

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ
Факультет культурології та соціальних комунікацій
Кафедра культурології та медіакомунікацій**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

**«Розвиток Telegram-каналів як альтернативного джерела інформації в
Україні в умовах воєнного стану (на прикладі Telegram-каналу
«Інфо_Пульс»)»**

Освітньо-професійна програма

Соціальна та культурна журналістика

галузь знань **06 Журналістика**
спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Плакса Катерина Олексіївна

Керівник: професор, доктор наук із
соціальних комунікацій, член Національної
спілки журналістів України
Маркова Вікторія Анатоліївна

Рецензент: кандидат соціологічних наук,
доцент кафедри прикладної соціології та
соціальних комунікацій Харківського
національного університету імені В.Н.
Каразіна, науковий співробітник Центру
дослідження соціальних змін Клайпедського
університету (Литва)
Субота Марина Миколаївна

Допущена до захисту на засіданні кафедри
журналістики « » _____ 2025 р.,
Протокол №

Харків 2025

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ
УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій

Кафедра культурології та медіакомунікацій

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

ТЕМА

**«Розвиток Telegram-каналів як альтернативного джерела інформації в
Україні в умовах воєнного стану (на прикладі Telegram-каналу
«Інфо_Пульс»)»**

Освітньо-професійна програма

Соціальна та культурна журналістика

галузь знань **06 Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Плакса Катерина Олексіївна

Керівник: Маркова Вікторія Анатоліївна

Рецензент: Субота Марина Миколаївна

Допущена до захисту на засіданні кафедри журналістики << >> _____ 2025 р.,

Протокол №

Харків 2025

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕСЕНДЖЕРУ TELEGRAM ЯК ОДНОГО ІЗ ПРОВІДНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ СУЧАСНОСТІ	8
1.1. Історії створення та сучасні тенденції у використанні Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації	8
1.2. Особливості Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа	14
1.3. Аналіз розвитку Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах	20
РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ПРОЄКТУ ВЛАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО TELEGRAM-КАНАЛУ ТА АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЇ НА АУДИТОРІЮ	26
2.1. Опис створення власного Telegram-каналу з новинною тематикою...	26
2.2. Оцінка впливу інформації на аудиторію та дослідження впливу інформації на неї	37
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність обраної теми. В умовах російсько-української війни інформаційний простір України зазнав суттєвих трансформацій. Обмеження у функціонуванні традиційних засобів масової інформації, нестабільність телевізійного та радіомовлення під час повітряних тривог, а також зростаюча потреба громадян в оперативній та достовірній інформації зумовили посилення ролі альтернативних джерел інформації. Серед них особливого значення набули Telegram-канали, які завдяки своїй доступності, оперативності та відносній незалежності від зовнішніх факторів стали важливим інструментом комунікації та джерелом новин для мільйонів українців.

Актуальність теми дослідження зумовлена значним зростанням ролі Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації в Україні в умовах воєнного стану. Ці канали забезпечують швидку передачу новин, оперативні оновлення та можливість для громадян отримувати інформацію безпосередньо від офіційних джерел, експертів або журналістів. Через обмеження традиційних ЗМІ та можливі ризики цензури Telegram-канали стають важливим засобом комунікації як на загальнодержавному, так і на регіональному та локальному рівнях.

Дослідження розвитку Telegram-каналів є актуальним для розуміння їхньої ролі в медіасередовищі України та впливу на громадську думку. В умовах інформаційної війни важливо аналізувати не лише контент та способи його поширення, а й особливості сприйняття різних форматів інформації аудиторією.

Огляд джерел. Стан наукової розробки теми характеризується зростаючим інтересом дослідників до функціонування соціальних мереж та месенджерів як альтернативних каналів комунікації. Проблематику розвитку нових медіа та їх впливу на інформаційний простір досліджували такі науковці, як С. Квіт, В. Іванов, О. Гресько, Г. Почепцов, М. Шиліна, В. Штромайер, Д. Мак-Квейл та

інші. Специфіку функціонування Telegram як інформаційної платформи вивчали О. Гарматін, Н. Стеблина, А. Палійчук, Л. Городенко, С. Даниленко, М. Кіца. Питання інформаційної безпеки та протидії дезінформації в соціальних мережах висвітлювали В. Горбулін, Є. Магда, М. Кондратова, Д. Дубов.

Водночас комплексні дослідження розвитку та функціонування Telegram-каналів саме в умовах воєнного стану в Україні є недостатніми, що підкреслює наукову новизну та практичну значущість цієї роботи.

Мета роботи — дослідити особливості розвитку та функціонування Telegram-каналів в Україні в період воєнного стану, оцінити їхній вплив на інформаційне поле та визначити ефективні стратегії ведення таких каналів на основі аналізу власного проєкту. Об'єктом роботи є процеси розвитку та функціонування Telegram-каналів як альтернативного джерела інформації в Україні в умовах воєнного стану. Предметом роботи є особливості створення та ведення інформаційного Telegram-каналу, специфіка підготовки контенту та взаємодії з аудиторією в умовах воєнного стану на прикладі власного проєкту «Інфо_Пульс» (https://t.me/info_polys).

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

1. Дослідити історію створення та сучасні тенденції у використанні Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації;
2. Визначити особливості Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа;
3. Здійснити аналіз розвитку Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах;
4. Створити власний Telegram-канал з новинною тематикою;
5. Оцінити, який формат інформації найбільш цікавий аудиторії та дослідити вплив інформації на аудиторію.

Потенційна аудиторія проєкту «Інфо_Пульс» охоплює широке коло користувачів, які потребують швидкого доступу до оперативної, достовірної та актуальної інформації в умовах воєнного стану. Насамперед, це громадяни України, які шукають перевірену інформацію про поточні події, повітряні тривоги, загрози безпеці, гуманітарну ситуацію, дії органів влади тощо; молодь та активні користувачі соціальних мереж, які віддають перевагу мобільному споживанню новин через месенджери, зокрема Telegram; журналісти, блогери та контент-креатори, зацікавлені у моніторингу інформаційного простору, вивченні нових форматів комунікації та тенденцій в інформаційних потребах суспільства тощо.

Структура проєкту. У практичній частині створено канал, розроблено концепцію, принципи роботи, структуру рубрик і проаналізовано зростання підписників та рівень довіри до контенту. Здійснено оцінку ефективності форматів подачі інформації та виявлено вікові й гендерні особливості сприйняття. Telegram-канали виконують не лише інформаційну, а й психологічну функцію, сприяючи відчуттю спільності. Запропоновано модель ефективної комунікації в умовах воєнного стану та практичні рекомендації щодо подальшого розвитку таких каналів. Досвід створення «Інфо_Пульс» підтвердив дієвість теоретичних положень і виявив перспективи для подальших досліджень у сфері верифікації, психологічного впливу інформації та трансформації медіаспоживання.

Практична значущість проєкту полягає у створенні ефективної моделі ведення інформаційного Telegram-каналу в умовах воєнного стану, що поєднує оперативність, достовірність та адаптивність контенту до потреб цільової аудиторії. Проєкт «Інфо_Пульс» демонструє, як за допомогою цифрових інструментів можна забезпечити швидке інформування населення, підвищити рівень медіаграмотності, протидіяти дезінформації та забезпечити психологічну підтримку в кризових ситуаціях. Розроблені підходи та структура каналу можуть

бути використані журналістами, громадськими організаціями, органами влади та ініціативними групами для ефективної комунікації з аудиторією в умовах інформаційної нестабільності.

Матеріалом дослідження слугували як теоретичні джерела з проблематики нових медіа та соціальних комунікацій, так і практичні дані, отримані в результаті створення та ведення власного Telegram-каналу «Інфо_Пульс» (https://t.me/info_polys), а також аналізу популярних українських Telegram-каналів інформаційного спрямування.

Етапи робота над проєктом. Робота над проєктом відбувалася у кілька послідовних етапів: на першому етапі було визначено мету, завдання та цільову аудиторію Telegram-каналу, проведено аналіз ринку інформаційних ресурсів та вивчено особливості функціонування каналів у період воєнного стану; на другому етапі розроблено концепцію каналу «Інфо_Пульс», структуру рубрик, стилістику публікацій, графік виходу контенту та систему модерації; на третьому етапі здійснено технічне створення каналу, його оформлення, публікацію стартових матеріалів та запуск інформаційного наповнення; на завершальному етапі було проведено моніторинг показників залученості, зібрано зворотний зв'язок від аудиторії, проаналізовано ефективність обраних форматів і сформульовано рекомендації для подальшого розвитку.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕСЕНДЖЕРУ TELEGRAM ЯК ОДНОГО ІЗ ПРОВІДНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ СУЧАСНОСТІ

1.1. Історії створення та сучасні тенденції у використанні Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації

Месенджер Telegram з'явився на ринку цифрових комунікацій у 2013 році і був створений братами Павлом та Миколою Дуровими, відомими як засновники соціальної мережі ВКонтакте [36]. Від самого початку Telegram позиціонувався як захищений месенджер з особливим акцентом на конфіденційність і безпеку даних користувачів, що відрізняло його від більшості конкурентів на той час. Варто зазначити, що ідея створення месенджера виникла після того, як Павло Дуров зіткнувся з тиском з боку російських регуляторних органів щодо надання доступу до даних користувачів ВКонтакте [18]. Цей досвід посилив його переконання у необхідності створення платформи, яка б захищала право користувачів на приватність.

Початково Telegram функціонував виключно як месенджер для обміну особистими повідомленнями між користувачами, пропонуючи шифрування та самознищення повідомлень. Проте вже у 2015 році розробники представили функцію каналів, яка кардинально змінила природу та можливості платформи [43]. Telegram-канали стали унікальним форматом одностороннього мовлення, де автор або група авторів могли ділитися контентом з необмеженою аудиторією без можливості публічного коментування з боку підписників. Ця особливість перетворила Telegram з простого месенджера на потужну медіаплатформу, що поєднує риси як соціальних мереж, так і традиційних медіа.

Варто наголосити, що запуск каналів відбувся в період, коли на ринку вже домінували такі гіганти як Facebook, Twitter та Instagram. Проте, на відміну від

цих платформ, Telegram запропонував альтернативну модель поширення інформації, де головним критерієм популярності був не алгоритм, а якість контенту [10]. Канали не підлягали алгоритмічній фільтрації контенту, що значно сприяло органічному поширенню інформації та давало можливість новим авторам швидко нарощувати аудиторію.

Розвиток Telegram-каналів умовно можна поділити на кілька етапів, які відображають еволюцію їх ролі в інформаційному просторі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1 Етапи розвитку Telegram-каналів як інформаційної платформи

Період	Етап	Ключові характеристики
2015-2016 рр.	Становлення	Поява перших інформаційних каналів, переважно технологічної та розважальної тематики
2017-2019 рр.	Комерціалізація	Формування рекламного ринку, поява аналітичних сервісів, монетизація контенту
2020-2022 рр.	Медіатизація	Активне використання каналів традиційними ЗМІ, політичними силами, офіційними структурами
2022-2025 рр.	Інституціоналізація	Визнання каналів як офіційних джерел інформації, правове регулювання, інтеграція в медіаекосистему

Джерело: розроблено автором на основі [7], [20], [36]

Початковий етап становлення Telegram-каналів (2015-2016 рр.) характеризувався появою переважно технологічних, розважальних та освітніх каналів. Засновниками перших каналів були здебільшого технологічні ентузіасти, блогери та представники ІТ-спільноти, які оцінили переваги нового формату для поширення інформації [31]. У цей період канали не розглядалися як серйозні конкуренти традиційним медіа, а скоріше як додатковий канал комунікації для вузької аудиторії.

Етап комерціалізації (2017-2019 рр.) відзначився стрімким зростанням аудиторії каналів та формуванням рекламного ринку. З'явилися спеціалізовані сервіси аналітики (наприклад, TGStat), біржі реклами та рейтинги каналів [44]. Телеграм-канали почали розглядатися як повноцінний бізнес з власними моделями монетизації, що призвело до професіоналізації контенту та

диверсифікації тематик. У цей період з'явилися перші анонімні канали політичної тематики, які часто використовувалися для просування певних політичних наративів без розкриття джерел інформації [19].

Етап медіатизації (2020-2022 рр.) пов'язаний з пандемією COVID-19, коли потреба в оперативній інформації зростає, а також із загостренням геополітичної ситуації у різних регіонах світу. Традиційні ЗМІ активно інтегрували Telegram-канали у свої медіастратегії, а державні структури створювали офіційні канали для комунікації з громадянами [8]. Особливо помітною стала роль Telegram-каналів під час політичних протестів у Білорусі 2020 року та на початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року [25].

Сучасний етап інституціоналізації (2022-2025 рр.) характеризується визнанням Telegram-каналів як повноцінних учасників медіапростору на рівні з традиційними ЗМІ. Відбувається формування правового регулювання діяльності каналів, професіоналізація контентної політики та інтеграція у ширшу медіаекосистему [17]. В умовах воєнного стану в Україні Telegram-канали набули статусу критично важливих джерел інформації, що забезпечують оперативне інформування населення та комунікацію офіційних структур із громадянами [4].

Аналізуючи сучасні тенденції у використанні Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації, можна виділити кілька ключових напрямів їх розвитку.

Перш за все, спостерігається інтеграція Telegram-каналів з іншими платформами та форматами. Багато медіаструктур використовують крос-платформний підхід, поєднуючи канали з традиційними веб-сайтами, подкастами, YouTube-каналами та іншими соціальними мережами [32]. Таке поєднання дозволяє охоплювати різні аудиторії та максимально використовувати переваги кожної платформи.

Другою важливою тенденцією є професіоналізація контенту та диверсифікація форматів. Якщо спочатку Telegram-канали обмежувалися

переважно текстовими повідомленнями, то тепер вони активно використовують візуальний контент, аудіоповідомлення, опитування, тести та інші інтерактивні формати [30]. Крім того, з'явилися спеціалізовані канали, орієнтовані на вузькі професійні спільноти, такі як юристи, медики, військові, освітяни тощо.

Третьою тенденцією є посилення ролі Telegram-каналів у кризових ситуаціях. Досвід пандемії COVID-19 та російсько-української війни показав, що в умовах надзвичайних ситуацій канали стають критично важливими джерелами інформації завдяки своїй оперативності, доступності та відносній стійкості до цензури [24]. Особливого значення набуває роль офіційних каналів державних структур та служб цивільного захисту, які використовують Telegram для екстреного інформування населення.

Важливою тенденцією є також зростання значимості регіональних та локальних каналів. На противагу загальнонаціональним каналам з мільйонною аудиторією, все більшої популярності набувають канали, орієнтовані на конкретні міста, райони чи навіть мікрорайони [14]. Такі канали відповідають запиту аудиторії на гіперлокальні новини та практичну інформацію, яка безпосередньо стосується їхнього повсякденного життя.

Водночас, спостерігається посилення інформаційної безпеки та боротьби з дезінформацією. Розробники Telegram впроваджують нові функції, спрямовані на підвищення прозорості каналів та захист користувачів від маніпуляцій. З'являються спеціалізовані канали, які займаються фактчекінгом та спростуванням фейків [16]. Державні структури та медіаорганізації розробляють рекомендації щодо критичного споживання інформації з Telegram-каналів.

Узагальнюючи сучасні тенденції використання Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації, можна визначити ключові чинники їх популярності (табл. 1.2).

Таблиця 1.2 Чинники популярності Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації

Чинник	Опис
Технологічний	Зручність інтерфейсу, швидкість роботи, низькі вимоги до інтернет-з'єднання, крос-платформність
Соціально-політичний	Відносна стійкість до цензури, можливість анонімного ведення каналу, відсутність алгоритмічної фільтрації
Економічний	Прості та доступні моделі монетизації, низький поріг входу для створення власного каналу
Психологічний	Ефект присутності та приналежності до спільноти, можливість отримувати інформацію «з перших рук»
Інформаційний	Оперативність, лаконічність, персоналізований підхід до подачі інформації

Джерело: розроблено автором на основі [20], [25], [31]

Технологічні чинники включають зручність інтерфейсу, швидкість роботи, низькі вимоги до інтернет-з'єднання та здатність функціонувати на різних пристроях. Telegram оптимізований для мобільного використання, що особливо важливо в умовах, коли більшість користувачів отримують інформацію через смартфони [43].

Соціально-політичні чинники пов'язані з відносною стійкістю Telegram до цензури, можливістю анонімного ведення каналу та відсутністю алгоритмічної фільтрації контенту. Ці особливості роблять платформу привабливою для незалежних журналістів, громадських активістів та користувачів, які живуть в країнах з обмеженнями свободи слова [29].

Економічні чинники включають простоту та доступність монетизації контенту, низький поріг входу для створення власного каналу та можливість залучення цільової аудиторії без значних фінансових вкладень [7]. Telegram-канали стали ефективним інструментом для мікропідприємництва у сфері виробництва та поширення контенту.

Психологічні чинники пов'язані з ефектом присутності та приналежності до певної спільноти, можливістю отримувати інформацію «з перших рук» та відчуттям залученості до важливих подій [22]. Формат повідомлень у Telegram створює враження особистого спілкування, що сприяє формуванню довіри до авторів каналів.

Інформаційні чинники включають оперативність подачі інформації, лаконічність формату повідомлень та персоналізований підхід до висвітлення новин [13]. Telegram-канали дозволяють користувачам швидко отримувати актуальну інформацію без необхідності переходити на зовнішні ресурси, що суттєво економить час.

Важливо зазначити, що популярність Telegram-каналів також пов'язана з кризою довіри до традиційних медіа, яка спостерігається в багатьох країнах світу. За даними дослідження Reuters Institute, рівень довіри до традиційних ЗМІ у світі знижується, тоді як довіра до альтернативних джерел інформації зростає [41]. Telegram-канали часто сприймаються аудиторією як більш незалежні та менш заангажовані, ніж традиційні медіа, особливо в країнах з високим рівнем концентрації медіавласності.

Варто зауважити, що розвиток Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації супроводжується також певними викликами та ризиками. До основних можна віднести проблеми верифікації інформації, поширення дезінформації, радикалізацію контенту та питання прозорості джерел фінансування [45]. Проте, незважаючи на ці виклики, Telegram-канали продовжують зміцнювати свої позиції в медіапросторі та відіграють все більшу роль у формуванні інформаційного поля.

Отже, історія розвитку Telegram-каналів демонструє їх еволюцію від додаткового формату комунікації для вузької аудиторії до впливових медіаплатформ, які конкурують з традиційними ЗМІ. Сучасні тенденції свідчать про подальшу професіоналізацію та інституціоналізацію каналів, а також їх інтеграцію у ширшу медіаекосистему. В умовах воєнного стану в Україні Telegram-канали стали критично важливими джерелами інформації, які забезпечують оперативне інформування населення та комунікацію офіційних структур із громадянами.

1.2. Особливості Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа

Telegram-канали як феномен сучасної медіасфери характеризуються низкою унікальних особливостей, що відрізняють їх від традиційних засобів масової інформації та інших соціальних платформ. Саме ці особливості визначають їх зростаючу популярність та вплив на інформаційний простір. Для системного аналізу особливостей Telegram-каналів доцільно розглянути їх у кількох ключових аспектах: технологічному, комунікаційному, контентному та соціальному.

У технологічному аспекті Telegram-канали вирізняються такими особливостями, як швидкість поширення інформації, крос-платформність, стійкість до цензури та доступність в умовах обмеженого інтернет-з'єднання [8]. Технічна архітектура Telegram забезпечує майже миттєву доставку повідомлень, що особливо важливо для оперативного інформування в кризових ситуаціях. На відміну від більшості соціальних мереж, Telegram менш вимогливий до якості інтернет-з'єднання, що робить його доступним навіть у регіонах з обмеженим покриттям або під час надзвичайних ситуацій, коли інфраструктура може бути пошкоджена [43].

Крім того, розподілена серверна інфраструктура та використання шифрування забезпечують відносну стійкість платформи до блокувань та цензури. Досвід спроб блокування Telegram у різних країнах, зокрема в Росії у 2018-2020 роках, продемонстрував високу адаптивність платформи, яка змогла зберегти доступність для користувачів навіть в умовах технічних обмежень [36]. Ця особливість набуває особливого значення в контексті інформаційної війни та спроб контролю інформаційного простору.

У комунікаційному аспекті Telegram-канали представляють собою унікальну модель одностороннього мовлення з елементами зворотного зв'язку [9]. На відміну від традиційних соціальних мереж, де комунікація часто має

багатосторонній характер, Telegram-канали передбачають односторонню трансляцію контенту від автора до аудиторії. Проте, на відміну від традиційних ЗМІ, вони надають можливості для зворотного зв'язку через приватні повідомлення, чати, опитування та реакції на дописи.

Така модель комунікації сприяє формуванню специфічних відносин між авторами каналів та їхньою аудиторією, що характеризуються поєднанням елементів масової та міжособистісної комунікації [27]. З одного боку, автори каналів звертаються до масової аудиторії, але з іншого — використовують персоналізований стиль спілкування, створюючи ефект прямого діалогу з кожним читачем. Це сприяє формуванню лояльної аудиторії та підвищенню довіри до інформації, що поширюється через канали.

Важливою особливістю Telegram-каналів є відсутність алгоритмічної фільтрації контенту, яка притаманна більшості соціальних мереж [12]. Користувачі отримують всі повідомлення каналів, на які вони підписані, у хронологічному порядку, без додаткової фільтрації або ранжування. Це забезпечує прозорість та передбачуваність інформаційного потоку, а також зменшує вплив так званих «інформаційних бульбашок», коли користувачі отримують лише контент, що відповідає їхнім уподобанням.

У контентному аспекті Telegram-канали характеризуються специфічним форматом подачі інформації, що відрізняє їх від інших медіаплатформ [20]. Основними особливостями контенту є:

1. Лаконічність та стислість повідомлень. Формат Telegram сприяє конденсації інформації та фокусуванню на ключових аспектах подій.
2. Поєднання текстового, візуального та аудіовізуального контенту. Сучасні канали активно використовують різні формати для передачі інформації.
3. Мультимедійність та інтерактивність. Telegram надає можливості для розміщення різноманітного контенту, включаючи фото, відео, аудіо, файли, опитування тощо.

4. Оперативність та регулярність оновлень. Багато каналів працюють у режимі «інформаційної стрічки», забезпечуючи постійне оновлення інформації.

5. Персоналізований стиль комунікації. Більшість каналів використовують прямі звернення до аудиторії та стиль, наближений до розмовного.

Аналіз контентної політики популярних Telegram-каналів в Україні дозволяє виділити кілька основних контентних стратегій, які представлені в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 Основні контентні стратегії Telegram-каналів

Стратегія	Характеристика	Приклади застосування
Новинна	Оперативне висвітлення актуальних подій з акцентом на ексклюзивність та швидкість	Інформаційні канали, офіційні канали державних структур
Аналітична	Глибокий аналіз подій, тенденцій, явищ з акцентом на експертизу та аргументацію	Канали аналітичних центрів, експертні канали
Освітня	Поширення корисної інформації, знань, порад, інструкцій	Канали освітнього спрямування, канали з корисними порадами
Розважальна	Створення легкого, емоційного, розважального контенту	Гумористичні канали, канали з мемами, розважальні агрегатори
Змішана	Поєднання різних типів контенту для забезпечення різноманітності	Універсальні канали, канали ЗМІ

Джерело: розроблено автором на основі [11], [20], [25]

Новинна стратегія є найбільш поширеною серед інформаційних каналів та офіційних каналів державних структур. Вона передбачає оперативне висвітлення актуальних подій з акцентом на ексклюзивність та швидкість подачі інформації. Канали, що використовують цю стратегію, часто працюють у режимі 24/7, забезпечуючи постійне оновлення інформації [7]. Ключовими особливостями є лаконічність повідомлень, акцент на факти, використання офіційних джерел та оперативність реагування на події.

Аналітична стратегія характерна для каналів експертного спрямування та аналітичних центрів. Вона передбачає глибокий аналіз подій, тенденцій, явищ з акцентом на експертизу та аргументацію [13]. Повідомлення часто мають більший обсяг, містять посилання на джерела, статистичні дані, графіки, а також

авторські оцінки та прогнози. Частота оновлень таких каналів зазвичай є нижчою, але якість контенту та глибина аналізу компенсують це.

Освітня стратегія фокусується на поширенні корисної інформації, знань, порад та інструкцій для аудиторії [9]. Такі канали часто спеціалізуються на певній тематиці (фінанси, здоров'я, безпека тощо) та пропонують практичні рекомендації, які читачі можуть застосувати у повсякденному житті. Контент структурований, часто використовуються візуальні елементи для кращого сприйняття інформації.

Розважальна стратегія спрямована на створення легкого, емоційного контенту, який викликає позитивні емоції у аудиторії [11]. Такі канали часто використовують гумор, меми, цікаві факти, історії з життя, щоб розважити аудиторію та відволікти її від негативних новин. В умовах стресових ситуацій, таких як пандемія чи війна, розважальний контент виконує важливу психотерапевтичну функцію.

Змішана стратегія передбачає поєднання різних типів контенту для забезпечення різноманітності та утримання інтересу аудиторії [20]. Це найбільш універсальний підхід, який дозволяє адаптуватися до змін у інформаційному полі та інтересах аудиторії. Канали, що використовують цю стратегію, часто поєднують новини, аналітику, освітній та розважальний контент у різних пропорціях.

У соціальному аспекті Telegram-канали відіграють важливу роль у формуванні спільнот та впливі на громадську думку [5]. Вони створюють специфічне інформаційне середовище, яке характеризується поєднанням масовості та персоналізованості комунікації. Кожен канал формує навколо себе спільноту однодумців, об'єднаних спільними інтересами, цінностями або поглядами.

Особливістю Telegram як соціальної платформи є висока концентрація інформаційних авторитетів — лідерів думок, експертів, публічних осіб, які мають

значний вплив на формування поглядів аудиторії [12]. На відміну від традиційних ЗМІ, де комунікація опосередкована редакційною політикою, Telegram-канали забезпечують пряму комунікацію між авторами та аудиторією, що сприяє формуванню довіри та лояльності.

Важливо зазначити, що в умовах інформаційної війни та кризових ситуацій Telegram-канали стають інструментами інформаційної мобілізації та координації дій [23]. Вони здатні швидко поширювати не лише інформацію, а й заклики до дій, інструкції, координати допомоги тощо. Цей потенціал може використовуватися як для конструктивних цілей (наприклад, волонтерської допомоги, евакуації, інформування про небезпеку), так і для деструктивних (поширення паніки, дезінформації, координації протизаконних дій).

Узагальнюючи технологічні, комунікаційні, контентні та соціальні особливості Telegram-каналів, можна визначити їх ключові переваги та недоліки як інструментів медіа (табл. 1.4).

Таблиця 1.4 Переваги та недоліки Telegram-каналів як інструментів медіа

Переваги	Недоліки
Оперативність та швидкість поширення інформації	Складність верифікації джерел та достовірності інформації
Стійкість до цензури та блокувань	Ризики поширення дезінформації та маніпуляцій
Низькі вимоги до інтернет-з'єднання	Відсутність редакційного контролю та стандартів
Відсутність алгоритмічної фільтрації контенту	Можливість використання для поширення незаконного контенту
Персоналізований формат комунікації	Проблеми з ідентифікацією авторів та прозорістю
Мультиформатність та інтерактивність	Фрагментарність та поверховість інформації
Низький поріг входу для створення каналу	Висока конкуренція та інформаційний шум

Джерело: розроблено автором на основі [6], [19], [31]

До основних переваг Telegram-каналів як інструментів медіа можна віднести оперативність та швидкість поширення інформації, стійкість до цензури

та блокувань, низькі вимоги до інтернет-з'єднання, відсутність алгоритмічної фільтрації контенту, персоналізований формат комунікації, мультиформатність та інтерактивність, а також низький поріг входу для створення власного каналу [12].

Водночас, Telegram-канали мають низку недоліків, які впливають на їх функціонування як медіаінструментів. До них належать складність верифікації джерел та достовірності інформації, ризики поширення дезінформації та маніпуляцій, відсутність редакційного контролю та професійних стандартів, можливість використання для поширення незаконного контенту, проблеми з ідентифікацією авторів та прозорістю, фрагментарність та поверховість інформації, а також висока конкуренція та інформаційний шум [28].

Особливо важливою є проблема верифікації інформації. На відміну від традиційних ЗМІ, де працюють механізми редакційного контролю та перевірки фактів, Telegram-канали часто функціонують без таких механізмів [21]. Це створює ризики поширення неперевіреної або свідомо спотвореної інформації, особливо в умовах інформаційної війни. Як зазначає Є. Магда, «місенджери та соціальні мережі стають ключовими полями інформаційного протистояння, де достовірна інформація змагається з дезінформацією за увагу аудиторії» [19].

Для мінімізації цих ризиків експерти рекомендують розвивати медіаграмотність аудиторії, створювати спеціалізовані канали для фактчекінгу, впроваджувати механізми верифікації офіційних каналів та розробляти етичні стандарти для авторів каналів [45]. Важливу роль у цьому процесі відіграють медіаорганізації, освітні установи та державні структури, які можуть сприяти підвищенню якості інформаційного середовища.

Варто зазначити, що особливості Telegram-каналів як інструментів медіа проявляються по-різному залежно від контексту їх використання. В умовах воєнного стану ці особливості набувають специфічного значення та впливу. Оперативність та стійкість до цензури стають критично важливими перевагами,

які забезпечують доступ громадян до інформації навіть в умовах нестабільної роботи традиційних медіа. Водночас, ризики дезінформації та маніпуляцій також зростають, що вимагає додаткових зусиль для забезпечення інформаційної безпеки.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що Telegram-канали як новітні інструменти медіа характеризуються унікальним поєднанням технологічних, комунікаційних, контентних та соціальних особливостей, які визначають їх зростаючу роль в інформаційному просторі. Вони займають специфічну нішу між традиційними ЗМІ та соціальними мережами, поєднуючи риси обох типів медіа та пропонуючи новий формат комунікації з аудиторією. В умовах воєнного стану ці особливості набувають особливого значення, визначаючи потенціал Telegram-каналів як інструментів оперативного інформування, координації дій та формування громадської думки.

1.3. Аналіз розвитку Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах

Розвиток Telegram-каналів в Україні має свою специфіку, яка визначається як глобальними тенденціями в сфері медіа, так і унікальними національними факторами, зокрема, воєнним станом, що триває з 24 лютого 2022 року [4]. Для комплексного аналізу цього явища необхідно розглянути динаміку зростання аудиторії Telegram в Україні, особливості сегментації Telegram-каналів за тематикою, специфіку їх функціонування в умовах воєнного стану, а також правові та етичні аспекти їх діяльності.

Динаміка зростання аудиторії Telegram в Україні демонструє стабільне збільшення кількості користувачів протягом останніх років. Якщо до 2019 року Telegram був відносно нішевим месенджером, який використовувався переважно представниками ІТ-спільноти, журналістами та активістами, то з 2019 року почалося масове зростання його популярності [16]. Особливо різке збільшення

аудиторії відбулося з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року, коли Telegram став одним з основних каналів отримання оперативної інформації для мільйонів українців.

За даними аналітичної служби TGStat, кількість українських користувачів Telegram збільшилася з приблизно 6 мільйонів у січні 2022 року до понад 15 мільйонів у квітні 2025 року [44]. Такий стрімкий ріст пояснюється кількома факторами: необхідністю оперативного отримання інформації в умовах війни, нестабільною роботою традиційних медіа під час повітряних тривог та відключень електроенергії, а також розвитком офіційних Telegram-каналів державних структур, які стали важливими джерелами інформації для населення.

Сегментація Telegram-каналів в українському інформаційному просторі відображає різноманітність інформаційних потреб аудиторії. Аналіз популярних Telegram-каналів дозволяє виділити кілька основних тематичних категорій:

1. Офіційні канали державних структур (Офіс Президента України, Міністерство оборони, Державна служба з надзвичайних ситуацій, обласні та міські адміністрації тощо). Ці канали забезпечують офіційну комунікацію влади з громадянами та поширюють перевірену інформацію.

2. Інформаційно-новинні канали, які спеціалізуються на оперативному висвітленні подій в Україні та світі. Вони можуть бути як представництвами традиційних ЗМІ, так і незалежними проектами.

3. Військово-аналітичні канали, які фокусуються на висвітленні та аналізі бойових дій, військової стратегії та тактики, а також поширенні інформації про безпеку цивільного населення в зоні бойових дій.

4. Регіональні та локальні канали, які фокусуються на подіях у конкретних регіонах, містах, районах чи навіть мікрорайонах. Вони надають практичну інформацію про ситуацію на місцях, працюючі сервіси, евакуацію тощо.

5. Волонтерські та гуманітарні канали, які координують допомогу постраждалим від війни, збір коштів, евакуацію, пошук зниклих без вісти тощо.

6. Освітні та просвітницькі канали, які поширюють корисну інформацію, навчальні матеріали, поради щодо безпеки, психологічної підтримки, адаптації до нових умов життя.

7. Розважальні канали, які створюють контент для відволікання від негативних новин, підняття морального духу та психологічного розвантаження аудиторії.

8. Спеціалізовані професійні канали для окремих спільнот (медики, юристи, освітяни, IT-фахівці тощо), які обмінюються професійною інформацією та досвідом в умовах воєнного стану.

Варто зазначити, що в умовах війни відбулася суттєва трансформація контентної політики багатьох каналів. Навіть ті канали, які раніше позиціонували себе як розважальні або нішеві, почали активно висвітлювати події війни, поширювати важливу інформацію для безпеки громадян та підтримувати патріотичні наративи [31]. Це свідчить про високу адаптивність Telegram-каналів до змін в інформаційному середовищі та їх здатність оперативно реагувати на нові інформаційні потреби аудиторії.

Специфіка функціонування Telegram-каналів в умовах воєнного стану в Україні визначається кількома ключовими факторами.

По-перше, відбулося суттєве підвищення ролі офіційних каналів державних структур. З початком повномасштабного вторгнення практично всі державні інституції від національного до місцевого рівня створили та активно розвивають свої Telegram-канали [3]. Це дозволяє забезпечити оперативне інформування населення про ситуацію в країні, евакуаційні заходи, повітряні тривоги, гуманітарні коридори та інші важливі питання.

По-друге, спостерігається підвищення вимог до достовірності інформації та посилення боротьби з дезінформацією. В умовах інформаційної війни

поширення фейків та маніпулятивної інформації може мати серйозні наслідки для національної безпеки та безпеки громадян [23]. Тому в українському сегменті Telegram активно розвиваються канали, які займаються фактчекінгом та спростуванням фейків, а аудиторія стала більш критично ставитися до інформації з непідтверджених джерел.

По-третє, суттєво зросла роль регіональних та локальних каналів. В умовах, коли ситуація може суттєво відрізнятись не лише між регіонами, а й між окремими населеними пунктами, потреба в гіперлокальній інформації стала особливо актуальною [9]. Регіональні канали часто стають першоджерелами інформації про події на місцях, які потім використовують національні медіа.

По-четверте, відбулася консолідація україномовного контенту. Якщо до повномасштабного вторгнення значна частина популярних українських Telegram-каналів вела комунікацію російською мовою, то з початком війни спостерігається тенденція до переходу на українську мову або двомовну комунікацію [15]. Це відображає загальну тенденцію до посилення ролі української мови в інформаційному просторі країни.

По-п'яте, активізувалася взаємодія між різними типами медіа та інформаційних платформ. Telegram-канали активно інтегруються в ширшу медіаекосистему, взаємодіючи з веб-сайтами, телебаченням, радіо, а також іншими соціальними платформами [8]. Це дозволяє забезпечити максимальне поширення важливої інформації та досягти різних аудиторій.

Правові та етичні аспекти діяльності Telegram-каналів в Україні залишаються сферою активних дискусій. З одного боку, свобода слова та плюралізм думок є фундаментальними цінностями демократичного суспільства, які особливо важливо зберігати в умовах війни [2]. З іншого боку, питання національної безпеки, захисту персональних даних, протидії дезінформації та мові ворожнечі також набувають критичного значення.

В умовах воєнного стану в Україні діють певні обмеження щодо поширення інформації, які стосуються і Telegram-каналів [1]. Зокрема, заборонено поширювати інформацію про переміщення, розташування та чисельність Збройних Сил України та інших військових формувань, розголошувати дані про наслідки ворожих обстрілів до офіційного підтвердження, поширювати персональні дані військовослужбовців та цивільних осіб без їхньої згоди, а також пропагувати ворожі наративи.

Для регулювання діяльності Telegram-каналів в Україні використовуються як законодавчі механізми, так і саморегуляція медіасередовища [2]. Важливу роль у цьому процесі відіграють громадські організації, медіаексперти та сама спільнота користувачів, які формують певні етичні стандарти та практики.

Аналізуючи розвиток Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах, можна виділити кілька ключових тенденцій, які визначатимуть їх подальшу еволюцію.

По-перше, спостерігається посилення професіоналізації контенту та менеджменту каналів. Якщо раніше багато каналів створювалися та велися аматорами, то тепер все більше каналів функціонують як повноцінні медіапроекти з професійними командами, редакційною політикою, стратегією розвитку та монетизації [14]. Це сприяє підвищенню якості контенту та формуванню більш стабільного медіасередовища.

По-друге, відбувається диверсифікація форматів контенту та способів взаємодії з аудиторією. Крім традиційних текстових повідомлень, канали активно використовують відео, аудіо, інфографіку, інтерактивні опитування, тести, а також можливості інтеграції з ботами, чатами та іншими функціями Telegram [30]. Це дозволяє створювати більш різноманітний та привабливий для аудиторії контент.

По-третє, формуються нові моделі монетизації та забезпечення сталого розвитку каналів. Крім традиційної реклами, використовуються такі механізми як платний доступ до преміум-контенту, добровільні пожертви від читачів,

інтеграція з іншими бізнес-проектами авторів, співпраця з брендами та організаціями [7]. Це дозволяє каналам забезпечувати своє функціонування та розвиток, незалежно від традиційних рекламних моделей.

По-четверте, зростає значимість Telegram-каналів як інструментів громадянської журналістики та активізму. В умовах, коли традиційні медіа не завжди можуть оперативно висвітлювати всі важливі події, особливо на локальному рівні, громадяни використовують Telegram для поширення інформації, координації дій, привернення уваги до проблем та ініціювання змін [32]. Це сприяє розвитку громадянського суспільства та посиленню громадського контролю.

По-п'яте, відбувається інтеграція Telegram-каналів з іншими цифровими платформами та сервісами. Канали активно взаємодіють з веб-сайтами, блогами, подкастами, YouTube-каналами, іншими соціальними мережами, створюючи цілісні медіаекосистеми [13]. Це дозволяє максимально використовувати можливості різних платформ та охоплювати різні аудиторії.

Важливо зазначити, що розвиток Telegram-каналів в Україні відбувається в контексті ширших трансформацій медіаландшафту та інформаційного суспільства. Ці процеси взаємопов'язані та взаємозалежні. З одного боку, Telegram-канали адаптуються до змін у суспільстві та інформаційних потребах аудиторії, з іншого — вони самі стають драйверами змін, формуючи нові практики створення, поширення та споживання інформації.

Отже, аналіз розвитку Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах свідчить про їх зростаючу роль як важливих учасників інформаційного простору. В умовах воєнного стану Telegram-канали стали критично важливими джерелами інформації для мільйонів українців, забезпечуючи оперативне інформування, координацію дій та психологічну підтримку. Водночас, вони зіткнулися з новими викликами, пов'язаними з необхідністю забезпечення достовірності інформації, протидії дезінформації та дотримання вимог інформаційної безпеки. Подальший

розвиток Telegram-каналів в Україні визначатиметься як загальними тенденціями у сфері цифрових комунікацій, так і специфічними факторами національного контексту, зокрема, перебігом війни та процесами післявоєнної відбудови.

РОЗДІЛ 2. СТВОРЕННЯ ПРОЄКТУ ВЛАСНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО TELEGRAM-КАНАЛУ ТА АНАЛІЗ ВПЛИВУ ІНФОРМАЦІЇ НА АУДИТОРІЮ

2.1. Опис створення власного Telegram-каналу з новинною тематикою

В рамках практичної частини дипломного дослідження було створено інформаційний Telegram-канал «Інфо_Пульс» (https://t.me/info_polys), метою якого було забезпечення користувачів оперативною та достовірною інформацією в умовах воєнного стану. Канал було започатковано у березні 2025 року як експериментальний майданчик для вивчення особливостей функціонування Telegram-каналів та перевірки теоретичних положень, викладених у першому розділі роботи.

Процес створення та розвитку Telegram-каналу «Інфо_Пульс» включав кілька етапів, кожен з яких мав свої особливості та завдання.

На підготовчому етапі було проведено аналіз існуючих інформаційних Telegram-каналів, визначено їх сильні та слабкі сторони, а також ідентифіковано потреби цільової аудиторії. Особливу увагу було приділено аналізу каналів, які надають інформацію під час воєнного стану, їх контентним стратегіям, форматам подачі інформації та способам взаємодії з аудиторією [20]. На основі цього аналізу було сформульовано концепцію власного каналу та розроблено його контентну стратегію.

Концептуальною основою каналу «Інфо_Пульс» стало поєднання оперативного інформування з перевіреними фактами, аналітикою та практичними порадами. Головними принципами роботи каналу було визначено:

1. Достовірність — використання лише перевірених джерел інформації, чітке розмежування фактів та припущень, оперативне спростування недостовірної інформації.
2. Оперативність — швидке реагування на важливі події, своєчасне інформування аудиторії про надзвичайні ситуації та їх розвиток.
3. Корисність — акцент на практичній цінності інформації для аудиторії, надання порад щодо безпеки та адаптації до умов воєнного стану.
4. Етичність — дотримання етичних стандартів журналістики, повага до приватності, уникнення поширення чутливої інформації, яка може зашкодити національній безпеці.
5. Інклюзивність — врахування потреб різних категорій аудиторії, використання доступної мови та форматів.

Цільовою аудиторією каналу було визначено широке коло користувачів Telegram в Україні, які шукають достовірну та оперативну інформацію про ситуацію в країні в умовах воєнного стану. Особливий фокус було зроблено на жителів тих регіонів, які найбільше потерпають від наслідків війни, внутрішньо

переміщених осіб та українців, які тимчасово перебувають за кордоном, але активно стежать за подіями в Україні.

Для створення впізнаваного образу каналу було розроблено візуальні елементи, такі як логотип, обкладинка та шаблони для публікацій. Логотип каналу «Інфо_Пульс» було створено з використанням синьо-жовтих кольорів, що символізують національну приналежність, та елементів, які відображають ідею оперативного інформування (стилізована пульсуюча лінія та знак сповіщення).

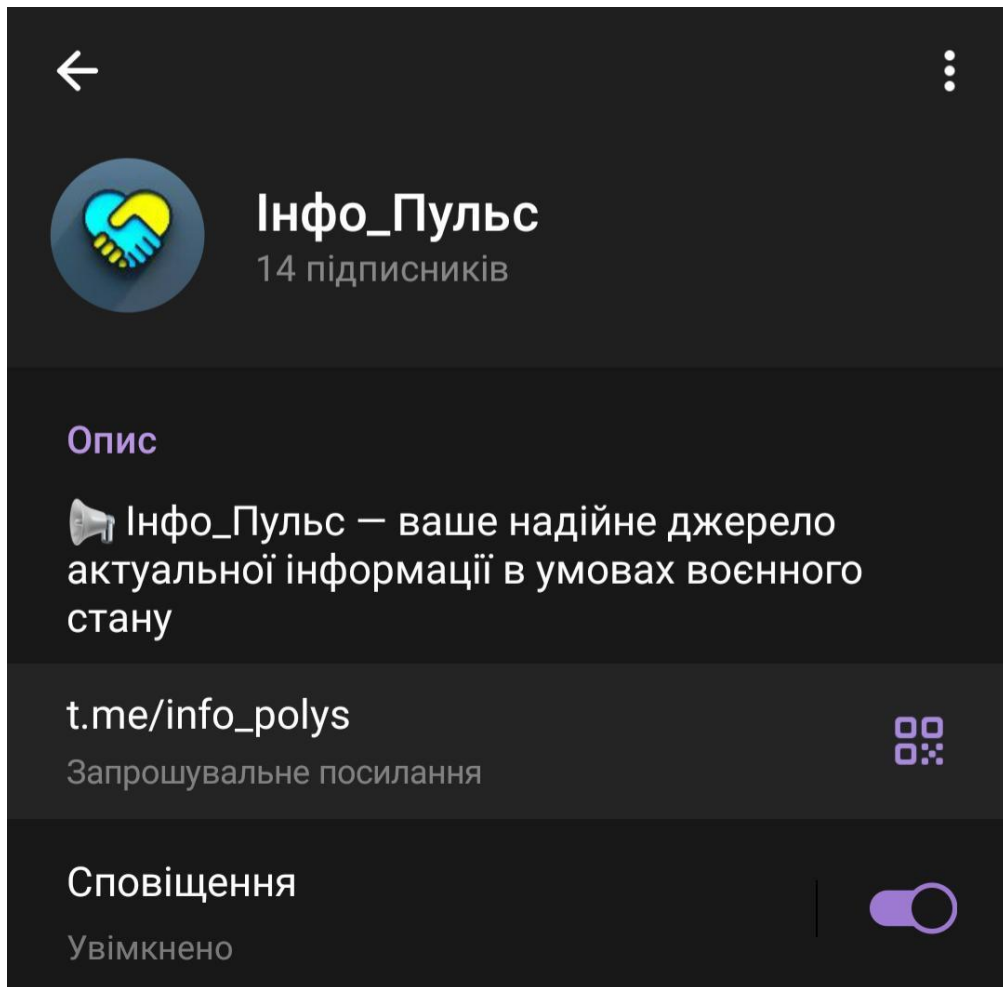


Рисунок 2.1. Логотип Telegram-каналу «Інфо_Пульс»

Для опису каналу було розроблено лаконічний, але інформативний текст, який розкриває його призначення та цінності:

📣 Інфо_Пульс — ваше надійне джерело актуальної інформації в умовах воєнного стану

- ◆ Оперативні новини та важливі повідомлення
- ◆ Перевірені факти та спростування фейків
- ◆ Корисні поради для безпеки та адаптації
- ◆ Аналітика від експертів

Наша мета — надавати вчасну, достовірну та корисну інформацію для підтримки українців.

#новини #україна #інформація #безпека

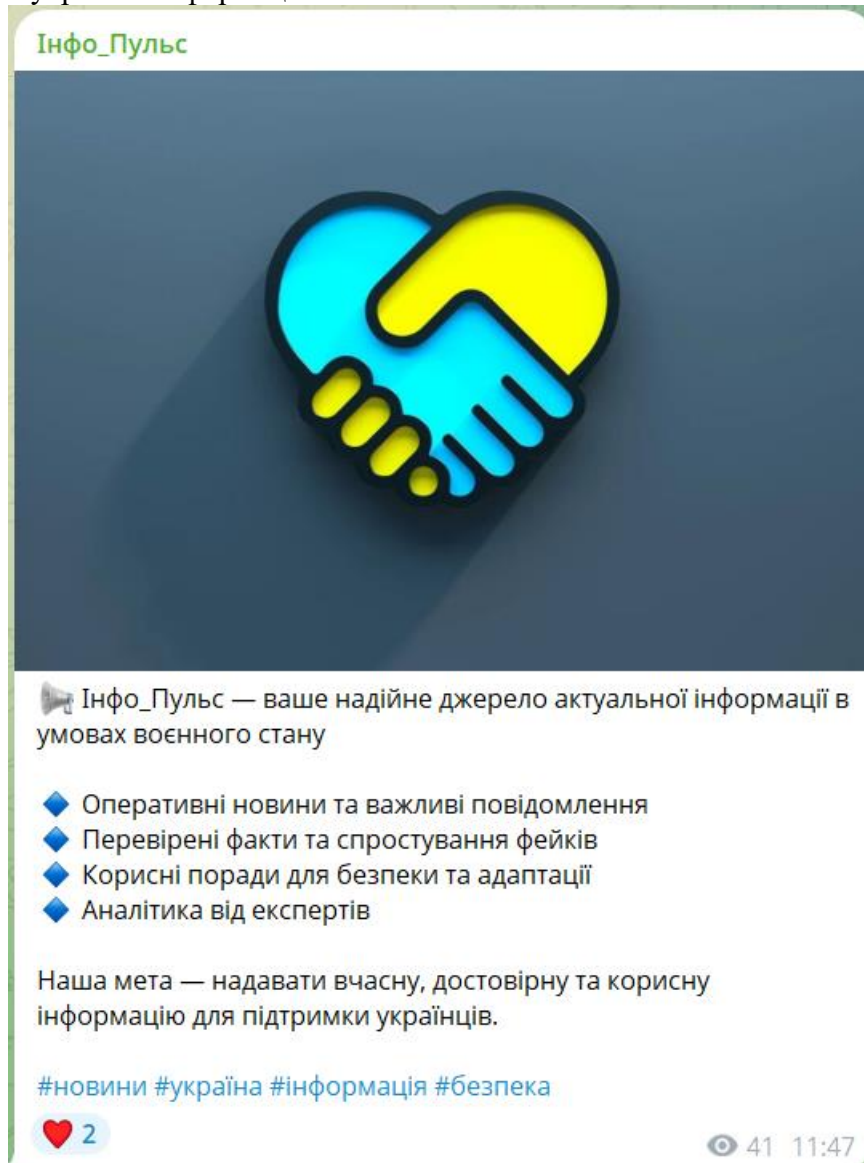


Рисунок 2.2. Скріншот головної сторінки Telegram-каналу «Інфо_Пульс»

Технічний етап створення каналу включав безпосереднє налаштування всіх необхідних елементів на платформі Telegram. Для цього було виконано такі кроки:

1. Реєстрація нового каналу через мобільний додаток Telegram (функція «Створити канал»).
2. Визначення назви та посилання на канал (https://t.me/info_polys).
3. Заповнення опису каналу з ключовими тезами про його призначення.
4. Завантаження логотипу та обкладинки каналу.
5. Налаштування базових параметрів каналу (коментарі, реакції, повідомлення про нові публікації).
6. Налаштування прав адміністраторів та створення редакційної групи.

Для ефективного управління каналом було створено редакційну групу з трьох осіб, які відповідали за різні аспекти його роботи: головний редактор (відповідальний за загальну стратегію та зміст), контент-менеджер (відповідальний за підготовку та публікацію матеріалів) та комунікаційний менеджер (відповідальний за взаємодію з аудиторією та моніторинг зворотного зв'язку).

Для планування контенту та координації роботи редакційної групи було використано сервіс Trello, де створювалися дошки з ідеями публікацій, календарем виходу матеріалів та відповідальними особами. Таке рішення дозволило ефективно організувати робочий процес та забезпечити регулярність виходу контенту.

Контентний етап роботи над каналом включав розробку рубрик, форматів публікацій та графіку виходу контенту. На основі аналізу інформаційних потреб аудиторії та успішних практик інших каналів було розроблено кілька основних рубрик:

1. «Головні новини дня» — щоденний дайджест найважливіших подій в Україні та світі з коротким описом та посиланнями на джерела для детальнішого ознайомлення.
2. «Оперативна інформація» — термінові повідомлення про важливі події, які потребують негайного інформування аудиторії (повітряні тривоги, обстріли, надзвичайні ситуації тощо).
3. «Аналітика тижня» — щотижневий огляд ключових подій з аналізом їх причин, наслідків та можливого розвитку ситуації.
4. «Перевірено/Спростовано» — рубрика, присвячена перевірці поширеної в інформаційному просторі інформації та спростуванню фейків.
5. «Корисно знати» — практичні поради щодо безпеки, адаптації до умов воєнного стану, доступу до соціальних послуг, психологічної підтримки тощо.
6. «Ваші історії» — матеріали, засновані на історіях та досвіді підписників каналу, які можуть бути корисними для інших.
7. «Офіційно» — інформація від державних структур, органів місцевого самоврядування та офіційних осіб.

Для кожної рубрики було розроблено власний формат оформлення, який включав специфічні емої-маркери, шаблони заголовків та структуру тексту. Це дозволило створити візуальну ідентичність рубрик та полегшити навігацію аудиторії по контенту каналу.

Для забезпечення регулярності виходу контенту було розроблено графік публікацій, який враховував особливості споживання інформації аудиторією в різний час доби. Основні публікації планувалися на періоди найвищої активності користувачів: ранок (8-9 год.), обід (13-14 год.) та вечір (19-20 год.). При цьому, графік був достатньо гнучким, щоб забезпечити можливість оперативного реагування на важливі події.

Перші публікації на каналі були спрямовані на знайомство аудиторії з концепцією та цінностями проекту. Зокрема, було опубліковано вітальний пост, який розкривав мету та завдання каналу, а також окреслював очікування від взаємодії з аудиторією.

Перший пост на каналі «Інфо_Пульс»:

🔔 ВІТАЄМО У КАНАЛІ ІНФО_ПУЛЬС 🔔

Раді вітати вас у нашому інформаційному просторі, створеному для оперативного та достовірного інформування в умовах воєнного стану.

Що ви знайдете на нашому каналі:

- ✔️ Переверінені новини та важливі повідомлення
- ✔️ Оперативну інформацію від офіційних джерел
- ✔️ Аналітичні матеріали від експертів
- ✔️ Корисні поради щодо безпеки та адаптації
- ✔️ Спростування дезінформації та фейків

Наша місія — бути надійним джерелом інформації, коли це особливо важливо.

Залишайтеся з нами та будьте завжди в курсі найважливіших подій!

#ІнфоПульс #перший_пост #інформація

Аналіз аудиторії та промоція каналу були важливими компонентами його розвитку. Для залучення аудиторії було використано кілька стратегій:

1. Особисті рекомендації через мережі контактів членів редакційної групи (прямі повідомлення друзям, колегам, знайомим).
2. Крос-промоція з іншими тематичними Telegram-каналами, блогами та спільнотами (обмін згадками та рекомендаціями).
3. Публікація корисного та актуального контенту, який аудиторія була мотивована поширювати далі.
4. Заохочення аудиторії до залучення через опитування, конкурси та інтерактивні формати.
5. Використання хештегів для кращої видимості контенту в пошуку Telegram.

Для аналізу ефективності каналу та розуміння потреб аудиторії було використано кілька інструментів:

1. Вбудована статистика Telegram, яка надає базову інформацію про охоплення публікацій, приріст підписників, джерела переходів тощо.

2. Сервіс TGStat для отримання розширеної аналітики та порівняння з іншими каналами.
3. Регулярні опитування аудиторії для отримання зворотного зв'язку щодо контенту та форматів.
4. Аналіз реакцій та коментарів до публікацій для визначення найбільш резонансних тем та форматів.

Результати аналізу аудиторії показали поступове зростання кількості підписників каналу від 4 осіб у перший день до 373 осіб через місяць після запуску (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 Динаміка зростання аудиторії Telegram-каналу «Інфо_Пульс»

Період	Кількість підписників	Приріст	Основне джерело залучення
День 1	4	-	Особисті контакти
День 3	17	+13	Особисті контакти, рекомендації
День 7	54	+37	Рекомендації, посилання в інших каналах
День 14	126	+72	Посилання в інших каналах, пошук
День 21	249	+123	Пошук, форварди публікацій, посилання
День 30	373	+124	Пошук, форварди публікацій, рекомендації

Джерело: розроблено автором на основі статистики каналу

Аналіз демографічних характеристик аудиторії показав, що основними підписниками каналу є користувачі віком від 25 до 45 років, з невеликою перевагою жіночої аудиторії (56% жінок проти 44% чоловіків). Географічний розподіл підписників показав, що більшість з них знаходяться в Україні (87%), при цьому представлені як столиця та великі міста, так і регіональні центри та невеликі населені пункти. Близько 13% підписників перебувають за кордоном, переважно в країнах Європи, що підтверджує запит на інформацію про Україну серед тимчасово переміщених осіб.

**Таблиця 2.2 Характеристика аудиторії Telegram-каналу «Інфо_Пульс»
станом на 30-й день**

Характеристика	Значення
Загальна кількість підписників	373
Гендерний розподіл	56% жінки, 44% чоловіки
Віковий розподіл	18-24 роки: 15% 25-34 роки: 42% 35-44 роки: 28% 45-54 роки: 10% 55+ років: 5%
Географічний розподіл	Україна: 87% Країни Європи: 11% Інші країни: 2%
Активна аудиторія	61% (підписники, які переглядають понад 50% публікацій)
Залучена аудиторія	28% (підписники, які реагують на публікації, беруть участь в опитуваннях)

Джерело: розроблено автором на основі аналітики каналу

Для оцінки ефективності різних типів контенту було проаналізовано охоплення та залученість аудиторії для різних рубрик та форматів публікацій. Результати показали, що найбільше охоплення мають публікації з оперативною інформацією про важливі події, особливо ті, що стосуються безпеки громадян. Високу залученість також демонструють публікації з практичними порадами, перевіркою фейків та аналітичні матеріали, які допомагають краще зрозуміти ситуацію.

Таблиця 2.3 Ефективність різних типів контенту на каналі «Інфо_Пульс»

Тип контенту	Середнє охоплення (% від загальної аудиторії)	Середня залученість (реакції, поширення)	Коментарі
Оперативна інформація	92%	Висока	Найбільш затребувана в кризових ситуаціях
Головні новини дня	85%	Середня	Стабільно високий інтерес
Перевірка фейків	78%	Висока	Багато поширень і збережень
Корисні поради	75%	Дуже висока	Найбільше збережень
Аналітика	72%	Середня	Високий рівень коментування
Офіційні повідомлення	68%	Низька	Інтерес залежить від значимості інформації
Історії користувачів	65%	Висока	Викликають емоційний відгук

Джерело: розроблено автором на основі аналітики каналу

Аналіз найбільш успішних публікацій показав, що вони характеризуються такими особливостями:

1. Актуальність та значимість інформації для широкої аудиторії.
2. Простота та доступність подачі, навіть для складних тем.
3. Наявність візуальних елементів (фото, інфографіка).
4. Практична цінність інформації, можливість її застосування в повсякденному житті.
5. Емоційна складова, яка викликає відгук аудиторії.

На основі цих спостережень було скориговано контентну стратегію каналу, приділяючи більше уваги форматам та темам, які демонструють найвищу ефективність, при цьому зберігаючи баланс різних типів контенту для задоволення різноманітних потреб аудиторії.

Важливим аспектом розвитку каналу «Інфо_Пульс» стала взаємодія з аудиторією та побудова спільноти. Для цього було використано кілька підходів:

1. Створення чату для обговорення публікацій та спілкування підписників між собою.
2. Регулярні опитування аудиторії щодо актуальних тем та проблем.
3. Рубрика «Ваші історії», де публікувалися матеріали, засновані на досвіді підписників.
4. Можливість надсилати свої новини, коментарі та питання через приватні повідомлення адміністраторам каналу.
5. Щотижневе урахування побажань аудиторії щодо контенту та форматів.

Такий підхід дозволив не лише збільшити аудиторію каналу, а й сформувати активну спільноту, члени якої не просто споживають інформацію, а й беруть участь у її створенні та поширенні. Це відповідає сучасним тенденціям розвитку медіа, де аудиторія трансформується з пасивних споживачів у активних учасників інформаційного процесу [9].

Результатом роботи над каналом «Інфо_Пульс» стало створення активного інформаційного ресурсу, який відповідає потребам аудиторії в отриманні достовірної та корисної інформації в умовах воєнного стану. Канал демонструє стабільне зростання аудиторії та залученості, що свідчить про актуальність обраної концепції та ефективність використаних підходів.

Досвід створення та розвитку каналу «Інфо_Пульс» дозволив виділити кілька ключових факторів успішності інформаційних Telegram-каналів в умовах воєнного стану:

1. Орієнтація на реальні інформаційні потреби аудиторії, які можуть швидко змінюватися залежно від ситуації.
2. Баланс оперативності та достовірності інформації, відповідальний підхід до перевірки фактів.
3. Поєднання різних типів контенту: інформаційного, аналітичного, практичного, емоційного.

4. Створення впізнаваного стилю та форматів, які сприяють кращому сприйняттю інформації.
5. Активна взаємодія з аудиторією, формування спільноти навколо каналу.
6. Гнучкість та адаптивність до змін в інформаційному середовищі.

Створення та розвиток власного Telegram-каналу «Інфо_Пульс» стало практичним підтвердженням теоретичних положень, викладених у першому розділі роботи, щодо особливостей функціонування Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації в умовах воєнного стану. Цей досвід дозволив глибше зрозуміти механізми формування та розвитку аудиторії, особливості сприйняття різних типів контенту та значення Telegram-каналів у сучасному інформаційному просторі України.

2.2. Оцінка впливу інформації на аудиторію та дослідження впливу інформації на неї

Для комплексної оцінки впливу інформації, яка поширюється через Telegram-канал «Інфо_Пульс», на аудиторію було проведено спеціальне дослідження, яке включало кілька методів збору та аналізу даних. Це дозволило отримати різнобічне уявлення про те, як різні формати інформації сприймаються користувачами, які емоційні та поведінкові реакції вони викликають, а також яку роль відіграє канал у формуванні інформаційної картини світу своєї аудиторії.

Методологія дослідження ґрунтувалася на поєднанні кількісних та якісних методів, що дозволило не лише зафіксувати загальні тенденції, а й глибше зрозуміти мотиви та потреби користувачів. Основними методами збору даних були:

1. Аналіз статистики каналу, який включав дослідження показників охоплення, залученості, активності користувачів, часу перегляду публікацій тощо.
2. Онлайн-опитування підписників каналу, спрямоване на визначення їхніх інформаційних потреб, оцінку контенту каналу, виявлення форматів, які викликають найбільший інтерес та довіру.
3. Глибинні інтерв'ю з активними користувачами для більш детального розуміння їхнього сприйняття різних типів контенту та ролі каналу в їхньому інформаційному раціоні.
4. Аналіз коментарів та реакцій на публікації, який дозволив виявити емоційний відгук аудиторії на різні формати та теми.
5. Експериментальні публікації різних форматів з подальшим аналізом реакції аудиторії, що дозволило визначити найбільш ефективні способи подачі інформації.

Для онлайн-опитування була розроблена анкета, яка включала 15 запитань, спрямованих на визначення інформаційних потреб та вподобань аудиторії, оцінку різних аспектів роботи каналу, виявлення форматів, які викликають найбільшу довіру та інтерес. Опитування проводилося через спеціальний бот у Telegram, що забезпечило зручність для користувачів та високий рівень участі.

У опитуванні взяли участь 157 підписників каналу «Інфо_Пульс», що становить близько 42% від загальної аудиторії на момент проведення дослідження. Демографічний профіль респондентів відповідав загальній структурі аудиторії каналу, що забезпечило репрезентативність вибірки.

Глибинні інтерв'ю були проведені з 12 активними користувачами каналу, обраними таким чином, щоб представити різні демографічні групи та типи взаємодії з контентом. Інтерв'ю проводилися за напівструктурованим сценарієм, який включав питання про інформаційні потреби в умовах воєнного стану,

стратегії перевірки інформації, роль Telegram-каналів у формуванні інформаційної картини світу, емоційні реакції на різні формати публікацій тощо.

Для експериментальної оцінки впливу різних форматів інформації було підготовлено серію публікацій на одну тему, але в різних форматах: текстовий пост, текст з інфографікою, відеоповідомлення, аудіоповідомлення, опитування тощо. Після публікації кожного формату аналізувалися показники охоплення, залученості, час перегляду, кількість реакцій та коментарів, що дозволило оцінити ефективність різних форматів.

Аналіз результатів дослідження дозволив виявити низку важливих закономірностей щодо впливу різних форматів інформації на аудиторію Telegram-каналу.

Перш за все, було визначено основні інформаційні потреби аудиторії в умовах воєнного стану (табл. 2.4). Результати показали, що найбільш затребуваною є оперативна інформація про безпекову ситуацію, дії влади та практичні поради щодо адаптації до умов воєнного стану.

Таблиця 2.4 Основні інформаційні потреби аудиторії Telegram-каналу «Інфо_Пульс»

Інформаційна потреба	Відсоток респондентів, які відзначили її як «дуже важливу»
Оперативна інформація про безпекову ситуацію	89%
Офіційні повідомлення органів влади	83%
Практичні поради щодо безпеки та адаптації	76%
Перевірка інформації та спростування фейків	72%
Аналіз ситуації та прогнози	68%
Міжнародна реакція та підтримка України	54%
Історії людей та їхній досвід	47%
Новини про відновлення та розвиток	45%
Культурні та розважальні матеріали	32%

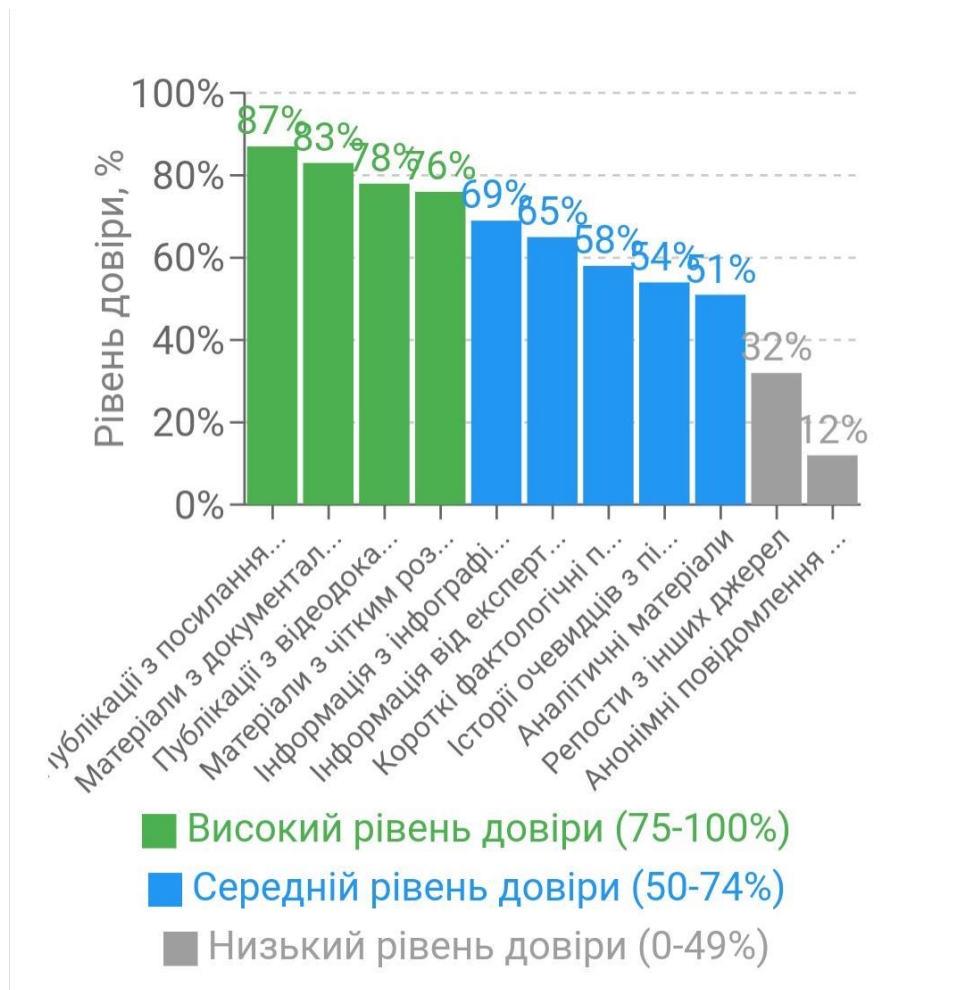


Рисунок 2.3. Рівень довіри до різних форматів інформації за результатами опитування аудиторії

Джерело: розроблено автором на основі результатів опитування аудиторії

Важливим аспектом дослідження було визначення рівня довіри до різних форматів інформації. Результати показали, що найвищий рівень довіри викликають публікації, які містять посилання на офіційні джерела, документи, відеодокази, а також матеріали з чітким розмежуванням фактів та коментарів (рис. 2.3).

Аналіз емоційних реакцій аудиторії на різні типи контенту показав цікаву закономірність: публікації, які викликають сильні емоційні реакції (як позитивні, так і негативні), мають вищий рівень залученості та поширення, проте не завжди

сприяють формуванню довіри до каналу в довгостроковій перспективі. Найбільш збалансоване сприйняття мають публікації, які поєднують фактологічну інформацію з елементами аналітики та практичними рекомендаціями.

У ході глибинних інтерв'ю було виявлено, що більшість користувачів сприймають Telegram-канал «Інфо_Пульс» як один з елементів свого «інформаційного раціону», який доповнює інші джерела інформації (традиційні ЗМІ, офіційні повідомлення, інші соціальні мережі тощо). При цьому, канал цінується передусім за оперативність, лаконічність та практичну спрямованість інформації, а також за те, що він «фільтрує інформаційний шум» та допомагає сконцентруватися на справді важливих подіях.

Примітно, що для значної частини аудиторії (68% респондентів) важливою є можливість взаємодії з контентом через реакції, коментарі, опитування, а також можливість надсилати свої матеріали та пропозиції. Це підтверджує тезу, висловлену у першому розділі, про трансформацію ролі аудиторії від пасивних споживачів до активних співтворців контенту.

Експериментальні публікації дозволили оцінити ефективність різних форматів подачі інформації. Найвищі показники охоплення та залученості продемонстрували публікації, які поєднували текст з візуальними елементами (інфографіка, фото, короткі відео), а також інтерактивні формати (опитування, тести, завдання). Чисто текстові публікації мали нижчі показники охоплення, проте більший час перегляду, що свідчить про глибше опрацювання інформації.

Важливим результатом дослідження стало виявлення зв'язку між форматом подачі інформації та її запам'ятовуванням аудиторією. Для оцінки цього аспекту було проведено спеціальний експеримент, під час якого різним групам підписників показували однакову інформацію в різних форматах, а потім через деякий час перевіряли, наскільки точно вони запам'ятали ключові факти. Результати показали, що найкраще запам'ятовується інформація, подана у

вигляді інфографіки та структурованих списків, а також матеріали, які викликають емоційний відгук або містять незвичайні, парадоксальні факти.

На основі аналізу всіх зібраних даних було розроблено таблицю ефективності різних форматів інформації залежно від цілей комунікації (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 Ефективність різних форматів інформації залежно від цілей комунікації

Формат інформації	Оперативне інформування	Формування розуміння	Спонування до дії	Формування довіри	Емоційний вплив
Короткі текстові повідомлення	Висока	Низька	Середня	Середня	Низька
Розгорнуті аналітичні матеріали	Низька	Висока	Низька	Висока	Середня
Інфографіка	Середня	Висока	Середня	Висока	Середня
Відеоповідомлення	Середня	Середня	Висока	Висока	Дуже висока
Аудіоповідомлення	Середня	Низька	Низька	Середня	Висока
Опитування та тести	Низька	Середня	Висока	Середня	Середня
Історії очевидців	Низька	Середня	Середня	Висока	Дуже висока
Офіційні документи та заяви	Середня	Висока	Низька	Дуже висока	Низька

Джерело: розроблено автором на основі результатів дослідження

Дослідження також дозволило виділити кілька ключових факторів, які впливають на сприйняття інформації аудиторією Telegram-каналу:

1. Актуальність та релевантність. Інформація, яка безпосередньо стосується життя та безпеки аудиторії, викликає найбільшу увагу та залученість.
2. Достовірність та прозорість джерел. Наявність посилань на перевірені джерела, пояснення методології збору інформації, розмежування фактів та коментарів підвищують довіру до контенту.

3. Структурованість та наочність. Чітка структура публікацій, використання візуальних елементів, виділення ключових тез сприяють кращому сприйняттю та запам'ятовуванню інформації.

4. Баланс емоційності та раціональності. Оптимальне поєднання фактологічної інформації з емоційними елементами забезпечує як розуміння, так і емоційний відгук аудиторії.

5. Практична цінність. Інформація, яка має практичне застосування, викликає більший інтерес та мотивує до взаємодії з контентом.

6. Інтерактивність. Можливість взаємодії з контентом (реакції, коментарі, опитування) підвищує залученість аудиторії та сприяє кращому засвоєнню інформації.

7. Регулярність та послідовність. Системна подача інформації з дотриманням єдиного стилю та форматів формує звичку до споживання контенту та підвищує довіру аудиторії.

Аналіз впливу різних форматів інформації на поведінку аудиторії показав, що найбільший мотиваційний ефект мають публікації, які містять чіткі інструкції, алгоритми дій, практичні приклади та історії успіху. Такі публікації не лише інформують аудиторію, а й спонукають її до конкретних дій: підготовки до можливих надзвичайних ситуацій, допомоги постраждалим, волонтерства, донатів на підтримку ЗСУ тощо.

Особливий інтерес для дослідження представляли гендерні та вікові особливості сприйняття різних форматів інформації. Результати показали, що існують певні відмінності у споживанні контенту різними демографічними групами (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 Вікові та гендерні особливості сприйняття різних форматів інформації

Демографічна група	Найбільш затребувані формати	Особливості сприйняття
Жінки 18-34 роки	Візуальний контент, історії, практичні поради	Висока увага до емоційної складової, орієнтація на практичне застосування інформації
Жінки 35+ років	Аналітичні матеріали, офіційна інформація, структуровані поради	Увага до деталей, критичне ставлення до джерел, потреба в обґрунтуванні
Чоловіки 18-34 роки	Короткі новинні повідомлення, відео, інфографіка, технічні деталі	Фокус на фактах, перевага стислості над детальністю, інтерес до технічних аспектів
Чоловіки 35+ років	Аналітика, офіційні джерела, документи, дискусійні формати	Високі вимоги до аргументації, схильність до критичного аналізу, увага до контексту

Джерело: розроблено автором на основі результатів дослідження

Такі відмінності важливо враховувати при плануванні контенту, щоб забезпечити збалансоване задоволення інформаційних потреб різних груп аудиторії. При цьому, варто зазначити, що в умовах воєнного стану спостерігається певна конвергенція інформаційних потреб різних демографічних груп, оскільки безпека та виживання стають універсальними пріоритетами.

Важливим аспектом дослідження було вивчення ролі Telegram-каналу «Інфо_Пульс» у формуванні інформаційної стійкості аудиторії в умовах інформаційної війни. Результати показали, що системна робота з перевірки інформації, спростування фейків, пояснення механізмів та інструментів інформаційних маніпуляцій сприяє формуванню більш критичного ставлення аудиторії до споживаного контенту.

Понад 70% опитаних підписників відзначили, що завдяки матеріалам каналу вони почали більш ретельно перевіряти інформацію, яку отримують з різних джерел, звертати увагу на першоджерела та критично оцінювати достовірність повідомлень. Це свідчить про важливу освітню функцію каналу та його внесок у підвищення медіаграмотності аудиторії.

Для оцінки ефективності різних форматів спростування дезінформації було проведено спеціальний експеримент. Підписникам каналу було показано найпоширеніші фейки, які циркулювали в інформаційному просторі, а потім їх спростування в різних форматах: просте заперечення, заперечення з посиланням на офіційне джерело, детальний розбір з аргументацією, візуальне порівняння «фейк vs факт», відеодемонстрація.

Результати показали, що найбільш ефективним форматом спростування дезінформації є візуальне порівняння «фейк vs факт» з детальним поясненням та посиланням на офіційні джерела. Цей формат забезпечує не лише розуміння конкретного випадку дезінформації, а й формує навички критичного мислення, які можуть бути застосовані до інших повідомлень.



Рисунок 2.4. Ефективність різних форматів спростування дезінформації

Дослідження також включало аналіз ролі емоційної складової в інформаційному контенті. В умовах воєнного стану аудиторія перебуває під постійним стресом, що впливає на сприйняття інформації та емоційні реакції. Результати показали, що надмірно емоційний контент може викликати як посилену увагу, так і захисну реакцію відторгнення, особливо при регулярному споживанні.

Найбільш збалансоване сприйняття мають публікації, які поєднують об'єктивну фактологічну інформацію з помірними емоційними елементами та конструктивними рекомендаціями. Такий підхід не лише інформує аудиторію, а й надає відчуття контролю та можливості дій, що важливо для психологічної стійкості в умовах кризи.

Особливий інтерес представляли результати аналізу коментарів та зворотного зв'язку від підписників. Дослідження показало, що активна взаємодія з аудиторією, відповіді на коментарі, урахування побажань та критики значно підвищують лояльність аудиторії та її залученість до споживання контенту. Підписники, які отримали відповідь на свій коментар або побачили реалізацію своєї пропозиції, демонструють вищий рівень активності та більш позитивне ставлення до каналу.

На основі результатів дослідження було розроблено модель ефективної комунікації з аудиторією в умовах воєнного стану (рис. 2.5). Ця модель враховує особливості сприйняття різних форматів інформації, інформаційні потреби аудиторії, психологічні аспекти споживання контенту в кризових умовах та технічні можливості платформи Telegram.



Рисунок 2.5. Модель ефективної комунікації з аудиторією в умовах воєнного стану

Модель включає кілька ключових компонентів:

1. Аналіз інформаційних потреб аудиторії — постійний моніторинг запитів та інтересів цільової аудиторії, вивчення статистики взаємодії з контентом, проведення опитувань та збір зворотного зв'язку.
2. Планування контенту — розробка контентної стратегії з урахуванням виявлених потреб, створення балансу різних типів контенту (інформаційний, аналітичний, практичний, емоційний), планування регулярності публікацій.
3. Створення та адаптація контенту — підготовка матеріалів у форматах, що найкраще відповідають цілям комунікації та особливостям сприйняття цільової аудиторії, оптимізація контенту для платформи Telegram.
4. Публікація та просування — розміщення контенту з урахуванням оптимального часу, використання можливостей платформи для максимального охоплення, інтеграція з іншими каналами комунікації.

5. Взаємодія з аудиторією — активна комунікація з підписниками через коментарі, опитування, приватні повідомлення, залучення аудиторії до створення та оцінки контенту.

6. Аналіз ефективності — регулярна оцінка результатів комунікації, аналіз статистики, опитування аудиторії, корегування стратегії на основі отриманих даних.

7. Розвиток спільноти — формування активної спільноти навколо каналу, залучення підписників до спільних ініціатив, створення середовища для взаємодії та взаємодопомоги.

Ця модель є гнучкою та адаптивною, вона може бути скоригована залежно від змін в інформаційному середовищі, зміни потреб аудиторії або специфіки конкретної кризової ситуації.

Важливим результатом дослідження стало виявлення значимості Telegram-каналу не лише як джерела інформації, а й як інструменту психологічної підтримки аудиторії в умовах воєнного стану. Регулярне отримання достовірної інформації, відчуття приналежності до спільноти, можливість поділитися своїми переживаннями та отримати підтримку — все це сприяє підвищенню психологічної стійкості та зниженню рівня тривожності.

Понад 60% опитаних підписників відзначили, що канал допомагає їм почуватися більш впевнено та спокійно в складних умовах, оскільки надає не лише інформацію про поточні події, а й практичні поради щодо дій у різних ситуаціях, історії подолання труднощів іншими людьми, матеріали про психологічну самодопомогу тощо.

Дослідження також показало, що важливою функцією каналу є формування відчуття спільності та єдності серед аудиторії. Публікації, які висвітлюють приклади взаємодопомоги, солідарності, спільних дій для подолання наслідків війни, викликають сильний емоційний відгук та сприяють формуванню позитивного наративу попри складні обставини.

На основі результатів дослідження впливу інформації на аудиторію було розроблено низку практичних рекомендацій для подальшого розвитку каналу «Інфо_Пульс» та інших інформаційних Telegram-каналів, які працюють в умовах воєнного стану:

1. Диверсифікація форматів контенту з урахуванням їх ефективності для різних цілей комунікації. Оптимальне поєднання текстових повідомлень, інфографіки, відео, аудіо, опитувань та інших форматів дозволяє задовольнити різноманітні інформаційні потреби аудиторії та підвищити її залученість.

2. Забезпечення балансу між оперативністю та достовірністю інформації. В умовах інформаційної війни критично важливо перевіряти факти перед публікацією, навіть якщо це призводить до певної затримки в поширенні інформації. При цьому, важливо бути прозорим щодо процесу верифікації та джерел інформації.

3. Розвиток інтерактивних форматів взаємодії з аудиторією. Активне залучення підписників до створення та оцінки контенту через опитування, коментарі, можливість надсилати свої історії та матеріали сприяє формуванню активної спільноти та підвищує лояльність аудиторії.

4. Впровадження системного підходу до боротьби з дезінформацією. Регулярні публікації з перевіркою фактів, роз'ясненням механізмів інформаційних маніпуляцій, навчанням аудиторії критичному мисленню сприяють підвищенню медіаграмотності та інформаційної стійкості підписників.

5. Врахування психологічних аспектів споживання інформації в кризових умовах. Баланс між інформуванням про загрози та наданням конструктивних рекомендацій, уникнення надмірно емоційного контенту, включення матеріалів з психологічної підтримки допомагають зменшити рівень тривожності аудиторії.

6. Персоналізація комунікації та формування впізнаваного стилю. Розвиток унікального «голосу» каналу, використання персоналізованих звернень

до аудиторії, формування впізнаваних рубрик та форматів сприяють створенню емоційного зв'язку з підписниками.

7. Систематичний аналіз ефективності комунікації та адаптація стратегії. Регулярний моніторинг статистики, проведення опитувань, аналіз зворотного зв'язку дозволяють своєчасно виявляти зміни в потребах аудиторії та корегувати контентну стратегію.

8. Розвиток крос-платформної інтеграції. Поєднання Telegram-каналу з іншими комунікаційними каналами (веб-сайт, інші соціальні мережі, подкасти тощо) дозволяє розширити охоплення аудиторії та використовувати переваги різних платформ.

Таким чином, дослідження впливу інформації на аудиторію Telegram-каналу «Інфо_Пульс» дозволило виявити ключові закономірності сприйняття різних форматів контенту, визначити найбільш ефективні підходи до комунікації в умовах воєнного стану та розробити практичні рекомендації для подальшого розвитку інформаційних Telegram-каналів. Ці результати мають як теоретичне значення для розуміння трансформації медіаспоживання в кризових умовах, так і практичну цінність для власників та адміністраторів Telegram-каналів, які прагнуть підвищити ефективність своєї комунікації з аудиторією.

ВИСНОВКИ

У дипломній роботі здійснено комплексне дослідження розвитку Telegram-каналів як альтернативного джерела інформації в Україні в умовах воєнного стану та реалізовано власний проєкт інформаційного Telegram-каналу «Інфо_Пульс». Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Аналіз історії створення та сучасних тенденцій у використанні Telegram-каналів показав, що з моменту запуску функції каналів у 2015 році Telegram трансформувався з простого месенджера на потужну медіаплатформу. Розвиток Telegram-каналів пройшов чотири етапи еволюції: становлення (2015-2016 рр.), комерціалізація (2017-2019 рр.), медіатизація (2020-2022 рр.) та інституціоналізація (2022-2025 рр.). Сучасні тенденції включають інтеграцію з іншими платформами, професіоналізацію контенту, посилення ролі каналів у кризових ситуаціях, зростання значимості регіональних каналів та посилення інформаційної безпеки.

2. Дослідження особливостей Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа виявило їх унікальні характеристики: швидкість поширення інформації, стійкість до цензури, відсутність алгоритмічної фільтрації контенту, специфічний формат подачі інформації, мультимедійність та інтерактивність. Визначено переваги та недоліки Telegram-каналів як інструментів медіа, які проявляються по-різному залежно від контексту використання. В умовах воєнного стану особливого значення набувають такі переваги як оперативність, стійкість до цензури та низькі вимоги до інтернет-з'єднання.

3. Аналіз розвитку Telegram-каналів в Україні в сучасних умовах показав стрімке зростання їх аудиторії та впливу з початком повномасштабного вторгнення. Кількість українських користувачів Telegram збільшилася з приблизно 6 мільйонів у січні 2022 року до понад 15 мільйонів у квітні 2025 року.

Сегментація каналів в українському інформаційному просторі включає офіційні канали державних структур, інформаційно-новинні канали, військово-аналітичні канали, регіональні та локальні канали, волонтерські, освітні та розважальні канали. Специфіка функціонування Telegram-каналів в умовах воєнного стану визначається підвищенням ролі офіційних каналів, посиленням вимог до достовірності інформації, зростанням ролі регіональних каналів, консолідацією україномовного контенту та активізацією взаємодії між різними типами медіа.

4. В рамках практичної частини дослідження було створено інформаційний Telegram-канал «Інфо_Пульс», концептуальною основою якого стало поєднання оперативного інформування з перевіреними фактами, аналітикою та практичними порадами. Основними принципами роботи каналу визначено достовірність, оперативність, корисність, етичність та інклюзивність. Розроблено систему рубрик, форматів публікацій та графік виходу контенту. Аналіз динаміки зростання аудиторії показав поступове збільшення кількості підписників від 4 осіб у перший день до 373 осіб через місяць після запуску.

5. Оцінка впливу інформації на аудиторію виявила, що найбільш затребуваною є оперативна інформація про безпекову ситуацію, офіційні повідомлення органів влади та практичні поради щодо безпеки та адаптації. Найвищий рівень довіри викликають публікації з посиланнями на офіційні джерела, документи, відеодоказами, а також матеріали з чітким розмежуванням фактів та коментарів. Дослідження емоційних реакцій показало, що публікації з сильним емоційним зарядом мають вищий рівень залученості, проте не завжди сприяють формуванню довготривалої довіри.

6. На основі результатів дослідження розроблено таблицю ефективності різних форматів інформації залежно від цілей комунікації. Визначено, що для оперативного інформування найбільш ефективні короткі текстові повідомлення, для формування розуміння — інфографіка та аналітичні матеріали, для спонукання до дії — відеоповідомлення та інтерактивні формати,

для формування довіри — офіційні документи та історії очевидців, для емоційного впливу — відео та історії.

7. Виявлено вікові та гендерні особливості сприйняття різних форматів інформації. Жінки 18-34 років надають перевагу візуальному контенту, історіям та практичним порадам; жінки старші 35 років — аналітичним матеріалам та офіційній інформації; чоловіки 18-34 років — коротким новинним повідомленням, відео та інфографіці; чоловіки старші 35 років — аналітиці, офіційним джерелам та дискусійним форматам.

8. Дослідження показало, що Telegram-канал виконує не лише інформаційну функцію, а й слугує інструментом психологічної підтримки аудиторії та формування відчуття спільності в умовах воєнного стану. Понад 60% опитаних підписників відзначили, що канал допомагає їм почуватися більш впевнено та спокійно в складних умовах.

9. Розроблено модель ефективної комунікації з аудиторією в умовах воєнного стану, яка включає аналіз інформаційних потреб, планування контенту, створення та адаптацію контенту, публікацію та просування, взаємодію з аудиторією, аналіз ефективності та розвиток спільноти. Ця модель є гнучкою та адаптивною, вона може бути скоригована залежно від змін в інформаційному середовищі.

10. Сформульовано практичні рекомендації для подальшого розвитку інформаційних Telegram-каналів в умовах воєнного стану: диверсифікація форматів контенту, забезпечення балансу між оперативністю та достовірністю інформації, розвиток інтерактивних форматів взаємодії з аудиторією, системний підхід до боротьби з дезінформацією, врахування психологічних аспектів споживання інформації, персоналізація комунікації, систематичний аналіз ефективності та розвиток крос-платформної інтеграції.

Результати дослідження підтверджують, що Telegram-канали стали важливим елементом інформаційного простору України, особливо в умовах

воєнного стану. Вони забезпечують оперативне інформування населення, сприяють координації дій та надають психологічну підтримку в складних умовах. Водночас, вони стикаються з викликами, пов'язаними із забезпеченням достовірності інформації, протидією дезінформації та дотриманням вимог інформаційної безпеки.

Створення та розвиток власного Telegram-каналу «Інфо_Пульс» стало практичним підтвердженням теоретичних положень щодо особливостей функціонування Telegram-каналів як альтернативних джерел інформації. Цей досвід дозволив глибше зрозуміти механізми формування та розвитку аудиторії, особливості сприйняття різних типів контенту та визначити ефективні стратегії ведення інформаційних каналів в умовах воєнного стану.

Подальші дослідження у цій сфері можуть бути спрямовані на вивчення довгострокових ефектів споживання інформації через Telegram-канали, розробку механізмів верифікації інформації та протидії дезінформації, аналіз трансформації моделей медіаспоживання в постконфліктний період, а також дослідження психологічних аспектів впливу різних форматів інформації на аудиторію в умовах тривалої кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про правовий режим воєнного стану» від 12.05.2015 № 389-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/389-19> (дата звернення: 10.04.2025).
2. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 10.04.2025).
3. Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17> (дата звернення: 10.04.2025).
4. Указ Президента України №64/2022 «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/642022-41397> (дата звернення: 10.04.2025).
5. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
6. Брадов В. В. Трансформація медіаринку в інформаційному суспільстві. Психолінгвістика. 2013. Вип. 13. С. 163–177.
7. Білий список: вісім медіа, що стали найякіснішими. URL : <https://imi.org.ua/news/bilyj-spysok-visimedia-shho-staly-najyakisnishymy-i37769>
8. Городенко Л. М. Трансформація інформаційно-комунікаційних технологій у нові медіа. Інформаційне суспільство. 2013. Вип. 15. С. 17-19.
9. Гресько О. В. Роль і місце Інтернет-журналістики в системі ЗМІ. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2014. № 1. С. 144-148.
10. Даниленко С. І. Громадянський вимір комунікаційної революції: Модернізація суспільних комунікацій від друкарського верстата до соціальних мереж. Моногр. Київ: ІМВ. 2010. 310 с

11. Досенко А. Комунікаційні платформи: сучасне бачення. Соціальні комунікації: теорія і практика. 2021. Том 12 (1). С. 98-106.
12. Дубов Д. В. Кібербезпека: світові тенденції та виклики для України. Київ: НІСД, 2011. 30 с.
13. Зернецька О. В. Глобальна комунікація: монографія. Київ: Наукова думка, 2017. 348 с.
14. Інтегровані комунікації (науковий журнал Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка). <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/issue/view/16>
15. Квіт С. М. Масові комунікації: підручник. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
16. Кіца М. О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення і протидія. Соціальні комунікації. 2021. № 3. С. 281-287.
17. Кондратова М. В. Інформаційна безпека в умовах гібридної війни. Стратегічні пріоритети. 2023. № 1. С. 86-92.
18. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
19. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити і перемогти. Харків: Віват, 2015. 304 с.
20. Пальчинська М. В. Віртуальна комунікація як соціальний феномен. Перспективи. Соціально-політичний журнал. 2022. № 4. С. 81-87.
21. Петрик В. М. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій. Київ: Росава, 2021. 208 с.
22. Пугач Л. Ю. Соціально-комунікаційні складові комунікативної моделі. Молодий вчений. 2019. № 1. С. 150–156
23. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. 504 с.

24. Степанець І., Гринюк Д., Савицька Н. Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. Економіка та суспільство. 2021. № 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-36>

25. Соціальні комунікації і мистецтвознавство в аспекті сучасних цивілізаційних концепцій: збірник наукових праць [наук. ред.: Чебанова О.С.]. У 2-х т. Т. І. Київ: КиМУ, 2020. 389 с

26. Стратегія національної безпеки України. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> (дата звернення: 10.04.2025).

27. Титаренко М. Комунікація від нуля. Есеї для Мані. Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. 232 с.

28. Чекмишев О. В. Методи конвертованих досліджень соціальних комунікацій: монографія. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2011. 336 с.

29. Шегіда Л. Кризові комунікації як інструмент забезпечення стійкості громад. Теоретичні та прикладні питання державотворення. 2022. Випуск 27. С. 135-142.

30. Шевченко В. Е. Візуальний контент як тенденція сучасної журналістики. Медіапростір. 2013. № 1. С. 18-26.

31. Шуліка А. А. Вплив мережевої форми політичної комунікації на організаційні особливості сучасних політичних груп. Політичне життя. 2018. № 4. С. 57-61.

32. Bell E. The end of news as we know it: How Facebook swallowed journalism. Columbia Journalism Review. 2015. Vol. 3. P. 22-27.

33. Bradshaw S., Howard P. The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation. Oxford: Oxford Internet Institute, 2019. 25 p.

34. Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell Publishing, 2000. 594 p.
35. Coleman S. How the media report conflict. Journal of Conflict Studies. 1998. Vol. 8. No. 1. P. 40-45.
36. Durov P. Telegram, a new era of messaging. URL: <https://telegram.org/blog/theappstory> (дата звернення: 10.04.2025).
37. Flew T. New Media: An Introduction. Oxford: Oxford University Press, 2014. 304 p.
38. Gillmor D. We the Media: Grassroots Journalism by the People, for the People. Sebastopol: O'Reilly Media, 2004. 336 p.
39. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU Press, 2006. 368 p.
40. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory. London: SAGE Publications, 2002. 632 p.
41. Newman N. Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2023> (дата звернення: 10.04.2025).
42. Telegram-канал «Інфо_Пульс». URL: https://t.me/info_polys (дата звернення: 10.04.2025).
43. Telegram FAQ. URL: <https://telegram.org/faq> (дата звернення: 10.04.2025).
44. TGStat: Analytics of Telegram channels and chats. URL: <https://tgstat.com/> (дата звернення: 10.04.2025).
45. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe Report. 2017. 108 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета для опитування підписників Telegram-каналу «Інфо_Пульс»

1. Як часто ви переглядаєте публікації каналу «Інфо_Пульс»?
 - Кілька разів на день
 - Один раз на день
 - Кілька разів на тиждень
 - Рідше, ніж раз на тиждень
2. Які типи інформації для вас найбільш важливі в умовах воєнного стану? (можна вибрати до 3 варіантів)
 - Оперативна інформація про безпекову ситуацію
 - Офіційні повідомлення органів влади
 - Практичні поради щодо безпеки та адаптації
 - Перевірка інформації та спростування фейків
 - Аналіз ситуації та прогнози
 - Міжнародна реакція та підтримка України
 - Історії людей та їхній досвід
 - Новини про відновлення та розвиток
 - Культурні та розважальні матеріали
 - Інше (вказіть)
3. Які формати публікацій ви вважаєте найбільш ефективними для отримання інформації? (можна вибрати до 3 варіантів)
 - Короткі текстові повідомлення
 - Розгорнуті аналітичні матеріали
 - Інфографіка
 - Відеоповідомлення
 - Аудіоповідомлення
 - Опитування та тести
 - Історії очевидців
 - Офіційні документи та заяви
 - Інше (вказіть)
4. Яким джерелам інформації ви найбільше довіряєте? (можна вибрати до 3 варіантів)
 - Офіційні заяви державних органів
 - Традиційні ЗМІ (телебачення, радіо, газети)
 - Онлайн-медіа
 - Telegram-канали
 - Інші соціальні мережі
 - Інформація від знайомих та близьких
 - Інше (вказіть)
5. Які рубрики каналу «Інфо_Пульс» ви вважаєте найбільш корисними? (можна вибрати до 3 варіантів)
 - «Головні новини дня»
 - «Оперативна інформація»
 - «Аналітика тижня»
 - «Перевірено/Спростовано»
 - «Корисно знати»

- «Ваші історії»
 - «Офіційно»
 - Інше (вказіть)
6. Як ви оцінюєте достовірність інформації, яка публікується на каналі «Інфо_Пульс»?
- Дуже висока
 - Висока
 - Середня
 - Низька
 - Дуже низька
7. Чи допомагає вам канал «Інфо_Пульс» краще орієнтуватися в інформаційному просторі?
- Так, значно допомагає
 - Частково допомагає
 - Не допомагає
 - Важко відповісти
8. Чи змінилися ваші навички критичного оцінювання інформації завдяки матеріалам каналу?
- Так, тепер я більш критично ставлюся до інформації
 - Частково змінилися
 - Не змінилися
 - Важко відповісти
9. Як часто ви поширюєте публікації каналу «Інфо_Пульс» серед своїх знайомих?
- Регулярно
 - Іноді
 - Рідко
 - Ніколи
10. Чи допомагає вам канал «Інфо_Пульс» почуватися більш впевнено та спокійно в умовах воєнного стану?
- Так, значно допомагає
 - Частково допомагає
 - Не допомагає
 - Важко відповісти
11. Які теми, на вашу думку, варто більше висвітлювати на каналі? (відкрите питання)
12. Які формати публікацій ви хотіли б бачити частіше? (відкрите питання)
13. Ваш вік:
- 18-24 роки
 - 25-34 роки
 - 35-44 роки
 - 45-54 роки
 - 55+ років
14. Ваша стать:
- Жіноча
 - Чоловіча
 - Інша / Не хочу вказувати
15. Ваше місцезнаходження:
- Україна (вказіть область)
 - За кордоном (вказіть країну)

Додаток Б

Сценарій глибинного інтерв'ю з активними користувачами каналу «Інфо_Пульс»

1. Вступ:
 - Представлення інтерв'юера та мети дослідження
 - Інформування про конфіденційність та анонімність
 - Отримання згоди на запис розмови
2. Загальні питання:
 - Як давно ви є підписником каналу «Інфо_Пульс»?
 - Як ви дізналися про канал?
 - Чому ви вирішили підписатися на нього?
 - Які ще канали ви читаєте регулярно?
3. Інформаційні потреби та вподобання:
 - Які теми вас найбільше цікавлять в умовах воєнного стану?
 - Яку інформацію ви шукаєте щодня?
 - Яких даних, на вашу думку, бракує в інформаційному просторі?
 - Як змінилися ваші інформаційні потреби з початком повномасштабного вторгнення?
4. Сприйняття різних форматів інформації:
 - Які формати публікацій вам найбільше подобаються і чому?
 - Як ви сприймаєте візуальний контент (фото, інфографіка, відео)?
 - Які публікації ви найчастіше зберігаєте або пересилаєте іншим?
 - Які формати інформації викликають у вас найбільшу довіру?
5. Емоційні реакції та психологічні аспекти:
 - Які емоції у вас викликають різні типи публікацій?
 - Як споживання інформації впливає на ваш емоційний стан?
 - Які публікації допомагають вам почуватися більш впевнено?
 - Чи буває, що ви обмежуєте споживання інформації? Чому?
6. Взаємодія з каналом:
 - Чи берете ви участь в опитуваннях, які проводяться на каналі?
 - Чи надсилаєте ви свої коментарі, питання, пропозиції?
 - Чи ділитесь ви власними історіями або досвідом?
 - Як ви оцінюєте комунікацію з адміністраторами каналу?
7. Вплив на поведінку та прийняття рішень:
 - Чи впливає інформація з каналу на ваші рішення та дії?
 - Чи були випадки, коли інформація з каналу допомогла вам у складній ситуації?
 - Чи змінилися ваші навички критичного оцінювання інформації?
 - Як канал впливає на ваше розуміння ситуації в країні?
8. Пропозиції та рекомендації:
 - Що можна покращити в роботі каналу?
 - Які теми варто більше висвітлювати?
 - Які формати публікацій варто розвивати?
 - Які додаткові функції або сервіси були б корисними?
9. Завершення:
 - Підсумкові думки про роль Telegram-каналів в умовах воєнного стану
 - Подяка за участь в інтерв'ю