

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

\_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»  
СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «БОЙОВИЙ ДУХ» ПРО УКРАЇНСЬКІ  
ПАТРІОТИЧНІ ПІСНІ

Виконавець: Кириленко Євгенія Олексіївна

Керівник: канд. наук з соц. комун.

Кошак Олександр Михайлович

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.,

Остапчук Світлана Сергіївна

Київ – 2023

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК СПОСІБ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ.....	6
1.1. Історія розвитку та функціональні можливості месенджера «Телеграм».....	6
1.2. Телеграм-канал: поняття та різновиди.....	11
1.3. Перспективи розвитку телеграм-каналів в Україні.....	17
Висновки до розділу 1.....	22
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ: РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «БОЙОВИЙ ДУХ».....	24
2.1. Концепція створення власного телеграм-каналу.....	24
2.2. Цільова аудиторія телеграм-каналу «Бойовий дух».....	31
2.3. Методи просування та подальший розвиток каналу.....	34
Висновки до розділу 2.....	37
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	43
ДОДАТКИ.....	46

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Телеграм є однією з найпопулярніших платформ для обміну повідомленнями та отримання новин. Значна частина користувачів активно використовує цю платформу для отримання контенту, і тому телеграм-канали можуть мати значний охоплення аудиторії.

Телеграм-канали можуть бути ефективним засобом поширення інформації на велику кількість підписників одночасно. Це особливо корисно для медіа, журналістів, блогерів, компаній, які бажають швидко донести свої повідомлення до великої аудиторії.

Такі канали надають можливість взаємодіяти з аудиторією за допомогою коментарів, дискусій і опитувань. Це може допомогти побудувати спільноту навколо контенту і створити більш особистий зв'язок з підписниками.

Телеграм-канали також можуть стати джерелом доходу через рекламу, спонсорські договори, платні підписки або інші методи монетизації контенту.

**Метою дослідження** є створення телеграм-каналу «Бойовий дух», який буде присвячений вивченню, популяризації української патріотичної пісні та збереженню культурної спадщини України.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

- створити телеграм-канал «Бойовий дух»;
- вивчити кращі практики створення та розвитку телеграм-каналів;
- розробити стратегію розвитку телеграм-каналу «Бойовий дух»;
- створити контент для телеграм-каналу, який буде привертати увагу аудиторії та підвищувати інтерес до сучасної культури України;
- вивчити можливості залучення спонсорів та партнерів для підтримки проекту;

Результатом дослідження буде створення успішного телеграм-каналу, який буде популяризувати українську патріотичну пісню та унікальність культури України, а також стимулювати інтерес до її збереження.

**Об'єктом дослідження** є вивчення культурних надбань України, які є найбільш унікальними та різноманітними та потребують особливої уваги щодо їх популяризації та просування.

**Предметом дослідження** є процес створення та розвитку телеграм-каналу «Бойовий дух».

**Методи дослідження.** Для досягнення мети дослідження та вивчення предмету роботи, будуть використані такі методи дослідження:

Аналітичний метод – для аналізу існуючих телеграм-каналів з культурно-пісенною тематикою та їх характеристик, визначення переваг та недоліків, виявлення потенційних можливостей для успішного створення та розвитку каналу.

Статистичний метод – для аналізу статистичних даних з профілю телеграм-каналу та аналізу поведінки аудиторії, що допоможе зрозуміти потреби та інтереси цільової аудиторії.

Емпіричний метод – для збору та аналізу первинних даних з відгуків аудиторії та аналізу її реакції на контент каналу.

Комплексний аналіз – для оцінки ефективності проекту та визначення його впливу на інтерес до культурної спадщини України серед широкої аудиторії.

Застосування цих методів дослідження дозволить зібрати та проаналізувати достатньо даних для успішного створення та розвитку телеграм-каналу з пісенною тематикою, а також визначити його вплив на інтерес до культурної спадщини України.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в розкритті специфіки технічної розробки, наповнення контентом а також рекламного просування телеграм-каналу про сучасну українську патріотичну музику «Бойовий дух» в умовах сучасного інформаційного середовища.

**Практичне значення одержаних результатів.** Отримані результати дослідження надалі можна використовувати як рекомендації для створення публічного каналу в месенджері Телеграм, а також для роз'яснення того, як функціонує програма, в якому стані перебуває журналістика (зокрема, музична) на базі телеграму. 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 у XXIII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023» та Всесвітньому конгресі «Авіація у XXI столітті».

**Публікації.** Основні положення дипломної роботи було викладено в публікації: Кириленко Є.О. «Телеграм» як основне джерело інформації під час воєнного стану. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: Матеріали Двадцять третьої Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, 2023. С. 231-232.

Кириленко Є.О. Актуальні проблеми соціальних комунікацій: Матеріали Дев'ятої всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ: НАУ, Факультет міжнародних відносин, кафедра журналістики, кафедра реклами і зв'язків з громадськістю, 2023. С. 77-78.

**Структура та обсяг дипломної роботи.** Дипломна робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (16 джерел) і додатків. Загальний обсяг роботи становить 46 сторінок, основний текст викладено на 40 сторінках.

## ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ЯК СПОСІБ ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

### **1.1. Історія розвитку та функціональні можливості месенджера «Телеграм»**

Мобільні додатки є важливими інструментами отримання інформації, перевірки фактів для журналістів та дозволяють ефективно працювати із великими потоками мультимедійної інформації. Саме вони стають формами спільного виробництва у сучасній журналістиці [7].

Телеграм був запущений у серпні 2013 року як месенджер з відкритим вихідним кодом. Основною метою створення Телеграму була надання швидкої та безпечної комунікації користувачам.

Перші версії Телеграму були доступні для пристроїв на базі iOS та Android. Месенджер швидко набрав популярність завдяки своїм швидким та надійним передачам повідомлень, а також високому рівню безпеки за допомогою шифрування end-to-end.

Протягом наступних років Телеграм активно розвивався та набував нових функцій і можливостей. Деякі з них включають:

**Групові чати.** Телеграм дозволяє створювати групові чати з великою кількістю учасників. У групових чатах можна обмінюватися повідомленнями, фотографіями, відео та іншими файлами.

Групові чати у Телеграмі є ще одним зручним інструментом для спілкування та обміну повідомленнями з декількома учасниками. У групових чатах може бути до 200 000 учасників, що дозволяє створювати великі спільноти і організації з багатьма учасниками. Адміністратори групового чату мають можливість призначати різні рівні доступу та права учасникам, такі як адміністратор, модератор або звичайний учасник. Це дозволяє керувати та контролювати взаємодію в групі. Учасники групового чату

можуть обмінюватися текстовими повідомленнями, фотографіями, відео, аудіо та іншим медіаконтентом. Всі повідомлення та медіафайли зберігаються у чаті та доступні для перегляду учасниками. Групові чати підтримують інтеграцію з іншими сервісами та ботами. Ви можете додавати ботів, які надають додаткові функції та можливості у групі, такі як опитування, розклад подій, повідомлення про новини тощо.

У групових чатах є можливість встановлювати рівень приватності, наприклад, обмежувати доступ до чата через посилання, використовувати режим "тільки запрошення" або регулювати, хто може надсилати повідомлення в групі. У Телеграмі є можливість проводити аудіо- та відеовиклики у групових чатах з декількома учасниками одночасно. Це дозволяє організувати конференції або спілкуватися з великою кількістю людей у режимі реального часу.

Телеграм-чат – це груповий чат в месенджері, де може міститися до 200 тисяч користувачів, діяльність яких контролюється адміністратором/рами чату, тобто обмеження часу на публікацію. додавати чи видаляти користувачів тощо [12].

**Канали.** Канали Телеграму є інструментом для розповсюдження інформації. Вони дозволяють користувачам передавати повідомлення безпосередньо до підписників, які відкривають доступ до новин, блогів, музики та іншого контенту.

У Телеграм-каналах є один або кілька адміністраторів, які публікують контент, а підписники можуть лише переглядати його. Це забезпечує односторонню комунікацію, де адміністратори можуть розповідати про новини, інформацію або ділитися контентом з аудиторією. Контент у Телеграм-каналах може бути поширюваний безперервно. Адміністратори можуть регулярно публікувати оновлення, повідомлення, фотографії, відео, аудіо та інший контент для своїх підписників.

Телеграм-канали можуть мати дуже велику аудиторію, від кількох сотень до мільйонів підписників. Це дозволяє адміністраторам залучати

широку аудиторію та поширювати свої повідомлення та контент на велику кількість людей. У Телеграм-каналах підписники можуть залишати коментарі під повідомленнями, що дає можливість для взаємодії та зворотного зв'язку з аудиторією. Це може бути використано для обговорень, питань-відповідей або взаємодії з підписниками.

Телеграм-канали надають адміністраторам доступ до аналітичних даних та статистики, таких як кількість підписників, перегляди повідомлень, популярність контенту тощо. Це допомагає адміністраторам аналізувати ефективність свого каналу та вдосконалювати свою стратегію контенту. Телеграм також надає можливість створювати платний контент у вигляді підписки на канал. Адміністратори можуть встановлювати плату за доступ до свого контенту або пропонувати ексклюзивний контент для платників.

***Голосові та відео дзвінки.*** У 2020 році телеграм додав можливість здійснювати голосові та відеодзвінки, що розширило функціонал месенджера. Голосові та відео дзвінки у телеграмі захищені енд-тю-енд шифруванням, що забезпечує конфіденційність і безпеку комунікації. Це означає, що тільки ви і ваш співрозмовник маєте доступ до змісту дзвінка. Телеграм забезпечує високу якість звуку та зображення під час голосових та відео дзвінків, навіть при поганому Інтернет-з'єднанні. Це дозволяє насолоджуватися якісними дзвінками без значного зниження якості.

Також можна здійснювати голосові та відео дзвінки не лише з однією особою, але й з групою учасників. Групові виклики дозволяють організувати конференції або спілкуватися з декількома людьми одночасно. Телеграм оптимізований для мінімального споживання даних під час голосових та відео дзвінків. Це особливо корисно у випадках з обмеженим Інтернет-трафіком або в регіонах з повільним з'єднанням.

Надана можливість переключатися між різними пристроями під час голосового або відео дзвінка. Наприклад, можна розпочати дзвінок на смартфоні та продовжити його на комп'ютері без переривання розмови.



У Телеграмі є можливість записувати голосові виклики. Це може бути корисно для збереження важливих розмов або для пізнішого прослуховування.

**Боти.** Телеграм підтримує створення та використання ботів, які можуть надавати різноманітні сервіси та функції користувачам. Боти можуть відповідати на запити, передавати новини, здійснювати операції тощо.

Телеграм-бот. Це штучно створений адміністратор, який може відповідати на повідомлення, надсилати різні матеріали в чатах, коротко кажучи допомагати адміністраторам. Телеграм-бот може бути як безкоштовним для користування, так і платним [12].

Телеграм-боти можуть взаємодіяти з користувачами у режимі реального часу та надавати автоматичні відповіді на запитання, команди або запити користувачів. Це дозволяє швидко та ефективно обробляти запити без прямого втручання людини. Телеграм-боти можуть виконувати різноманітні функції, такі як надсилання новин, розклад подій, переклад тексту, пошук інформації, створення опитувань, нагадування про події та багато іншого. Вони можуть бути програмовані для виконання специфічних завдань залежно від потреби.

Користувачі можуть взаємодіяти з телеграм-ботами шляхом введення команд або відправлення повідомлень з певними параметрами. Боти можуть розпізнавати команди та відповідати на них, надавати корисні інструкції, запитувати додаткові деталі та бути взаємодійними з користувачем.

Телеграм-боти можуть бути інтегровані з іншими зовнішніми сервісами, такими як платіжні системи, соціальні мережі, веб-сайти, CRM-системи тощо. Це дозволяє ботам виконувати специфічні функції, такі як обробка платежів, авторизація користувачів або взаємодія з базою даних.

Телеграм надає набір інструментів та документацію для створення та розробки власних телеграм-ботів. Розробники можуть створювати нові функції, додаткові можливості та інтеграції, що дозволяє розширити функціональність ботів.

Телеграм-боти є потужним інструментом для автоматизації комунікації та надання різноманітних послуг у месенджері телеграм. Вони забезпечують ефективну та інтерактивну взаємодію з користувачами та можуть бути використані для різних цілей, від клієнтської підтримки до автоматизації бізнес-процесів.

Окрім цього, Телеграм впровадив такі функції, як самознищення повідомлень, розсилки повідомлень за географічними мітками, масові повідомлення тощо. Крім клієнтських додатків для мобільних пристроїв, телеграм також надає можливість використовувати його через веб-версію та стільний додаток.

Феномен Telegram-каналу як інструменту ЗМІ зовсім нещодавно став у центрі уваги науковців. Найчастіше увагу привертають такі проблеми, як причини популярності цього каналу, специфіка аудиторії, функціональні особливості. Науковці неодноразово приходять висновку щодо важливої ролі Telegram-каналу у формуванні новинарного порядку дня, громадської думки в цілому [4].

Телеграм позиціонує себе як безпечну альтернативу месенджеру «ВатсапКо». Навіть на власному веб-сайті додаток рекламує свою безпечність та швидкість. Він пропонує дві форми шифрування, тобто приватні та групові чати захищені механізмом шифрування клієнт-сервер/сервер-клієнт та зберігають зашифрованими в хмарному сховищі телеграм-месенджера [1].

Телеграм продовжує бути одним з провідних месенджерів у світі, з активними користувачами по всьому світу. Його розвиток продовжується, і команда Телеграму активно працює над вдосконаленням та додаванням нових функцій до своїх продуктів.

## **1.2. Телеграм-канал: поняття та різновиди**

Телеграм-канал є однією з функцій Телеграму, яка дозволяє користувачам створювати та підписуватися на канали для сприяння поширенню інформації, контенту та спілкування зі значною кількістю

користувачів. Основна відмінність між каналом і груповим чатом полягає в тому, що в каналі інформація передається від одного адміністратора (або декількох адміністраторів) до підписників, тоді як у груповому чаті усі учасники можуть взаємодіяти між собою.

Контент в телеграм-каналах може бути різним, у залежності від типу самого каналу. Це так звана різновидність телеграм-каналів.

За їхнім тематичним наповненням телеграм-канали можуть бути:

- новинними;
- експертними;
- авторськими;
- добірки;
- канал бренду [9].

Частина інформаційних каналів верифікована, однак є і неверифіковані канали з анонімними власниками. Хочемо зауважити, що верифіковані канали викладають інформацію українською мовою та посилаються на джерела інформації. Водночас неверифіковані канали подають інформацію російською та дуже рідко вказують джерела інформації. Ключовим для цих каналів є оперативність у викладі інформації, лаконічність самих повідомлень та велика кількість мультимедій. Задля спілкування та отримання зворотної реакції підписників на повідомлення, всі ці інформаційні канали використовують різноманітні смайлики [2].

У традиційних ЗМІ вербальний контент завжди відігравав провідну роль, а візуальні матеріали лише доповнювали та поглиблювали зміст. У мережевих медіа спостерігається перерозподіл функцій вербального і візуального контенту. По-перше, це пояснюється психологічними особливостями сприйняття інформації в електронному вигляді: швидше й легше сприймається і запам'ятовується саме візуальний контент. По-друге, тенденцію візуалізації у веб-журналістиці диктують соціальні мережі, які останнім часом стають для користувачів не лише засобом міжособистісної комунікації, а й головним джерелом новин [6].

Але на початку доведеться трохи постаратися та працювати за дарма, аби розкрутити телеграм-канал та набрати справжню аудиторію. Із цим може допомогти так зване «сарафанне радіо», тобто рекламування каналу із вуст у вуста [10]. Друзі, родичі, будь-хто може розказати іншим про канал та закликати інших підписатися на нього. Також телеграм-канал можуть порекомендувати інші телеграм-канали або блогери, які відвідали його та вподобали контент. Варто не плутати з рекламою, адже рекламу можна отримати лише за кошти, тобто якщо власник каналу замовить її в когось іншого з більшою аудиторією. А рекомендація надається вже за рішенням самого блогера чи адміністратора іншого телеграм-каналу, не маючу з цього жодного прибутку [5].

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

Існують різні типи Телеграм-каналів, залежно від їхньої призначеності та специфіки:

**Публічний канал** - це тип каналу, до якого можуть підписатися будь-які користувачі Телеграму. Адміністратори публічного каналу можуть публікувати повідомлення та контент, які будуть видимі для всіх підписників каналу.

Головна мета публічних телеграм-каналів - поширення інформації. Це може бути новини, статті, блоги, фото, відео, аудіо та інше. Адміністратори каналів публікують контент для своїх підписників, які отримують оновлення безпосередньо на свої пристрої. Більшість телеграм-каналів односторонні, тому взаємодія у публічних телеграм-каналах зазвичай одностороння. Адміністратори публікують контент, а підписники отримують і споживають його. Хоча користувачі можуть коментувати та реагувати на публікації, комунікація зазвичай відбувається у форматі коментарів або повідомлень до адміністратора.

Публічні телеграм-канали можуть мати велику аудиторію, що дає можливість досягти широкого кола людей зі своїм контентом. Велика кількість підписників підтримує розповсюдження інформації та може сприяти популярності та впливу каналу.

Багато публічних телеграм-каналів спеціалізуються на конкретних темах або категоріях. Наприклад, це можуть бути новинні канали, кулінарні блоги, музичні платформи, фінансові аналітики та багато інших. Така спеціалізація дозволяє підписникам знаходити контент, що їх цікавить.

Підписники публічних телеграм-каналів отримують оновлення контенту безпосередньо на свої пристрої через сповіщення. Це дозволяє швидко отримувати свіжу інформацію без необхідності активного пошуку.

Публічні телеграм-канали є потужним засобом для поширення інформації та спілкування з великою аудиторією. Вони можуть бути використані для різних цілей, від освіти та розваг до новин та маркетингу.

**Приватний канал** - цей тип каналу є закритим і доступ до нього можуть отримати тільки ті користувачі, які отримали запрошення від адміністратора каналу. Приватний канал забезпечує більшу приватність та контроль за аудиторією.

Приватні канали обмежені за доступом і доступні лише для користувачів, які отримали запрошення або дозвіл від адміністратора каналу. Це дозволяє контролювати аудиторію каналу та зберігати приватність комунікації.

Такі канали забезпечують більшу конфіденційність та безпеку, оскільки доступ до них обмежений. Інформація, що обговорюється в приватному каналі, може залишатися внутрішньою і недоступною для публічного перегляду.

Приватні телеграм-канали можуть пропонувати ексклюзивний контент своїм підписникам. Це може бути приватна інформація, замовлені матеріали, спеціальні пропозиції або преміальний контент, доступний лише для обраних користувачів. У таких телеграм-каналах взаємодія зазвичай обмежена.

Підписники можуть коментувати і відповідати на публікації, але комунікація зазвичай відбувається у форматі коментарів або повідомлень до адміністратора каналу.

Приватні канали створюють закриту спільноту користувачів з подібними інтересами або потребами. Це може сприяти більш активному спілкуванню, обміну думками та ідеями між учасниками спільноти.

Приватні телеграм-канали надають можливість створити обмежений за доступом простір для комунікації та обміну інформацією. Вони підходять для замкнених груп, команд, професійних спільнот або будь-яких інших ситуацій, де конфіденційність та обмежений доступ є важливими факторами.

**Тематичний канал** - такі канали спрямовані на публікацію контенту певної тематики, наприклад, новини, розваги, спорт, фінанси тощо. Користувачі можуть підписатися на канали, які їх цікавлять, і отримувати актуальну інформацію на обрану тему.

Тематичні канали створюються для надання специфічного контенту, який відповідає обраній темі. Це можуть бути новини, поради, інформативні статті, креативні проекти, розваги, спорт, музика, література і багато іншого. Канали можуть бути вузькоспеціалізованими або покривати широкий спектр тем.

Тематичні канали привертають аудиторію, яка зацікавлена в конкретній темі або області. Це дозволяє адміністраторам каналу зосередитись на наданні контенту, який цікавий та корисний для своїх підписників. Такі канали можуть надати адміністраторам можливість встановити себе як експертів у відповідній галузі. Якщо канал постійно надає цінну інформацію та якісний контент, це може сприяти підвищенню авторитету та довіри у своїй тематичній галузі.

Тематичні канали можуть створювати спільноту підписників, які мають спільні інтереси. Це може сприяти активному обміну думками, дискусіям та взаємодії між підписниками каналу.

Підписники тематичного каналу отримують оновлення і сповіщення про новий контент безпосередньо на свої пристрої. Це дозволяє швидко і зручно отримувати свіжу інформацію та бути в курсі останніх подій у вибраній тематиці.

Тематичні телеграм-канали є чудовим інструментом для обміну інформацією та спілкування з аудиторією, що має спільні інтереси. Вони дозволяють спеціалізуватись на конкретній темі та надавати цінний контент своїм підписникам.

*Медійний канал* - це канал, який спеціалізується на публікації відео, фотографій та іншого медіаконтенту. Медійні канали можуть бути присвячені різним жанрам, наприклад, комедія, музика, фільми, спорт тощо.

Медійні канали часто надають свіжі новини, останні події, аналітику, репортажі та інші інформаційні матеріали з різних галузей. Вони можуть покривати політику, економіку, культуру, науку, спорт та багато інших тем.

Такі канали часто використовують різноманітний мультимедійний контент, такий як фотографії, відео, аудіозаписи, ілюстрації тощо, для ілюстрації новинних матеріалів та забезпечення більш наочного сприйняття інформації.

Медійні канали прагнуть надавати актуальну інформацію та реагувати на події швидко. Вони можуть бути спеціалізовані на оперативному повідомленні про новини та важливі події, що відбуваються в реальному часі. Такі канали можуть намагатися надати об'єктивну та різноманітну інформацію, публікуючи матеріали з різних джерел. Це може допомогти читачам отримати більш об'єктивну картину подій та різні точки зору.

Медійні канали можуть сприяти активному спілкуванню з аудиторією. Вони можуть надавати можливість коментувати, відправляти запитання або навіть публікувати матеріали від своїх підписників.

Такі телеграм-канали є популярними серед користувачів, які цікавляться актуальними новинами та інформацією з різних галузей. Вони

дозволяють швидко та зручно отримувати новини та бути в курсі останніх подій.

**Корпоративний канал** - цей тип каналу використовується організаціями та бізнесами для спілкування зі своїми клієнтами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами. Вони можуть використовувати канали для розсилки новин, акцій, оновлень тощо.

Корпоративні канали дозволяють спілкуватися з колегами та співробітниками в організації. Вони можуть бути використані для розсилання важливих оголошень, спільного обговорення проєктів, обміну документами та інформацією, організації зборів і багато іншого.

Такі канали забезпечують зручну та швидку комунікацію в межах організації. Вони дозволяють легко ділитися інформацією, отримувати сповіщення та оновлення безпосередньо на пристрої співробітника.

Корпоративні канали можуть мати обмежений доступ, що дозволяє контролювати, хто має право переглядати та приєднуватися до каналу. Це дозволяє забезпечити конфіденційність та обмежити доступ до важливої інформації тільки для відповідних співробітників.

Телеграм-боти можуть бути використані в корпоративних каналах для автоматизації певних процесів, наприклад, відправки регулярних звітів, нагадування про терміни, запитання зворотного зв'язку від співробітників і багато іншого.

Корпоративні канали можуть сприяти підтримці корпоративної культури та спілкуванню між співробітниками. Вони можуть включати публікації про досягнення, цілі, події та важливі повідомлення від керівництва.

Дані телеграм-канали є ефективним інструментом для покращення внутрішньої комунікації, спілкування та організації роботи в організації чи компанії. Вони сприяють зручності та ефективності комунікації, зокрема у великих та розподілених командах.



Ці типи каналів можуть поєднуватися та використовуватися залежно від потреб і цілей їх власників. Вони дозволяють створювати спільноти, обмінюватися інформацією та контентом зі значною аудиторією в Телеграмі.

Більшість сучасних соціальних мереж побудована за таким принципом, що текст у них відіграє другорядну роль, а головне інформаційне навантаження покладається на візуальний контент. Зважаючи на зростаючу з кожним роком популярність соціальних мереж, більшість інтернет-видань орієнтуються на таку саму стратегію подання інформації [6].

### 1.3. Перспективи розвитку телеграм-каналів в Україні

Раніше комунікація ЗМІ з аудиторією в месенджері носила переважно односторонній характер: медіа публікували новину, але не отримували зворотного зв'язку. Винятком згодом була можливість проголосувати в опитуванні за допомогою смайликів, створених за допомогою бота або ж окрема група для спілкування з читачами. Проте засобам масової інформації важливо було розуміти реакцію аудиторії і читацькі очікування [8].

Тепер же в телеграмі є коментарі та реакції – набір смайликів, яким можна відреагувати на повідомлення, як у фейсбуці. Це також дає змогу медіа більше розуміти вподобання читачів.

Телеграм-канали в Україні мають великий потенціал для подальшого розвитку. Ось кілька перспектив, які можуть вплинути на їхнє майбутнє:

**Зростання користувачів:** Телеграм є одним з найпопулярніших месенджерів в Україні, і кількість користувачів продовжує зростати. Це створює потенціальну аудиторію для розширення кількості підписників та впливу телеграм-каналів.

Одним з ключових чинників зростання користувачів є надання якісного та цікавого контенту. Якщо канал надає корисну інформацію, новини, ексклюзиви, поради або розважальний контент, користувачі будуть зацікавлені підписатися та залишатися активними у каналі.

Важливо ефективно просувати телеграм-канал, залучати нових користувачів та привертати їх увагу. Це може включати використання соціальних медіа, посилянь у блогах або інших медійних платформах, рекламних кампаній тощо.

Важливо активно взаємодіяти зі своєю аудиторією, відповідати на запитання та коментарі, організовувати опитування, запитання-відповіді та інші форми залучення користувачів. Це стимулює залученість аудиторії та підтримує рівень активності в каналі.

Взаємодія з іншими телеграм-каналами, партнерами або впливовими особами може допомогти зростанню аудиторії. Спільні акції, обмін рекламою або співпраця в організації подій можуть привернути нових користувачів до каналу.

Важливо підтримувати регулярність публікацій у каналі та стабільну якість контенту. Користувачі цінують актуальність та надійність каналу, тому важливо неодмінно забезпечувати ці характеристики.

Загалом, зростання користувачів у телеграм-каналах залежить від якості та цінності контенту, ефективного просування, взаємодії з аудиторією, партнерств та стабільності.

***Різноманітність тематики:*** Україна має різноманітне суспільство зі широким спектром інтересів. Це відкриває можливості для створення та розвитку тематичних телеграм-каналів, що задовольняють інформаційні потреби різних груп людей.

Телеграм дозволяє створювати канали на будь-яку тематику, задовольняючи різні інтереси користувачів. Ось кілька аспектів, які варто врахувати щодо різноманітності тематики телеграм-каналів:

Інформаційні канали які надають новини, аналітику, коментарі та іншу інформацію на різні теми. Інформаційні канали можуть бути загальними або спеціалізованими з конкретної галузі, наприклад, політики, економіки, спорту, технологій тощо.

Розважальні канали присвячені розважальному контенту, такому як гумор, меми, відео, фотографії, курйози та інше. Розважальні канали можуть бути загальними або фокусуватися на конкретних жанрах, таких як комедія, сатира, музика, кіно тощо.

Освітні канали мають на меті надати корисну інформацію та навчальний контент на різні теми. Вони можуть включати канали з вивчення мов, наукові теми, навички та розвиток, фінанси, кулінарія, мистецтво та багато іншого.

Тематичні канали фокусуються на конкретних темах або інтересах. Вони можуть бути присвячені спорту, моді, подорожам, фотографії, крафту, книгам, технологіям, кулінарії, музиці та багатьом іншим темам.

Бізнес-канали спрямовані на бізнес-спільноту та надання корисних порад, стратегій, новин та інших матеріалів, що стосуються бізнесу, підприємництва та розвитку кар'єри.

Культурні та мистецькі канали пропонують матеріали про мистецтво, культуру, літературу, кіно, музику, театр тощо. Такі канали можуть включати огляди, рецензії, інтерв'ю та інші відомості про культурні події та творчість.

Кожна тематика має свої особливості, специфіку та аудиторію. Важливо розуміти інтереси своєї цільової аудиторії та надавати їм цінний контент у вибраній тематиці. Різноманітність тематики у телеграм-каналах дозволяє користувачам знаходити контент, що відповідає їхнім інтересам та потребам.

**Медійна платформа:** Телеграм може стати важливою медійною платформою в Україні. Він вже використовується багатьма медіаорганізаціями та журналістами для поширення новин та інформації. Це відкриває можливості для розвитку медійних телеграм-каналів та покращення якості новинного контенту.

Телеграм-канали дозволяють публікувати текстовий контент будь-якої довжини. Це дає змогу розміщувати новини, статті, блоги, аналітику, поради,

огляди тощо. Крім того, ви можете форматувати текст, додавати посилання та емодзі, щоб зробити контент більш цікавим та зрозумілим для аудиторії.

Телеграм-канали підтримують розміщення різних типів медіа-файлів, таких як фотографії, відео, аудіо та документи. Ви можете надсилати візуальний контент, який підкреслює ваші повідомлення або надає більше інформації.

Телеграм дозволяє записувати та надсилати голосові повідомлення в каналах. Це може бути зручно для надання коментарів, розповідей або поділу звукової інформації.

Можна планувати публікацію своїх повідомлень на певний час та дату. Це дозволяє вам контролювати регулярність та пунктуальність публікацій, що важливо для залучення аудиторії та підтримки їх інтересу.

Медійна платформа телеграм-каналів дозволяє вам взаємодіяти зі своєю аудиторією через коментарі під повідомленнями. Користувачі можуть залишати свої відгуки, питання або обговорювати теми з вами та іншими учасниками каналу.

Можна відправляти сповіщення та повідомлення підписникам вашого каналу через розсилки. Це дозволяє вам сповіщати аудиторію про нові публікації, важливі оновлення або події.

Телеграм надає інструменти для аналізу та відстеження статистики вашого каналу. Ви можете отримувати дані про кількість підписників, перегляди повідомлень, вподобання, коментарі та іншу інформацію, що допоможе вам розуміти ефективність вашого контенту та взаємодії з аудиторією.

Ці особливості медійної платформи телеграм-каналів роблять їх потужними інструментами для поширення інформації, комунікації та взаємодії з аудиторією. Вони дозволяють залучати, зацікавлювати та взаємодіяти зі своєю аудиторією шляхом різноманітного контенту та інтерактивних можливостей.

**Рекламні можливості:** Телеграм надає можливість розміщення реклами в каналах. Це відкриває перспективи для монетизації телеграм-каналів в Україні та залучення рекламодавців, що може стимулювати їх розвиток.

Можна домовитись з рекламодавцями про розміщення рекламних повідомлень у своєму телеграм-каналі. Це може бути викладка текстових оголошень, фото або відео-реклами. Також можна вступити в партнерську програму з рекламодавцями або іншими телеграм-каналами для спільного розміщення реклами або просування продуктів та послуг.

Афіліат-маркетинг – це спосіб отримання комісійних від продажу товарів або послуг, які ви рекомендуєте у своєму телеграм-каналі. Ви можете розміщувати унікальні посилання афіліатів та отримувати винагороду за кожну угоду, яка здійснюється через ваші рекомендації.

Можна встановити спонсорські ставки за розміщення повідомлень від рекламодавців у вашому каналі. Це може бути поодинокі повідомлення або серія повідомлень, присвячених конкретному продукту, події або бренду.

Також існують спеціалізовані рекламні канали та маркетплейси, які допомагають зв'язати рекламодавців з власниками телеграм-каналів для розміщення реклами.

Телеграм надає інструменти для відстеження статистики та ефективності рекламних кампаній у вашому каналі. Ви можете отримувати дані про кількість переглядів, взаємодію та конверсії в рамках рекламних повідомлень.

Варто пам'ятати, що при розміщенні реклами важливо зберігати баланс між комерційним контентом та цінним вмістом для своєї аудиторії. Дотримання прозорості, чесності та адекватності в рекламних публікаціях допоможе підтримати довіру вашої аудиторії.

**Важливий засіб комунікації:** Телеграм-канали можуть стати важливим засобом комунікації для громадських організацій, бізнесу та державних установ. Вони можуть використовуватися для розсилки важливих

повідомлень, організації кампаній, інформування громадськості та багато іншого.

Загалом, перспективи розвитку телеграм-каналів в Україні є обіцяючими, особливо з урахуванням зростання користувацької бази, різноманітності тематики та можливостей медійної та комунікаційної платформи.

### **Висновки до розділу 1**

Узагальнюючи, можна сказати, що телеграм-канали забезпечують зручний та ефективний спосіб комунікації зі значною аудиторією, розповсюдження інформації та контенту, а також взаємодію зі своїми підписниками.

Групові чати у Телеграмі надають можливість ефективно спілкуватися та обмінюватися інформацією з багатьма учасниками одночасно. Вони широко використовуються як для особистих комунікаційних цілей, так і для організаційних та професійних потреб.

Телеграм-канали є потужним засобом комунікації та поширення контенту для різних цілей, включаючи новини, інформаційні ресурси, рекламу, розваги та багато іншого.

Голосові та відео дзвінки у Телеграмі дозволяють ефективно спілкуватися з іншими користувачами, надаючи високу якість комунікації та захищений обмін інформацією.

Україна має активну та швидко зростаючу спільноту користувачів телеграму, що створює перспективи для розвитку телеграм-каналів у різних сферах, включаючи розважальну, новинну, освітню, бізнес-орієнтовану та інші. Успішні телеграм-канали можуть залучати широку аудиторію, надати цінний контент і стати важливим інформаційним та комунікаційним каналом для українських користувачів.

## РОЗДІЛ 2

### ТВОРЧИЙ ПРОЄКТ: РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТВОРЕННЯ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ «БОЙОВИЙ ДУХ»

## 2.1. Концепція створення власного телеграм-каналу

Телеграм-канали дозволяють швидко та ефективно поширювати інформацію на велику аудиторію. Вони є зручним інструментом для публікації новин, оголошень, акцій, важливих оновлень тощо.

Власники каналів мають повний контроль над контентом і аудиторією. Можна обрати тип каналу (публічний, приватний), ким він може бути підписаний, хто має право публікувати повідомлення.

Канали дозволяють залучати і збирати аудиторію навколо певної теми, проекту, бренду чи ідеї. Можна створити спільноту людей, які ділять спільні інтереси і збираються навколо вашого контенту.

Деякі власники телеграм-каналів здійснюють монетизацію свого контенту, наприклад, через рекламу, платний контент, спонсорські пости тощо. Це може стати додатковим джерелом доходу для особистих блогерів, медійних компаній або бізнесів.

Канали дозволяють встановити прямий зв'язок з аудиторією через коментарі, опитування, дискусії. Можна отримувати зворотний зв'язок, відповідати на запитання і побажання своїх підписників.

Отже, як створити телеграм-канал:

- Відкрийте програму та авторизуйтеся, якщо ще не зробили цього.
- У правій верхній частині екрана натисніть значок із зображенням олівця.
- Виберіть «Створити канал».
- Введіть Ім'я каналу та за потреби його невеликий опис.
- Налаштуйте приватність – публічний чи приватний канал. У першому випадку вигадується публічне посилання на канал в Telegram, яке зможуть знайти інші користувачі. Щоб створити закритий Телеграм канал – просто виберіть варіант «Приватний». У цьому випадку буде сформовано унікальне



посилання–запрошення (ви не можете його змінювати), яке ви розсилатимете своїм майбутнім підписникам.

- Наступний етап – запрошення до каналу користувачів, які є у контактах вашого смартфона. Цей крок можна пропустити, просто натиснувши кнопку зі стрілочкою [16].

Кожен день повідомлення в інформаційних каналах соціальних мережах переглядають мільйони людей з усієї України. Їх популярності сприяють короткі лаконічні тексти з великою кількістю мультимедій, висвітлення актуальної інформації з лінії фронту, окупованих територій, великих і малих міст і сіл України та всього світу. Можливість кожного підписника надіслати цікавий контент робить соціальні мережі першоджерелом з місць подій [2].

Особливості оформлення каналу в Телеграм. Оформлення має повністю відповідати вимогам месенджеру :

- назва – від 5 до 32 символів;
- опис – до 255 символів (може бути відсутнім).

Зокрема, з одного акаунта можна володіти не більше 10 каналами.

Важливо враховувати, що доступ до статистичних даних з'явиться після того, як на каналі набереться 50 підписників. Можна в будь–який момент змінити назву на будь–яку іншу. При цьому попереднє ім'я буде зарезервовано лише протягом 15–30 хвилин [16].

Цікаві нюанси, які потрібно знати для створення телеграм каналу:

- один обліковий запис може бути адміністратором не більше 10 каналів;
- можна редагувати пости тільки два дні після публікування, потім ця функція буде заблокована;
- у одного каналу може бути не більше 50 адміністраторів;
- ні в якому разі не можна публікувати пости вночі, аудиторія почне відписуватися.

Саме правильне оформлення каналу дуже важливе для його подальшого просування. Назва, опис, аватар – це перше, що бачать майбутні підписники, враховуючи цю інформацію, вони ухвалюють рішення про те, підписуватися чи ні.

Ось, наприклад, оформлення телеграм каналу «Бойовий дух» (рис. 2.1.1).

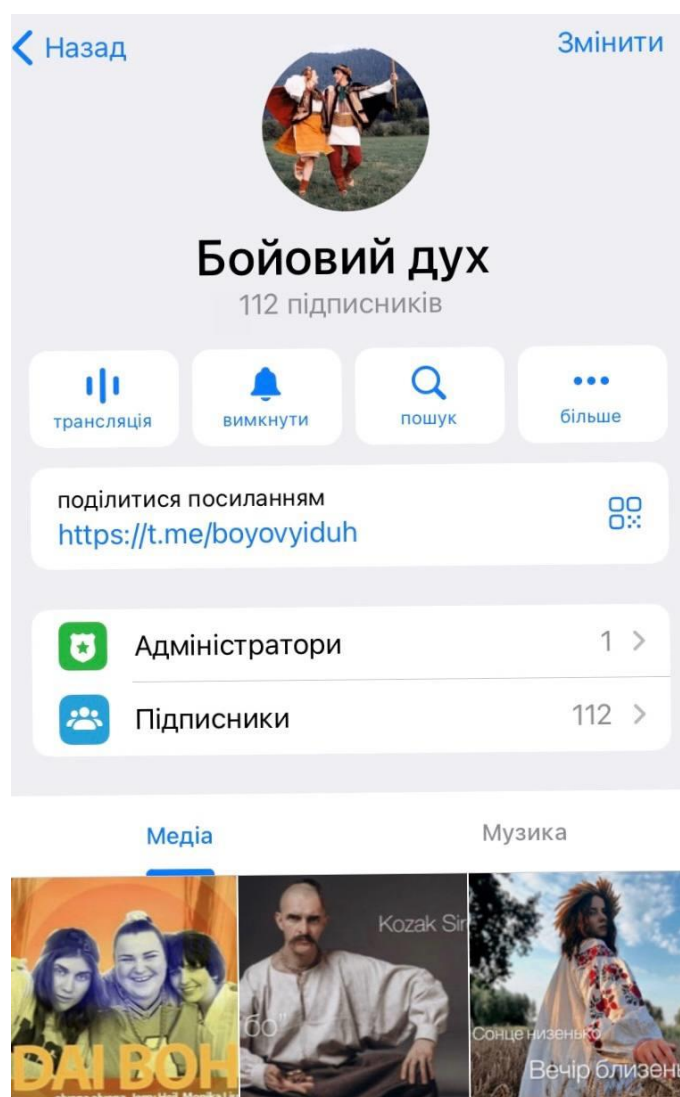


Рис. 2.1.1 Телеграм-канал «Бойовий дух»

Унікальність каналу полягає в тому, що цей канал спрямований більше на молоду аудиторію та показує усю красу та мелодійність української культури. Тому цей канал для тих, хто хоче бути в курсі останніх патріотично-музичних новинок та прагне отримувати дійсно якісну інформацію в зручному форматі.

Цілі й завдання видання:

- інформування про патріотичні новинки у музичній творчості України;
- розширення україномовного контенту в телеграмі;
- підвищення обізнаності молоді в культурних питаннях.

Організаційні засоби досягнення завдань видання:

- 1) створення контент-плану на тиждень із композиціями, які варто розглянути у майбутніх публікаціях на фоні останніх новинок;
- 2) поширення просвітницьких публікацій про українських співаків та співачок, та нові пісні у їх виконанні.

Існує і негативний вплив телеграм-каналів на суспільство. Українські науковці зазначають, що особливу шкоду становить злочинна діяльність адміністраторів антиукраїнських видань у месенджері, які працюють на шкоду державним інтересам під керівництвом російських кураторів. Зафіксовано випадки виявлення та блокування інтернет-ресурсів найбільш активними радикально налаштованими представниками громадсько-політичних організацій, окремих масмедійних структур для поширення резонансної інформації тенденційного характеру, оприлюднення закликів до організації масових протестів, підриву авторитету української влади тощо [3].

Розподілення контенту на рубрики в телеграм-каналі може бути корисним підходом, оскільки воно дозволяє організувати ваш контент і зробити його більш структурованим для вашої аудиторії. Використання рубрик допомагає підписникам знайти та споживати інформацію, яка їх цікавить, зручно та ефективно. Ось декілька практичних порад щодо розподілення контенту на рубрики:

Визначте основні тематики: Перед початком розподілення контенту на рубрики визначте основні тематики або категорії, які ви будете включати в свій канал. Наприклад, якщо ваш канал присвячений музиці, можливі рубрики можуть бути "Музиканти", "НовинкиПісень", "Мотивація" тощо.

Назвіть рубрики: Надайте кожній рубриці зрозумілу та привабливу назву, яка відображає її зміст. Використовуйте короткі та креативні назви, які привертають увагу підписників.

Дотримуйтесь регулярності: Створіть розклад публікацій для кожної рубрики, щоб ваші підписники знали, коли очікувати новий контент. Дотримуйтесь цього розкладу і публікуйте контент регулярно.

Зберігайте послідовність: Розміщуйте публікації відповідно до їх рубрик. Наприклад, якщо у вас є рубрика "Цитати", то всі цитати повинні бути зібрані разом відповідно до цієї рубрики.

Використовуйте хештеги: Включайте в свої публікації хештеги, пов'язані з рубриками, щоб зробити контент більш зручним для пошуку. Наприклад, використовуйте хештег #НовинкиПісень для публікацій, пов'язаних з рубрикою «НовинкиПісень».

Залучайте підписників: Спонукайте своїх підписників до взаємодії з контентом у рубриках, наприклад, шляхом ставлення лайків, коментування чи відправки запитань. Створюйте дискусії та спілкуйтеся з аудиторією, щоб залучити їх до вашого каналу.

Аналізуйте реакцію аудиторії: Слідкуйте за реакцією аудиторії на ваші рубрики та контент. Аналізуйте статистику, спостерігайте за популярними рубриками, та враховуйте цю інформацію при подальшому плануванні контенту.

Розподілення контенту на рубрики допоможе вашому каналу бути більш структурованим та зручним для вашої аудиторії. Враховуйте інтереси та потреби своєї цільової аудиторії та створюйте рубрики, які найкраще відповідають їхнім очікуванням.

Основні рубрики телеграм-каналу «Бойовий дух» зображено на рис. 2.1.2.

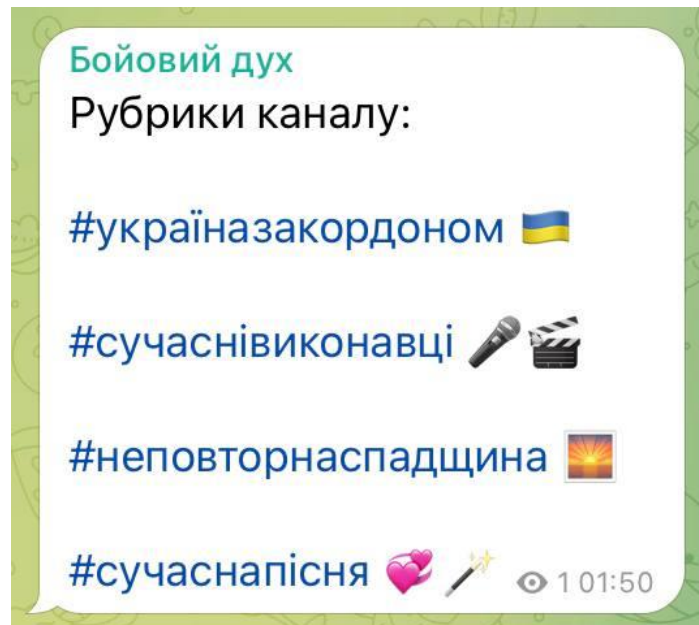


Рис. 2.1.2 Рубрики каналу «Бойовий дух»

Створення рубрик в телеграм-каналі має кілька важливих переваг і сприяє покращенню якості та організації контенту.

**Структура та організація:** Рубрики допомагають структурувати контент у вашому телеграм-каналі. Вони розділяють різні тематики, дозволяючи аудиторії знайти потрібну інформацію швидше та ефективніше.

**Зручність для аудиторії:** Рубрики полегшують пошук та споживання контенту для підписників. Вони допомагають зосередитися на певних темах, які цікавлять аудиторію, та забезпечують зручність навігації в каналі.

**Консистентність та регулярність:** Рубрики допомагають підтримувати регулярність публікацій у вашому каналі. Вони дозволяють вам створювати розклад публікацій для кожної рубрики і забезпечувати постійний потік контенту.

**Більша цінність для аудиторії:** Рубрики дозволяють вам глибше досліджувати певні теми та представляти аудиторії більш спеціалізовану та цінну інформацію. Це допомагає вам позиціонувати свій канал як джерело експертної інформації та забезпечує більшу привабливість для підписників.

**Залучення аудиторії:** Рубрики створюють можливість для залучення аудиторії до взаємодії та відгуків. Ви можете спонукати підписників до

коментування, лайків чи відправки запитань у певних рубриках, що сприяє активності та взаємодії з аудиторією.

Загалом, створення рубрик у телеграм-каналі допомагає вам покращити організацію контенту, полегшити споживання і зрозуміння для аудиторії, підвищити цінність вашого каналу та залучити більше підписників.

Рубрика #сучаснівиконавці (рис. 2.2.1) висвітлює діяльність сучасних українських співаків, які висувають патріотичний задум у своїх композиціях.



Рис. 2.2.1 Рубрика #сучаснівиконавці

У рубриці #Україназакордоном (рис. 2.2.2) розглядаються колаборації українських співаків alyona alyona, Jerry Nail, Kalush, Skofka з закордонними співаками, таких як Monika Liu, Ochman та інші.



Рис. 2.2.2 Рубрика #Україназакордоном

Приклад повної структури постів наведений у Додатку А.

## 2.2. Цільова аудиторія телеграм-каналу «Бойовий дух»

Телеграм так затребуваний серед користувачів саме через свою зручність. Шукати необхідну інформацію в новинній стрічці та групах Facebook довго і виснажливо. Тут же можна в один клік підписатися на канал, повідомлення від якого ти, по-перше, точно не пропустиш, по-друге, зможеш прочитати інфо тоді, коли тобі буде зручно. Так само легко й відписатися від каналу, який став тобі нецікавим [11].

Тому в Telegram, як ніде, потрібні максимально теплі стосунки з аудиторією. Що вища довіра, то більше переглядів і дорожча реклама. Контент “на відвали” не пройде, бо ви одразу втратите репутацію. А ось

класні пости, постійне просування, робота з підписниками – це лояльна аудиторія і високий прибуток [14].

Визначення цільової аудиторії для вашого телеграм-каналу є важливим кроком у розробці стратегії контенту і просування.

Аналізуйте свій контент: Оцініть тип контенту, який ви публікуєте в своєму каналі. Визначте його тематику, стиль, формат і цінність для аудиторії. Розгляньте, яка група людей знайде ваш контент корисним і цікавим.

Визначте демографічні характеристики: Розгляньте вікову групу, стать, місце проживання, освіту, професійні інтереси і хобі вашої цільової аудиторії. Ці демографічні характеристики допоможуть вам краще зрозуміти, хто є ваша цільова аудиторія.

Використовуйте аналітику: Використовуйте аналітичні інструменти, що надаються телеграм-каналом, для вивчення даних про вашу аудиторію. Дивіться на розподіл відвідувачів за часом, країною, джерелом переходу тощо. Це дозволить вам отримати більше інформації про свою аудиторію.

Здійснюйте опитування: Звертайтеся до своїх підписників і проводьте опитування для збору додаткової інформації про їх потреби, інтереси та пріоритети. Це допоможе вам налаштувати контент під їхні вимоги.

Спостерігайте за конкурентами: Досліджуйте канали, які займаються схожою тематикою і мають схожу аудиторію. Вивчайте, яка цільова аудиторія вони мають і як вони просувають свій контент.

Створіть покупця-профіль (buyer persona): Описуйте вашу ідеальну цільову аудиторію в деталях, створюючи покупця-профіль. Включіть ім'я, вік, демографічні дані, інтереси, проблеми та мотивацію вашого ідеального підписника. Це допоможе вам краще розуміти свою цільову аудиторію і налаштувати контент під її потреби.

Збір інформації і визначення цільової аудиторії є процесом, який може зайняти час. Проте, чим більш точно ви зрозумієте свою цільову аудиторію, тим ефективнішим буде ваш контент і просування телеграм-каналу.



Існує маса методів визначення цільової аудиторії. Один з них — це сегментація за методом 5W. Особливість цього прийому полягає в детальній відповіді на кілька запитань: what, where, who, when, why.

What? (Що?): Що саме покупець збирається придбати?

Who? (Хто?): Хто ваш покупець? (Його основні характеристики — стать, вік, сімейний стан, рівень освіти, соціальний статус, професія, захоплення і таке інше);

When? (Коли?): Коли і як часто ваш клієнт здійснює або готовий здійснювати покупку?;

Where? (Де): де, як правило, ваш клієнт здійснює покупку? (Біля будинку, в великих торгових центрах, в інтернет-магазинах і таке інше);

Why? (Чому): в чому полягає мотив вибору того чи іншого товару вашим клієнтом? (Зовнішні характеристики, рівень ціни, престижність, унікальність товару та інше) [13].

Є ще один метод, який користується популярністю в країнах СНД. Це метод анкетування. Він за своїм змістом схожий з попереднім, але менш структурований. Він включає в себе безліч питань, найпоширеніші з них такі:

- Яка стать мого потенційного клієнта? (Цей пункт важливий, якщо ви випускаєте вузькоспеціалізовані товари. Наприклад, губну помаду або крем після гоління);

- Скільки йому років?

- Де він живе? (Країна, місто, район);

- Який у нього рівень освіти? (Закінчив школу, вуз, ще вчиться, регулярно отримує нові знання на тренінгах);

- Який у нього сімейний стан? (В активному пошуці, одружений, розлучений, вдівець);

- Який у нього рівень доходів? (Низький, середній, високий);

- Які у нього захоплення та хобі? (Альпінізм, дайвінг, малювання, екстремальне водіння і таке інше);

- Чи є проблеми, з якими він стикається, в ході або до придбання товару? (Відсутність грошей, натхнення і таке інше) [13].

Визначення цільової аудиторії є ключовим етапом у будь-якій маркетинговій стратегії і має наступні важливі висновки:

Розуміння цільової аудиторії дозволяє вам створити зміст, пропозиції та рекламу, які точно відповідають їхнім потребам і очікуванням. Це збільшує ефективність вашої комунікації і можливість досягти високих показників конверсії.

Зрозуміння потреб та проблем цільової аудиторії дозволяє встановити з ними ефективно спілкування. Ви зможете використовувати мову, яка розумна для них, і передавати повідомлення, які вони зможуть легко сприйняти.

Розуміння цільової аудиторії дозволяє вирішувати їхні проблеми та задовольняти їхні потреби. Ви зможете пропонувати рішення та послуги, які точно відповідають їхнім очікуванням, що призводить до більшої задоволеності клієнтів.

Визначення цільової аудиторії допомагає спрямувати рекламу на правильній аудиторії, що збільшує шанси на привернення нових клієнтів і збільшення продажів.

Розуміння цільової аудиторії допомагає зайняти особливу нішу на ринку і пропонувати унікальні рішення та послуги, які задовольняють потреби вашої аудиторії. Це дозволяє отримати конкурентну перевагу і залучати більше клієнтів.

Визначення цільової аудиторії допомагає зосередитися на потребах, інтересах і проблемах вашої аудиторії, що покращує ефективність ваших маркетингових зусиль і сприяє успіху вашого телеграм-каналу.

### **2.3. Методи просування та подальший розвиток каналу**

Існує кілька методів просування телеграм-каналу, які можуть допомогти залучити більше підписників і популяризувати канал. Ось декілька ефективних методів просування:

**Цільова аудиторія:** Визначити свою цільову аудиторію і створіть контент, який відповідає їхнім інтересам та потребам. Зрозумійте, які теми, стилі та формати привертають вашу цільову аудиторію і надайте їм цей контент.

**Якісний контент:** Створювати якісний та цікавий контент, який привертає увагу аудиторії. Розробляйте оригінальні та цінні публікації, що вирізняються від інших каналів. Забезпечуйте регулярність публікацій і взаємодійте зі своїми підписниками.

**Соціальні мережі:** Використовувати соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, для просування вашого телеграм-каналу. Розміщувати анонси своїх публікацій і посилання на ваш канал, щоб привернути увагу нової аудиторії.

**Крос-промоція:** Співпрацювати з іншими телеграм-каналами або спільнотами, які мають схожу цільову аудиторію. Запропонувати обмін рекламними повідомленнями або взаємну підтримку для повернення нових підписників.

**Контекстна реклама:** Використовувати контекстну рекламу на інших платформах, таких як Google AdWords або соціальні мережі, щоб залучити цільову аудиторію на ваш телеграм-канал.

**SEO-оптимізація:** Використовувати ключові слова, описи та теги, щоб підвищити видимість вашого каналу у пошукових системах. Це допоможе залучити нову аудиторію, яка шукає контент, пов'язаний з вашою тематикою.

**Підписні форми та кнопки:** Розмістити підписні форми та кнопки на своєму веб-сайті або блозі, щоб легко залучати відвідувачів до підписки на ваш телеграм-канал.

**Розсилки:** Запрошувати існуючих підписників до розсилки вашого телеграм-каналу, надсилаючи їм цікаві матеріали, анонси та ексклюзивний контент.

Взаємодія з аудиторією: Потрібно відповідати на коментарі та запити своїх підписників, важливо створити взаємодію та спілкуватися з ними. Це допоможе побудувати лояльність та активність аудиторії.

Аналітика та вдосконалення: Відстежувати статистику та аналізувати результати своїх просувальних зусиль. Визначайте ефективність різних методів і вдосконалюйте свою стратегію просування.

Ці методи допоможуть залучити більше підписників до телеграм-каналу і підвищити його популярність серед вашої цільової аудиторії. Важливо будувати свою стратегію просування на основі унікальності контенту та потреб аудиторії.

У телеграм вимоги до контенту високі, тому звичний Збас крути не працює. Але навіть хороший і унікальний текст, цікава подача і міркування на цікаві для користувачів питання — це далеко не все, що потрібно для телеграм-каналу. Визначте користь контенту для читачів. Якщо пости загального характеру і не допомагають вирішити проблеми підписників, — канал не стане популярним [15].

Наприклад, якщо користувачеві цікавий бодібілдинг, вправи і дієти, він підпишеться на телеграм-канал про це. Якщо каналів кілька, вони схожі, але їх контент унікальний — користувач стане читачем двох каналів. А ось якщо ви будете дублювати контент своїх конкурентів, навряд чи це когось зацікавить [15].

Для розвитку телеграм-каналу «Бойовий дух» 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 (Збас кру та публікації із запрошенням);

- взаємопіар з іншими телеграм-каналами та поширення закликів до підписки у великих телеграм-чатах.

## **Висновки до розділу 2**

Створення власного телеграм-каналу відбувається швидко і просто. Це дозволяє вам швидко почати публікувати свій контент та взаємодіяти з аудиторією.

Телеграм-канали надають можливість розповсюджувати контент широкому колу користувачів. Можна використовувати різні формати контенту, такі як текст, фото, відео та аудіо, щоб досягти своєї аудиторії.

Телеграм-канали забезпечують можливість взаємодії з аудиторією через коментарі, опитування та зворотній зв'язок. Це дозволяє будувати спільноту прихильників, залучати нових членів та отримувати цінні пропозиції та відгуки.

Телеграм-канали надають можливість заробляти гроші на своєму контенті через різні методи, такі як розміщення реклами, продаж власних товарів або послуг, спонсорські угоди тощо.

Повний контроль над своїм телеграм-каналом, включаючи вибір тематики, режиму публікацій, а також можливість модерувати коментарі та контент.

Створення власного телеграм-каналу відкриває широкі можливості для публікації інформації, взаємодії з аудиторією та монетизації контенту. Важливо ретельно продумати стратегію та контент каналу, щоб забезпечити його успішний розвиток та залучення аудиторії.

Ідентифікація цільової аудиторії допомагає вам краще розуміти її потреби, інтереси та проблеми. Це дає можливість налаштувати комунікацію, контент та послуги вашого каналу таким чином, щоб вони відповідали потребам аудиторії.

Спрямованість на цільову аудиторію допомагає привернути увагу та залучити людей, які мають інтерес до вашої тематики. Це створює більшу

вірогідність того, що вони будуть активно спілкуватися та взаємодіяти з вашим каналом.

## ВИСНОВКИ

Поєднання журналістики та телеграм-каналів відкриває нові можливості для поширення інформації та спілкування з аудиторією.

Телеграм-канали дозволяють журналістам швидко та легко розповсюджувати свої матеріали безпосередньо до аудиторії. Це дозволяє оперативно реагувати на актуальні події та швидко поширювати новини.

Телеграм-канали дають можливість журналістам експериментувати з різними форматами контенту, такими як відео, фото, аудіо, оповідання, анімація тощо. Це дозволяє створювати цікаві та нестандартні матеріали, які привертають увагу аудиторії.

Телеграм відомий своєю високою конфіденційністю та захищеністю даних. Він пропонує шифрування з кінця в кінець для повідомлень та файлів, а також можливість використовувати режим «секретних чатів» з 39ас крутить39ям повідомлень.

Телеграм пропонує широкий спектр функцій, таких як текстові повідомлення, відео- та голосові дзвінки, публікація контенту, створення групових чатів, організація голосових чатів тощо. Це робить його універсальною платформою для комунікації та спілкування.

Телеграм є однією з найпопулярніших месенджерських програм у світі, і має велику активну аудиторію. Це означає, що ви маєте доступ до широкої бази користувачів, з якими ви можете спілкуватися та ділитися контентом.

Телеграм надає користувачам багато можливостей налаштування своєї взаємодії з платформою. Ви можете налаштувати сповіщення, теми оформлення, звуки, розміщення кнопок і багато іншого, щоб зробити свій досвід користування комфортним і зручним.

Телеграм надає розширений доступ для розробників створювати свої додатки та боти на базі платформи. Це дозволяє розширити функціональність Телеграму та створити різноманітні інтерактивні сервіси для користувачів.

В цілому, Телеграм є потужною та різнобічною мережею, яка надає користувачам широкі можливості для комунікації, обміну інформацією та спілкування. Його конфіденційність, масштабність та гнучкість роблять його привабливим вибором для створення власного телеграм-каналу та залучення аудиторії.

Технічні характеристики та інструментарій телеграм є дуже важливими для успішного ведення телеграм-каналу. Завдяки цим інструментам можна стежити за ефективністю контенту, аналізувати поведінку аудиторії, взаємодіяти з нею та підтримувати активність на сторінці. Для ефективного використання цих інструментів важливо мати стратегію контенту та реклами, встановлювати цілі та аналізувати їх досягнення. Використання всіх можливостей телеграм дозволить не тільки просувати свій бренд, а й залучати нових підписників та збільшувати залучення до каналу.

Загальні висновки що до створення телеграм-каналу:

**Чітка мета:** Важливо мати чітку мету створення каналу. Це допоможе вам спрямувати зусилля на досягнення конкретних цілей і залучити відповідну аудиторію.

**Цільова аудиторія:** Визначити свою цільову аудиторію та створити контент, що відповідає її потребам та інтересам. Це забезпечить більшу частоту та взаємодію з аудиторією.

**Якісний контент:** Створювати якісний та цікавий контент, який привертає увагу і спонукає аудиторію до взаємодії. Використовувати різноманітні формати, такі як текст, фото, відео, аудіо, для більшої різноманітності.

**Взаємодія з аудиторією:** Бути активними і взаємодіяти зі своєю аудиторією. Відповідати на коментарі, запити та запитання. Створити спільноту, в якій люди відчуються зв'язаними та важливими.



Промоція і реклама: Використовувати різні методи промоції та реклами, щоб привернути нових підписників. Взаємодіяти з іншими каналами та спільнотами для спільного просування.

Аналітика та вдосконалення: Використовувати інструменти аналітики, щоб оцінити ефективність вашого каналу. Аналізуйте дані про 41ас крутить, взаємодію та інші метрики, і вдосконалюйте свою стратегію на основі цих даних.

Неупередженість і відкритість: Бути відкритим до зворотного зв'язку та готовим до вдосконалення. Приймати побажання та рекомендації від своєї аудиторії, і намагайтеся вдосконалювати свій канал на основі їхнього фідбеку.

Загально кажучи, успіх телеграм-каналу залежить від якості контенту, взаємодії з аудиторією та постійного вдосконалення стратегії.

Використання рекламних кампаній та інших інструментів просування дозволяє збільшити кількість підписників, залучити нову аудиторію та збільшити 41ас крутить поточної аудиторії. Аналіз результатів просування дозволяє визначити ті елементи просування, які найбільш ефективні та приносять найкращі результати. Таким чином, можна внести зміни в стратегію просування та покращити її ефективність у майбутньому.

Основними складовими успішного просування телеграм-каналу є якісний та цікавий контент, регулярне публікування, використання інструментів просування та рекламних кампаній, а також аналіз результатів та внесення необхідних змін у стратегію просування.

Отже, створення телеграм-каналу може бути ефективним інструментом для просування певної ідеї, товару або послуги. Для досягнення успіху в просуванні необхідно використовувати різноманітні інструменти та стратегії, а також проводити аналіз результатів просування та вносити корективи до стратегії, якщо це необхідно.

Основними критеріями створення телеграм-каналів є правильно визначена цільова аудиторія, якісний та цікавий зміст, взаємодія з аудиторією.

Регулярне оновлення каналу допоможе підтримувати інтерес підписників та залучати нову аудиторію. Також важливо підтримувати консистентність у стилі каналу.

Було створено контент для телеграм-каналу, який привертає увагу аудиторії та підвищує інтерес до української патріотичної пісні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар С. В.; Зимбалецька, Ю. В. Telegram-канал: новий маркетинговий тренд та інструмент для рекламної кампанії. In: Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу. Київський національний університет технологій та дизайну, 2020.
2. Васьківська О. Є. Особливості інформаційних каналів соціальних мереж під час російсько-української війни // Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства в сучасних умовах: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції – Полтава: ЦФЕНД, 2022. – Ч. 2. – С. 72-73.
3. Гуржій С. Сучасні загрозливі тенденції використання Telegram-каналів на шкоду державним інтересам. Інформація і право. 2021. № 4(39). С. 162–169.
4. Жугай В. Й. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст / В. Й. Жугай, Т. В. Кузнецова // Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. / В. Й. Жугай, Т. В. Кузнецова., 2021. – С. 121.
5. Онищук К. П. Створення телеграм-каналу «Пост2 культура». — Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності «Журналістика». — Національний авіаційний університет. — Київ, 2022. — 58с.
6. Тонкіх І. Ю. Види мультимедійного контенту у журналістських телеграм-каналах / Тонкіх І. Ю. // III ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі» / І. Ю. Тонкіх – Запоріжжя, Україна, 2021. – С. 140.
7. Чернявська Л. В. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа / Л. В. Чернявська, Н. О. Данилюк // Вчені записки

ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика / Л. В. Чернявська, Н. О. Данилюк., 2021. – С. 192.

8. Ющенко А. А. Розробка новинно-розважального телеграм-каналу «ВідіТРИ». — Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності «Журналістика». — Національний авіаційний університет. — Київ, 2022. — 51с.

### **Електронні джерела**

9. Как 44ас крутить телеграм-канал [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://lanet.click/ru/yak-rozkrutyty-telehram-kanal/>.

10. Сарафанне радіо як метод просування товарів та послуг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/sarafannoe-radio-kak-metod-prodvizheniya-tovarov-i-uslug.html>

11. Телеграм як ефективний та зручний інструмент просування вашого івенту [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kyivmaps.com/ua/blog/telegram-kak-effektivnyj-i-udobnyj-instrument-prodvizhenia-vasego-iventa>.

12. Що таке групи, супергрупи і канали в Telegram [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://tokar.ua/read/20122>

13. Як визначити цільову аудиторію [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>.

14. Як люди підписуються на telegram-канали і чому тут дуже важлива репутація? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://xn—90aamhd6acpq0s.xn—j1amh/teoriya/yak-lyudy-pidpysuyutsya-na-telegram-kanaly-i-chomu-tut-duzhe-vazhlyva-reputatsiya/>.

15. Як створити та просувати телеграм-канал для вашого бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ideadigital.agency/blog/telegram-kanal-dlya-vashogo-biznesu/>.

16. Як створити Телеграм канал: види каналів та покрокова інструкція [Електронний ресурс]. – 2023. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.slk.kh.ua/novini-kompanij/ak-stvoriti-telegram-kanal-vidi-kanaliv-ta-pokroкова-instrukcia.html>.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Приклад структури публікації



Kozak Siromaha

“Ну ж бо”

#сучаснівиконавці

Козак Сіромаха (справжнє ім'я — Олександр Люббоженко) — український співак етно стилю. Відомий колоритним народним стилем творчості і слідуванням козацьким традиціям. З березня, Козак Сіромаха із Дніпра презентував публіці новий трек “Ну ж бо”. Разом із піснею відбулась і прем'єра кліпу. Зараз він має майже півтора мільйони переглядів на You Tube, та більш як 42 тисячі вподобань. Ця пісня закликає захищати свою неньку від навали ворогів та у жодному разі не здаватися.

7 3 21 09:14

KOZAK SIROMAHA - Ну ж бо  
mp3ukr.com

5 2 22 09:16

Розроблено автором