗМІ. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал, 2018. №12, С. 20-23.*
13. Солоденко Д. М. Українська музична журналістика: важливість для питання культурної ідентифікації. Політ. Сучасні проблеми науки: XXII Міжнародна науково-практична конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених, м. Київ, Національний авіаційний університет, 2022. С. 111-113.
14. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія. Київ : НІСД, 2011. 156 с.
15. Українська музична енциклопедія. Т. 1 / Гол. редактор Г. Скрипник; НАНУ; Інститут мистецтв., фольклористики та етнології ім. М. Т. Рильського. К. 2006. 297 с.
16. Шин М. С. Музичні видання в Україні: розвиток та перспективи / Наук. зап. Ін-ту журналістики: Т. 23 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. К. : Видво Ін-ту журналістики, 2006. С. 197-198.
17. Шульгіна В. Музична україніка. К. , 2000. 44 с.
18. Янишівська Г. В. Вплив друкованих ЗМІ на формування музичних смаків молоді: до проблеми класифікації видань. Укр. акад. друкарства. Наук. зап. 2001. № 3. С. 55-57 с.
19. Jon R., Ingrid L. Telegram Suffers DDOS Following Criticism For Enabling Human Rights Lawyers In China. TechCrunch, 2015. No 5. P. 28-29.
20. Lister M., Dovey J. New Media: A Critical Introduction. New Jersey: Taylor&Francis. 2003, 129 p.
21. Paine K. D. Measure what matters: Online tools for understanding customers, social media, engagement, and key relationships. New York: John Wiley & Sons, 2011, 176 p.

22. Rusbridger A. The splintering of the fourth estate, *The Guardian*, 2010. No. 2, P. 32-38.
23. Thornborrow J. *The Discourse of Public Participation Media. From talk show to Twitter*. London: Routledge, 2015, 133 p.

Електронні джерела:

24. Дьоміна К. Як створити телеграм-канал? Інструкція та рекомендації. URL: <https://itforce.ua/blog/kak-sozdat-i-raskrutit-telegram-kanal/> (дата звернення 20.04.2023)
25. Кошельник Д. Дослідження українського Telegram: хто, чому та як користується месенжером в Україні. URL: <https://vctr.media/ukrainskiy-telegram5000-15716/> (дата звернення 18.04.2023)
26. Онлайн-медіа про українську музику «Слух». URL: <https://slukh.media> (дата звернення 19.04.2023)
27. Статистика телеграм-каналів. URL: <https://tgstat.com> (дата звернення 22.04.2023)
28. Статистика телеграм-каналу "Слух". URL: <https://uk.tgstat.com/channel/@slukh> (дата звернення 18.04.2023)
- 29.
30. Armitage T., '2007 and the "Next" Big Media Thing', <http://www.newstatesman.com/200607310067> (дата звернення 23.04.2023)
31. Awareness. URL: <https://collaborator.pro/blog/tg-marketing-for-brand> (дата звернення 16.04.2023)
32. Conner T., Jones S. Art to Commerce: The Trajectory of Popular Music Criticism https://iaspmjournal.net/index.php/IASPM_Journal/article/view/671 (дата звернення 22.04.2023)
33. Kravtsova N., Tryfonova O., Povzun L., Gultsova D., Gramatyk N., Bondarenko S. Digital transformations of the process of professionalization of socionomics specialists on the basis of innovative pedagogical technologies. *Acta Scientiarum. Education*, 2023, 45, e62515. <https://doi.org/10.4025/actascieduc.v45i1.62515>.

34. News loopholing: Telegram news as portable alternative media <https://link.springer.com/article/10.1007/s42001-021-00155-3> (дата звернення 19.04.2023)
35. Opinion: Decoding the ancient logic of the Google Bro. URL: <https://www.washingtonpost.com/news/globalopinions/wp/2017/08/08/decoding-the-ancient-logic-of-the-google-bro/> (дата звернення 24.04.2023)
36. Teeling E. in Research The Presence of Magazines on the Internet // – November 29th, 2006. URL: <http://blog.thebrickfactory.com/2006/11/thepresence-of-magazines-on-the-internet/> (дата звернення 26.04.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

Приклад новинної публікації.

Today

FINAL RESULTS GRAND FINAL

01	SWEDEN	583	14	ARMENIA	122
02	FINLAND	526	15	AUSTRIA	120
03	ISRAEL	362	16	FRANCE	104
04	ITALY	350	17	SPAIN	100
05	NORWAY	268	18	MOLDOVA	96
06	UKRAINE	243	19	POLAND	93
07	BELGIUM	182	20	SWITZERLAND	92
08	ESTONIA	168	21	SLOVENIA	78
09	AUSTRALIA	151	22	ALBANIA	76
10	CZECHIA	129	23	PORTUGAL	59
11	LITHUANIA	127	24	SERBIA	30
12	CYPRUS	126	25	UNITED KINGDOM	24
13	CROATIA	123	26	GERMANY	18

Результати Євробачення 2023

Перемога Швеції на «Євробаченні-2023»

На «Євробаченні-2023» Швеція здобула перемогу. Представниця країни, Loreen, з пісню "Tattoo" здобула вражаючі 583 бали від журі та глядачів. Це не перший раз, коли Лорін представляє Швецію на «Євробаченні». У 2012 році вона також здобула перемогу з пісню "Euphoria". Український гурт TVORCHI виконав пісню "Heart of Steel" і посів шосте місце з результатом у 243 бали.

З результатами конкурсу можна ознайомитись за закріпленим фото.

#стрічка

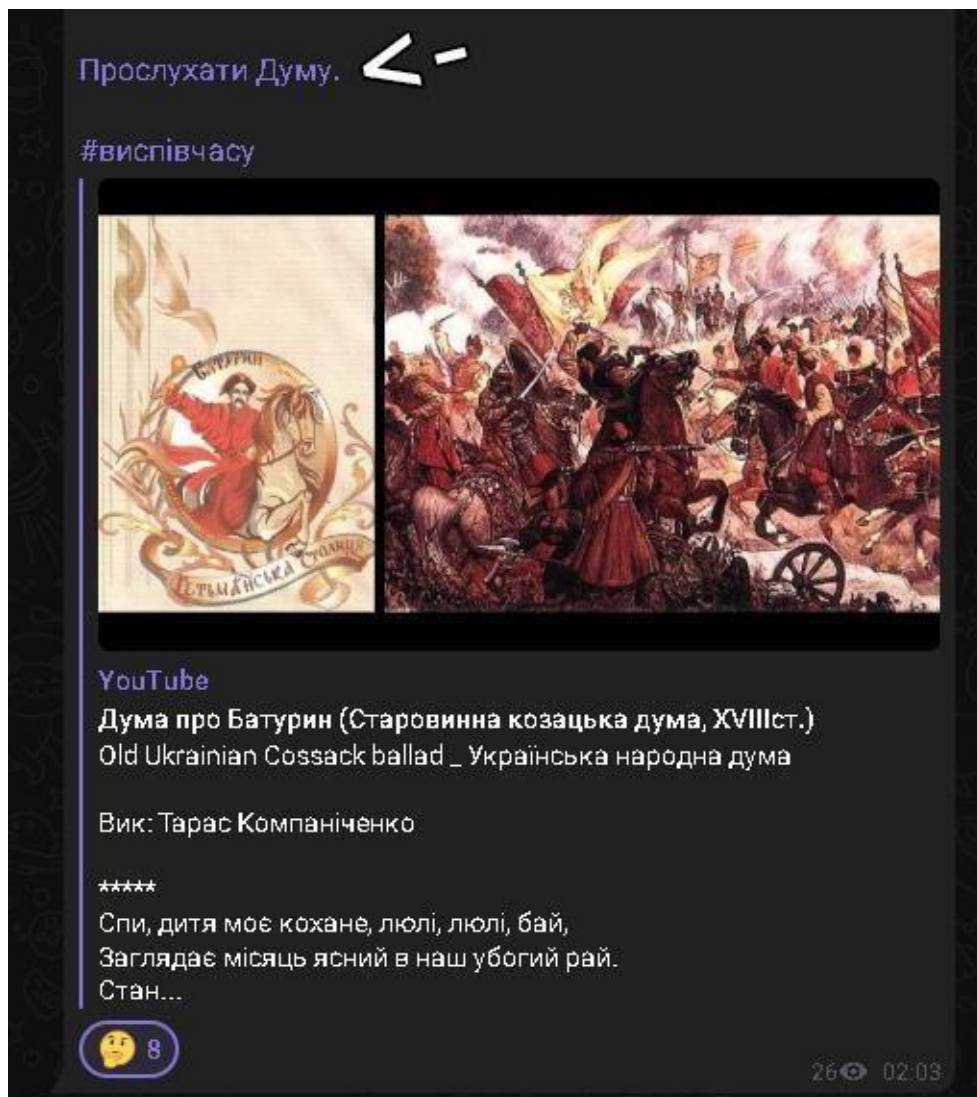
2

21 01:02

Розроблено автором

Додаток Б

Візуальна демонстрація гіпертекстуальності під час редагування публікації.



Розроблено автором

Додаток В

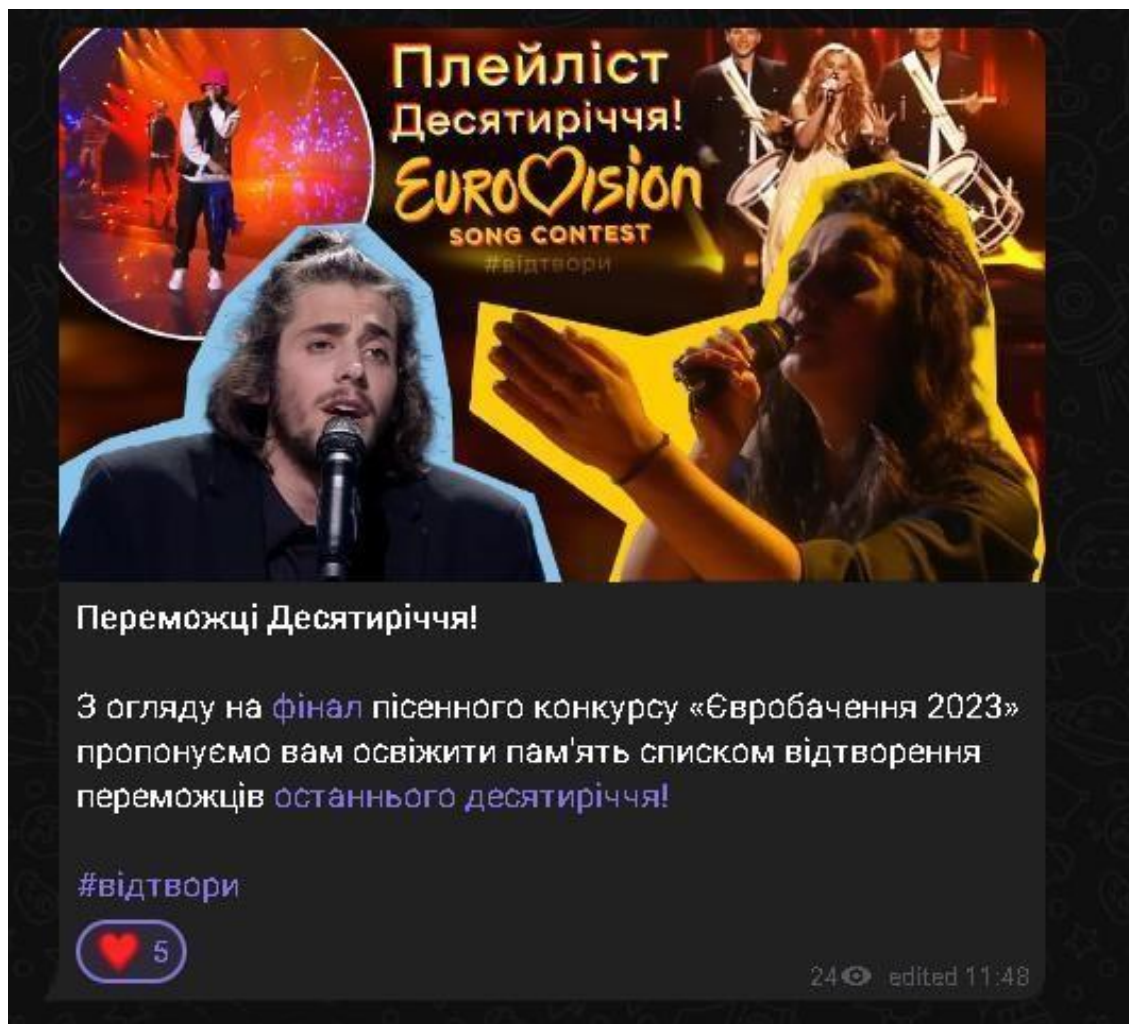
Логотип телеграм-каналу «Грайлива Хорея»



Розроблено автором

Додаток Г

Ілюстрація адаптації новини під іншу рубрику.



Розроблено автором

Додаток Г

Головна сторінка телеграм-каналу «Грайлива Хорея».

Грайлива Хорея
54 subscribers

Тарас Компаніченко, фронтмен гурту "Хорея Козацька", виступає в якості вокаліста та виконавця. **Май 18**, ривиний українській музиці. Заснований у Києві у 2005 році, гурт "Хорея Козацька" спеціалізується на виконанні пам'яток різних епох української музичної культури. Назва гурту походить від "Horea kozacku", музичної композиції, що зберігається у музичному архіві Братислави (Словачія) і датується 1640 роком.

Однак, основний акцент гурту "Хорея Козацька" знаходиться на дослідженні та виконанні епічної традиції української музичної та літературної спадщини. Тарас Компаніченко та його колектив пропонують слухачам захоплюючу музичну подорож, яка переносить їх у світ стародавніх подій, лицарського епосу і складних морально-етичних тем. Гурт виконує музику різних епох, від Середньовіччя та Ренесансу до Бароко, Класицизму, Романтизму та навіть сучасних творів, представляючи розмаїття української культури від монодії до неоромантизму.

#просвітниця

76 👁️ 00:48

FINAL RESULTS GRAND FINAL		
01	SWEDEN	583
02	FINLAND	528
03	ISRAEL	502
04	ITALY	500
05	NORWAY	388
06	UKRAINE	343
07	BELGIUM	302
08	ESTONIA	268
09	AUSTRALIA	151
10	CZECHIA	129
11	LITHUANIA	127
12	ARMENIA	123
13	AUSTRIA	120
14	FRANCE	104
15	SPAIN	100
16	MOLDOVA	86
17	POLAND	82
18	SWITZERLAND	82
19	SLOVENIA	78
20	ALBANIA	76
21	PORTUGAL	59
22	SERBIA	30

Грайлива Хорея
54 subscribers

Твоя вісія української музики.
Info

t.me/hraylivachoreya
Link

Notifications

Subscribers Media Files Links Music Voice

Курьо
last seen 25 minutes ago owner

Розроблено автором