

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

УДК 316.774

DOI <https://doi.org/10.32782/2707-9147.2024.102.11>

**Т. М. БАЙДАК**

кандидатка соціологічних наук, доцентка,  
доцентка кафедри прикладної соціології та соціальних  
комунікацій  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна

**А. А. ШАЛІМОВА**

магістерка журналістики,  
випускниця кафедри прикладної соціології та соціальних  
комунікацій  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна

**В. О. БОЛОТОВА**

кандидатка соціологічних наук, доцентка,  
доцентка кафедри прикладної соціології  
та соціальних комунікацій  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна

### ОСОБЛИВОСТІ ВЕДЕННЯ НОВИННОГО TELEGRAM-КАНАЛУ ПІД ЧАС ВІЙНИ

*У статті зазначено особливості ведення новинного Telegram-каналу під час війни в Україні, які дозволяють каналу залишатися популярним та збільшувати свою аудиторію. Вказано, що українськи новинні Telegram-канали забезпечили швидке та оперативне інформування аудиторії на початку та впродовж війни в порівнянні з традиційними засобами масової комунікації. Зосереджено увагу на перевагах та недоліках такого формату трансляції новин, включаючи оперативність та можливість поширення неперевіреної інформації. Звернуто увагу на те, що новинні Telegram-канали відіграють важливу роль у забезпеченні інформацією під час війни, але потребують критичного осмислення та перевірки джерел інформації.*

---

© Т. М. Байдак, А. А. Шалімова, В. О. Болотова, 2024

*В статі представлені результати порівняння публікацій одного з найпопулярніших українських Telegram-каналів, які надавались до початку повномасштабної війни в Україні та під час війни. Виявлено, що під впливом війни зростає кількість опублікованих новин, зокрема з воєнної тематикою, змінився набір тематик та мова написання. Аналіз показав, що підвищилася важливість візуального супроводу новин, особливо в контексті волонтерської діяльності та подій на фронті. Також зафіксовано збільшення публікацій з використанням української мови, що обумовлене зростанням національної ідентичності української аудиторії Telegram-каналів. Результати дослідження показали збільшення кількості гумористичного контенту в новинну Telegram-каналі. Показники публікацій гумористичних матеріалів зросли як у абсолютному значенні, так і відсотковому співвідношенні до загальної кількості новин. Гумористичний контент став важливим елементом об'єднання та підтримки громадськості, зокрема через вірусні мему, які підтримують аудиторію в складні часи.*

*На основі отриманих результатів дослідження було надані рекомендації щодо ведення новинного Telegram-каналу в умовах війни. Рекомендації охоплюють різні аспекти, такі як надання актуальної та достовірної інформації, використання візуального контенту, встановлення ліміту символів у публікації та часу викладення важливих новин. Також важливими є відкритість коментарів, демонстрація соціальної відповідальності та збалансованість рекламного контенту. Зокрема, рекомендується додавати гумор та використовувати емодзі для покращення сприйняття інформації. Впровадження цих рекомендацій допоможе зробити новинний Telegram-канал популярним, привернути широку аудиторію та зберегти її лояльність.*

**Ключові слова:** *засоби масової комунікації, комунікація, месенджер, новинний Telegram-канал, новини під час війни.*

**Постановка проблеми.** Орієнтація в інформаційному просторі – важлива складова існування сучасної людини. Велику роль в цьому процесі відіграють медіа, особливо нові медіа зі своєю інтерактивністю та мультимедійністю. Одною із затребуваних інтернет-платформ мас-медійної комунікації сьогодні виступають месенджери, на яких за допомогою різних форматів відбувається комунікація. Останнім часом, в умовах військового часу, значної популярності серед українців набув месенджер Telegram зі своїм форматом Telegram-каналів. Telegram-канали стали важливим каналом впливу на громадську думку, розповсюдження та оприлюднення інформації.

Війна стала важливим каталізатором популярності Telegram-каналів в Україні. З перших днів повномасштабного вторгнення цей канал комунікації став одним з головних для українців, який допомагав швидко орієнтуватися в інформаційному просторі та отримувати актуальні новини.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання функціонування засобів масової комунікації та новітніх засобів масової комунікації в сучасному суспільстві вивчало багато науковців, серед яких можна виділити: М. Макклосена, Г. Почепцова, А. Марущака, Л. Городенко, В. Різун, В. Шевченко. Трансформацію комунікативного середовища

України описували в своїх роботах Т. Ісакова, В. Конач. Інструменти комунікації в Інтернеті досліджували такі вітчизняні фахівці, як С. Ілляшенко, Ю. Мельник, І. Побідаш. Останнім часом зріс науковий інтерес до месенджерів як каналу комунікації, їх дослідженню присвятили свої роботи І. Мудра, О. Кухарська, С. Бурлаков. Серед науковців, фокус яких був зосереджений на комунікації з аудиторією під час війни, можна виділити О. Васьківську, В. Жугай, В. Тарасюка. Аналізу Telegram та Telegram-каналів присвятили свої роботи Т. Кузнецова, С. Лебедева. Увагу в науковому дискурсі Telegram та окремо Telegram-канали як ЗМК отримали зовсім нещодавно. Але саме через те, що Telegram-канал зараз є одним з майданчиків, який використовують для впливу на громадські настрої та думки, важливість дослідження такого каналу розповсюдження новин є важливою.

**Метою статті** є визначити зміни, які відбулись у процесі ведення українських Telegram-каналів під час війни, які сприяли збільшенню їх популярності (на прикладі одного з популярних українських Telegram-каналів).

**Виклад основного матеріалу.** Сучасне інформаційне суспільство створює умови, в яких засоби масової комунікації мають постійний вплив на формування та конструювання соціальної реальності сьогодення. Здійснення масової комунікації можливе лише за умови використання спеціальних каналів та засобів масової комунікації. Серед них виокремлюють інтернет, радіо, телебачення, пресу, кіно, тощо. Вони є принциповою ланкою масової комунікації. Під засобами масової комунікації (ЗМК) розуміють сукупність каналів розповсюдження інформації, яка адресовано необмеженому колу осіб, соціальних груп, держав з метою оперативного інформування їх відносно подій і явищ у світі, конкретній країні, певному регіоні, а також для виконання спеціальних соціальних функцій [1, с. 38].

У сучасному цифровому світі електронні способи та інтернет-засоби комунікації набувають особливого значення, оскільки вони значно розширюють можливості людей для спілкування. Люди отримали можливість відкритого доступу до інформації, комунікації з необмеженою кількістю інших людей, доступу до обміну даних та передачі їх на великі відстані та у великих об'ємах.

Використання під час комунікації інтернету забезпечує високий рівень незалежності учасників комунікації. Розповсюдження інформації майже немає перепон, люди можуть спілкуватися, викладати інформацію публічно або анонімно. Інтернет став каналом двосторонньої комунікації, його користувачі активно приймають участь в обговоренні важливих тем, вони самостійно обирають інформацію, яку хочуть отримати.

Інтернет вплинув на появу такого медіа-простору, де головною характеристикою є система горизонтальних інтерактивних зв'язків між учасниками комунікації. Це, в свою чергу, сприяє децентралізації

у розподілі інформації між учасниками та налагодженню суттєво нового варіанту взаємодії у суспільстві, де відсутній один єдиний центр управління інформацією. Інтернет запропонував свої нові форми, засоби та канали інформування. Наряду із вже звичними офіційними сайтами та сторінками в соціальних мережах для розповсюдження інформації активно використовуються месенджери. Завдяки останнім, користувач набуває можливості бути проінформованим про актуальні події від журналістів, блогерів, інфлюенсерів, інших користувачів самостійно даючи згоду отримувати таку інформацію та долучатися до неї в зручний для себе час. Для месенджера, як одного з родини нових медіа, характерна швидка реакція на події та оперативність доставки актуальної інформації, стисла форма викладення інформації, створення умов для генерування користувацького контенту.

Поширення інформації у месенджерах спирається на загальні для нових медіа принципи: залученість всіх користувачів до створення контенту, необмеженість вибору тематики контенту, потенційна цінність створеного контенту, перетворення процесу інформування за допомогою створеного контенту на комунікацію. Ці принципи закладають основи зацікавленості аудиторії в отриманні новинної інформації у нових медіа та, зокрема, у месенджерах.

Сьогодні існує не менше сотні різноманітних месенджерів (наприклад, WhatsApp, Viber, Telegram тощо), які розрізняються своїми функціями. Telegram, як платформа для комунікації, був створений в 2013 році. В Telegram є можливість створення чатів, каналів та ботів. На початку свого існування ця платформа використовувалась тільки приватними користувачами. Але згодом ця платформа потрапила в поле зору журналістів, політиків, громадських діячів, PR-фахівців, маркетологів та інших не приватних користувачів, які почали використовувати Telegram як майданчик для поширення інформації, впливу на поведінку, настрої та думки аудиторії.

Світова аудиторія Telegram збільшується з кожним роком. Цю тенденцію повторює українська аудиторія. Кожного місяця аудиторія Telegram збільшується на 2,5 мільйони користувачів по всьому світу. За 10 років свого функціонування месенджеру вдалося залучити більше, ніж 800 мільйонів активних користувачів. З яких українська частка користувачів складає приблизно 7–10 мільйонів [2].

Telegram, як майданчик комунікації, має ряд переваг для українців, які живуть в умовах війни: різноманіття новин у рамках однієї платформи, стислість та доступність наданої інформації, наявність зворотного зв'язку, безупинне оновлення актуальної інформації, цілодобовий доступ до неї. Важливим чинником, який зумовив популярність Telegram серед інших месенджерів, став шифрований трафік. Саме можливість безпечно передавати данні призвела до зростання уваги до месенджеру серед користувачів. Ця функція стала як суттєвою перевагою, так і великою проблемою. Звичайні користувачі отримали сервіс

зі зручним інтерфейсом та високим рівнем безпеки інформації, але з іншого боку, це несе загрозу при використанні цього сервісу недобросовісними користувачами. Незважаючи на певні загрози для користувачів, які пов'язані з використанням Telegram, цей майданчик залишається популярним центром онлайн-комунікації українців.

Telegram активно використовуються фахівцями з комунікацій (журналістами, піарниками, рекламістами тощо) для поширення інформації та охоплення цільової аудиторії. Таку можливість надає Telegram-канал.

Telegram-канали є сучасними засобами масової комунікації зі всіма притаманними їм ознаками: публічність – канали є доступними для всіх користувачів; масовість – кількість учасників каналу може сягати мільйонів підписників; взаємодія відбувається завдяки технічним засобам, а саме завдяки майданчику Telegram; соціальна орієнтованість – в залежності від тематики, канали інформують суспільство щодо актуальних питань: події міста, країни, більш вузько направленої тематики: пошук роботи, житла, навчання, тощо; безперервний зв'язок – постійне оновлення новин (наприклад, на початку повномасштабної російсько-української війни деякі інтернет-видання публікувала до 750 дописів на день).

Telegram-канали стали зручним майданчиком комунікації з аудиторією. На базі створеного Telegram-каналу створюється спільнота, яка не має жодних обмежень щодо кількості учасників. Власники Telegram-каналів наповнюють їх контентом виходячи із своєї бізнес-мети та інтересів цільової аудиторії. Серед цілей ведення Telegram-каналів можна виділити: підтримка статусу компанії/бренду, підвищення клієнтської лояльності, збільшення прибутку, заробіток на рекламі, формування громадської думки, інформування суспільства тощо [3]. Особливої уваги заслуговують новинні Telegram-канали, які можна розглядати як аналог – каналів, головною метою яких є інформування користувачів щодо актуальних новин міста/країни/світу (в залежності від специфіки та аудиторії каналу).

Сьогодні велика кількість українських медіа мають новинні Telegram-канали, серед них: «Vesti», «ZN.UA», «Українська правда», «Forbes Ukraine», «Фокус», «Україна 24», «ICTV», «Суспільне», «ТСН новини», «УНІАН – новини України», «Труха Україна», «Obozrevatel», «Україна 24/7», «Лачен пише» та інші.

Феномен популярності Telegram-каналів серед українців пов'язаний із популярністю самого Telegram, що описано вище. Telegram-канали стали важливою складовою у формуванні громадської думки та новинного порядку денного. Telegram-канали надають можливість використовувати різні формати презентації інформації: зображення, фото, відео, аудіо, текст. Для Telegram-каналів характерно, що дописи в каналі публікуються не від імені окремих користувачів або від власника каналу, а саме від імені каналу, розмір файлів, які публікуються

мають обмеження до 2GB, довжини одного повідомлення має бути не більше 4096 символів, тривалість відеоповідомлення – до 1 хвилини. Telegram-канали бувають двох типів: публічні та приватні. Публічні канали доступні в пошуку для будь-якому користувачу. До приватного каналу доєднатися можна тільки через особисте запрошення від адміністратора каналу або через унікальне запрошення [3]. Публічні Telegram-канали дозволяють власнику розповсюджувати інформацію на велику аудиторію та за бажанням залишатися анонімним. Крім того, Telegram-канали є не лише зручним засобом поширення контенту, але й надають можливість відстежувати реакцію аудиторії.

Війна призвела до значних трансформацій в українському суспільстві та його медіасередовищі. Повномасштабне вторгнення Росії, яке розпочалося 24 лютого 2022 р., з перших днів велось не тільки безпосередньо на полі бою, а й в інформаційному просторі. Українські ЗМІ зіткнулися з хвилею російської пропаганди та дезінформації, яку мали швидко розвінчувати для збереження спокою громадян та розсіювання паніки.

Вирішальною подією у розвитку українського медіапростору від початку повномасштабної війни стало створення єдиного інформаційного каналу – «Єдиний марафон». Цей формат об'єднання каналів призвів до того, що люди мали обмежений вибір джерел інформації та відсутність різноманітності. Але це сприяло збільшенню єдності суспільства і поліпшенню ставлення до державних установ та інституцій [4, с. 104]. На телебаченні зникла альтернатива отримання новин з інших джерел та каналів, це вплинуло на те, що аудиторія спрямувала свою зацікавленість у соціальні мережі, месенджери. Це призвело до збільшення інтересу до онлайн-ресурсів, зокрема Telegram-каналів. Аудиторія, яка шукала важливу та оперативну інформацію про події в країні, змінила свої пріоритети у способах отримання інформації та знайшла зручне джерело новин у Telegram-каналах.

Згідно з результатами дослідження, проведеного в 2022 р., переважна більшість українців – 74%, відносили соціальні мережі до основного каналу споживання новин. Варто відмітити, що саме початок війни став важливим каталізатором розповсюдження та зростання популярності Telegram-каналів. Якщо до початку повномасштабного вторгнення частка людей, які регулярно стежили за новинами на цьому майданчику, становила 36%, то після 24 лютого 2022 р. цей показник зріс майже в двічі [5].

Війна змусила українців бути постійно активними учасниками інформаційного простору: вони не тільки постійно читають новини, дізнаються актуальну інформацію, моніторять ситуацію в країні та на фронті, але і самі надають інформацію, коментують події тощо. Telegram-канали увійшли до щоденної частини життя людей, перетворившись на справжню звичку. Українці починають та завершують свій день з перегляду новин в Telegram-каналах. Власне не так сильно

змінилась популярність самого застосунку Telegram, скільки виріс час користування щоденно. Результати дослідження продемонстрували, що час проведення в застосунку під час війни збільшився у вісім разів [6]. Telegram-канали стали надавати швидко необхідну людям інформацію: так вони першими почали інформувати про повітряну тривогу, згодом з'явився застосунок та сайт.

Війна значною мірою вплинула на медіаспоживання українців. Традиційні медіа не могли конкурувати з Telegram-каналами в питаннях швидкості та оперативності, які стали найголовнішими вимогами українців в перші дні повномасштабного вторгнення. Людям потрібна була інформація прямо тут, і прямо зараз – швидко, лаконічно, найголовніше.

Згідно з результатами дослідженнями, проведеного у другій половині 2022 р. ГО «Детектор Медіа», до п'ятірки найбільш популярних Telegram-каналів відносяться:

- Труха Україна – 2,7 мільйона підписників.
- Україна сейчас – 1,69 мільйона підписників.
- Україна online – 1,2 мільйона підписників.
- Інсайдер UA – 1,33 мільйона підписників.
- Реальна війна – 1,35 мільйона підписників [5].

Слід зазначати, що саме початок війни посприяв значному та швидкому збільшенню аудиторії вказаних каналів, завдяки оперативному інформуванню та можливості надати новини швидше, ніж в традиційних ЗМІ.

Формат Telegram-каналів є таким, що найбільше відповідає вимогам сучасної української аудиторії, яка знаходиться в умовах війни, бо дає можливість отримати необхідну інформацію за лічені секунди. Оперативність дуже важливий чинник, однак не менш важливим є якість інформації. Традиційні онлайн-ЗМІ чітко слідують професійними стандартами і це, в свою чергу, вимагає від них надання перевіреної, точної інформації, що потребує значно більше часу. Telegram-канали, навпаки, висвітлюючи новину, можуть спочатку надати неперевірену інформацію, а потім її спростувати. Тож миттєва реакція Telegram-каналів не завжди є позитивною рисою, навпаки, вона може свідчити про хибність отриманої інформації та вводити читачів в оману. Однак в умовах війни оперативність є одним з найбільш важливих факторів при виборі джерела отримання інформації. Люди не мають часу чекати, вони потребують максимально швидко отримувати всі новини. Тож в цьому питанні Telegram-канал повністю задовольняє потреби користувачів, не маючи аналогів в медіа-середовищі по швидкості прилюднення.

Однією з переваг використання Telegram-каналів, як джерела отримання новин для аудиторії, виступає лаконічність. Telegram формат вимагає подавати новини стисло, декілька речень, інколи навіть декілька слів. В свою чергу, це може впливати на точність інформації. Дуже

стислий огляд може зміщувати акценти та бути неправильно сприйнятий читачами. Однак варто зазначити, що на початку повномасштабного вторгнення щоденна кількість дописів в деяких найбільш популярних новинних Telegram-каналах складала близько 750, тож формат новини в декілька речень був найбільш зручним. Для Telegram-каналів не є характерним бекграунд. Зазвичай, канали не ускладнюють собі життя тим, щоб продовжити новину по заданій тематиці, надавши попереднє посилання. Це призводить до того, що втрачається цілісність розуміння новини, змінюється контекст. Зрештою отримавши інформацію поза контекстом та не володіючи посиланням на джерело, сприйняття аудиторії може мати суттєві відмінності від закладених первинно змістів.

Варто також відмітити, що для Telegram-каналів не існує жодних лексичних обмежень, що є також значною відмінністю від традиційних ЗМІ, які в свою чергу не мають права використовувати ненормативну, а також занадто емоційно забарвлену лексику в своїх матеріалах. Однак, якщо розглядати це питання з точки зору відповідальності журналістів за слова та матеріали, що розповсюджуються на сотні тисяч та більше користувачів, то виникає ефект навіювання. Тобто можна казати про прояв певної пропаганди, бо межі, де Telegram-канали говорять на мові підписників, а де нав'язують агресивні емоції та риторику, не існує. Це також стосується візуальної складової. Фото, прикріплене до меседжу значно впливає на його сприйняття.

Важливий вплив на емоції аудиторії справляють емодзі, використані в дописі. За допомогою цих невербальних знаків читачів налаштовують на конкретне сприйняття того чи іншого повідомлення. Так, наприклад, блискавки чи червоні знаки оклику на початку, акцентують на увазі користувача, що це важливе повідомлення. В сучасних реаліях подібні візуальні компоненти можуть бути дійсно виправданими, коли людина має звернути увагу на нове повідомлення про повітряну тривогу, запуск ракет, тощо. Але говорячи про весь спектр емодзі, текст стає другорядним в розумінні змісту повідомлення. Використовуючи емодзі, людині одразу нав'язують ту емоцію, яка в неї повинна виникнути, тож цей прийом також можна розглядати як прояв пропаганди.

Також до маніпуляцій, які використовують Telegram-канали, можна віднести розміщення замовних матеріалів серед новинних повідомлень. Пабліки виставляють політично-заангажовані матеріали, комерційну рекламу і часто ніяк це не маркерують, таким чином маніпулюючи думкою аудиторії.

Особливістю Telegram-каналів під час війни стало значне насичення контентом. На початку повномасштабного вторгнення у деяких Telegram-каналах з першої п'ятірки найпопулярніших каналів України, вказаних вище, публікувалося до 750 постів щоденно. Це відповідало потребам українців, які були налякані, розгублені та хотіли знати, що відбувається саме зараз. З часом кількість дописів в цих каналах значно зменшилась, поступово дійшовши до 100 публікацій на день.



Інформаційні запити аудиторії повністю відповідають подіям, які відбуваються в реальному часі. Найбільш важливою тематикою в українському сегменті Telegram, якою цікавляться 96% користувачів виступають бойові дії. Далі увага аудиторії зосереджена на запуску ракет та інших повітряних цілей – 90%. Ще однією важливою темою є внутрішня та зовнішня політика України та міжнародні події – 81% респондентів стежать за цими новинами в Telegram. 80% заявили про важливість отримання новин щодо загиблих та поранених бійців, а також про важливі побутові питання (відключення електроенергії, водопостачання, тощо). Важливою інформацією, за якою слідкують 77% користувачів, є інформація щодо полонених. Новини щодо ситуації в Росії значно менше цікавлять українців – 36%. І найменш популярною зараз є інформація розважального формату – тільки 24% респондентів стежать за цим форматом [6, с. 27].

Окрему увагу варто приділити візуальній складовій наповнення контенту. Найбільш популярні канали приблизно половину своїх публікацій супроводжують фото- чи відеоматеріалами. Можна виділити найбільш популярні супроводжувані зображення: фото героїв матеріалів, скріншоти повідомлень з соціальних мереж, статей, документів, інфографіки, мапа повітряних тривог та бойових дій, репортажні добірки. Особливу увагу варто приділити мемам, які дуже любляє аудиторія Telegram-каналів. Наразі це інструмент відволікання від важких реалій за допомогою гумору. Цей вид контенту набагато швидше стає популярним, активно поширюється користувачами [6, с. 25].

В рамках досліджуваної теми було застосовано метод контент-аналізу для отримання інформації щодо особливостей ведення Telegram-каналу в умовах війни. Для застосування цього метода був обраний самий популярний за рейтингом Київського міжнародного інституту соціології Telegram-канал України – «Труха» та зроблений порівняльний аналіз контенту цього каналу за березень 2021 р. та березень 2023 р. Задля цього було проаналізовано всі новини каналу, опубліковані в ці часові рамки, було виділено тематики, які найчастіше висвітлювалися, проаналізовано рекламний контент, мова написання новин, кількість новин, персон, тощо. Загальна кількість проаналізованих новин склала – 1618 новин.

Війна призвела до того, що у людей сформувалася потреба постійно отримувати актуальні новини, бути на зв'язку. Якщо раніше новини кількох днів вважалися актуальними та своєчасними, то в умовах війни подібні новини вже застарілі. Ситуація на фронті, міжнародні домовленості та внутрішня політика під час війни можуть змінюватися миттєво, тож аудиторії важливо бути постійно включеною в інформаційний контекст.

На практиці такий запит аудиторії знайшов відповідь у збільшенні в Telegram-каналі кількості повідомлень. За період 01.03-31.03.2021 року

канал опублікував 459 новин. За період з 01.03.- 31.03.2023 року кількість новин склала – 1159. Тобто кількість контенту зросла в 2,5 рази.

Якщо в березні 2021 р. середня кількість дописів на день складала 15, то в 2023 р.– 39 новин. Найбільша кількість новин – 89 дописів була опублікована 09.03.2023. В цей день відбувся масштабний ракетний обстріл, тож канал постійно оновлював інформацію щодо актуальної ситуації. З 89 новин 50 було присвячено війні та безпеці: повідомлення про вибухи в різних містах, запуски нових ракет, наслідки ракетних ударів, тощо.

Аналіз тематики, яка було була актуальна у досліджуванні періоди, можна помітити наступну тенденцію. В мирний час (березень 2021 р.) серед найбільш популярних тем були наступні: правопорушення та надзвичайні події, дорожньо-транспортні пригоди, суспільне життя, новини, які присвячені COVID-19 та медицині, внутрішня політика на місцевому та державному рівні. А саме з 459 новин:

- 99 новин – правопорушення, кримінальні новини, вандалізм – 21,5%;
- 71 новина – дорожньо-транспортні пригоди, аварії – 15,4%;
- 69 новин – суспільне життя – 15%;
- 58 новин – COVID-19 та медицина – 12,6%;
- 44 новини – місцева та державна політика – 9,6%;
- 31 новина – міжнародні та всесвітні події – 6,8%;
- 21 новина – новини спорту – 4,6%;
- 17 новин – гумористичний контент – 3,7%;
- 15 новин – реклама на каналі – 3,3%.

А також: 1 – соціологічне дослідження, 3 – опитування підписників каналу, 1 допис – «новина дня», 4 – висновки тижня, 4 – новини культури, 1 – освітня новина, 4 новини – рубрика «привіт від підписників», 4 – конкурси каналу, 9 – чат з підписниками каналу, 3 – загальнонаціональні новини.

Важливо відмітити, що усі новини каналу були присвячені виключно місту Харкову та містечкам в Харківській області. З інших міст новини потрапляли до каналу лише у випадку їхнього загальнонаціонального резонансу та важливості, а також новини про COVID-19 та спорт.

Війна значно вплинула на контент не лише кількісно, відбулася трансформація важливості тем висвітлення новин. Канал став загальнонаціональним, з висвітленням подій в усіх регіонах, що, в свою чергу, також посприяло збільшенню кількості новин завдяки зростанню обсягів інформації [7, с. 88]. Серед основних тем за березень 2023 р. можна виділити: війна та ситуація на фронті, новини про росіян та викривлення їхньої пропаганди, міжнародна політика, гумор, внутрішня політика країни, суспільне життя. А саме з 1159 новин:

- 343 новини – висвітлення війни, ситуація на фронті – 29,6%;
- 159 новин – розвінчання російської пропаганди, новини про росіян – 13,7%;
- 145 новин – міжнародна політика та допомога від партнерів – 12,5%;

- 99 новин – реклама – 8,5%;
- 97 новин – внутрішня політика – 8,4%;
- 95 новин – важливі суспільні питання – 8,2%;
- 80 новин – міжнародні події – 6,9%;
- 55 новин – надзвичайні події, правопорушення – 4,7%;
- 49 новин – гумор – 4,2%.

А також: 12 новин, присвячених волонтерству, 19 – дописів з інших каналів, 2 новини спорту, 1 новина – медицина, 1 новина – освіта, 1 – технології.

З початком повномасштабного вторгнення відбулося і збільшення згадувань важливих для України персон. Так, зокрема, якщо у березні 2021 року згадування Президента В. О. Зеленського у новинному каналі відбулося 5 разів. У березні 2023 року цей показник сягнув – 62 разів. Новини в яких фігурувала постать Президента України – це дублювання його відеозвернення щодо актуального стану на фронті та у важливих новинах про міжнародну та внутрішню політику. Значною мірою такому збільшенню згадувань в новинах сприяла стійка та чітка позиція Президента з першого дня повномасштабного вторгнення. В. О. Зеленський відмовився покидати межі країни, не дивлячись на пропозиції партнерів, та безпосередньо відвідував усі гарячі точки на фронті, сприяв налагодженню міжнародних відносин України з багатьма європейськими країнами. Українці позитивно реагували на пости, де була зазначена постать В. О. Зеленського, залишали під ними багато позитивних реакцій та слова підтримки.

Порівняльний аналіз співвідношення тексту та візуалізації контенту показав, що в період з 01.03–31.03.2021 року з 459 новин:

- 138 новин містили виключно текст – 30%;
- 127 новин містили виключно відео-контент – 27,7%;
- 32 новини супроводжувались фото+відео-контентом – 7%;
- 162 пости містили тільки фото – 35,3%.

Отримані дані свідчать, що 70% від усіх опублікованих новин в той період мали візуальне доповнення. Превалоє доповнення матеріалів саме фото-, відеоматеріалами. Відео-доповнення характерно для контенту, пов'язаного з ДТП, а також з гумором. В першому випадку це можна пояснити зацікавленістю аудиторії розібратися в усіх деталях інциденту, щоб в подальшому уникнути подібних ситуацій. В другому – бажанням аудиторії розважитися та перемкнути себе в інший емоційний стан за допомогою динамічної аудіо-візуальної картинки.

В період з 01.03.–31.03.2023 р. з 1159 новин:

- 239 новин містили виключно текст – 20,6%;
- 378 новин містять лише відео контент – 32,7%;
- 34 новини – фото+відео – 2,9%;
- 508 постів – лише фото – 43,8%.

З отриманих даних можна побачити, що майже 80% усіх опублікованих новин мали візуальне доповнення.

Таким чином, було зафіксоване зростання контенту із візуальним супроводженням. Якщо в березні 2021 р. цей показник складав 70%, то в березні 2023 р. він зріс майже на 10%. Слід зазначити, що серед новин, які надавалися у 2023 році, були новини присвячені волонтерської діяльності та волонтерським збором. Всі без виключення новини такої тематики супроводжувалися фото/відео-матеріалами. Це пояснюється важливістю наочного звітування перед користувачами, які надсилали власні гроші та робили донати та для заохочення продовжувати підтримувати збори та допомагати українській армії.

Найменша кількість візуальних матеріалів або взагалі їх відсутність була у новин, які висвітлювали оперативну ситуацію, пов'язану з агресивними діями ворога (повідомлення про повітряну тривогу, запуск ракет). Це пояснюється потребою в негайному інформуванні аудиторії про безпеку, отже нема часу на пошук необхідного фото/відео для візуалізації новини, потрібно рятувати людей.

Результати аналізу продемонстрували, що популярний новинний Telegram-канал майже 80% своїх новин у березні 2023 року супроводжував фото-відеоматеріалами. Без візуального супроводу в цьому каналі залишалися тільки ті новини, які вимагали термінового оприлюднення, що сповіщували про пряму небезпеку відвідувача Telegram-каналу.

До особливостей ведення популярного новинного Telegram-каналу під час російсько-української війни можна віднести збільшення контенту українською мовою. Це можна пояснити тим, що за рік повномасштабної війни громадяни України почали частіше спілкуватися українською мовою. Зміни, пов'язані з переходом на українську мову, відбулись по всій країні. Найменші трансформації притаманні західним регіонам країни, через те, що українська мова завжди була домінуючою в спілкуванні їх мешканців. Найбільш суттєві зміни відбулись на Півдні та Сході України, в регіонах, в яких історично переважало російськомовне населення.

Отримані за допомогою контент-аналізу дані показали, що в березні 2021 року у досліджуваному Telegram-каналі всі новини були виключно російською мовою, але в березні 2023 року кількість таких новин становила приблизно 50%. Зміни в запитах аудиторії щодо мови спілкування в новинних каналах спонукала адміністраторів каналу змінити мову контенту.

Окреме місце в Telegram-каналах відводиться гумористичному контенту. В рамках проведеного дослідження було зафіксовано збільшення кількості гумористичних дописів. Так, якщо в березні 2021 року було опубліковано 17 гумористичних дописів, то у березні 2023 року цей показник склав 49. У відсотковому співвідношенні до усіх опублікованих каналом новин показники наступні – 3,7% та 4,2% відповідно.

Від початку повномасштабного вторгнення дискусії щодо доречності гумору особливо гостро постали в медіапросторі та соціальних мережах. Суспільство розділилося на тих, хто вважає, що зараз не до

гумору та на тих, хто сприймає гумор як певне спасіння та можливість трохи відволіктися від реальності. Варто розуміти, що гумор – дійсно важлива складова для підтримки психологічного стану людини, він допомагає переживати критичні ситуації. Тож Telegram-канали, які мають мільйони підписників розуміють важливість психологічної розрядки та підтримки своєї аудиторії за допомогою такого інструменту як гумор [7, с. 88].

В умовах війни сприйняття жартів, мемів та й саме почуття гумору дещо видозмінилося. Раніше висміювалися «свої», але під час війни жарти над «своїми» недоречні, викликають відчуття загрози для «своїх». До того ж, українці змогли дуже сильно об'єднатись навколо своєї мети – перемоги над спільним ворогом, тож і гумор став пов'язаний із висміюванням саме ворога. Жарти, які підтримують українців та знецінюють, висміюють ворогів, сприймаються легше та безпечніше. Окрім того гумористичний контент поширюється набагато швидше, аніж просто інформативний. Окремої уваги заслуговують меми, які набувають характер вірусності.

Меми – це не просто жарти чи смішні картинки, це спосіб передачі змісту, що об'єднує людей, допомагає їм долати страх і розгубленість, нейтралізувати російську дезінформацію. Крім того, меми – це також сторінки історії великої війни, бо за кожним стоїть унікальна подія чи явище. Серед найпопулярніших мемів можна виділити:

- «Русській военний корабль, іди на...».
- «Доброго вечора, ми з України».
- «А я сейчас вам покажу, откуда на Беларусь готовилось нападение...».
- «Жест доброй воли».
- «Вообще не хочу уезжать из Крыма».
- «Чмоня і Медведчук» [8].

Таким чином, можна зробити висновок, що в умовах війни гумор значно трансформувався. Змінилося як наповнення, так і ставлення до нього. Гумор почав об'єднувати людей та надавати їм сили та віри, підвищуючи бойовий дух суспільства.

Реклама в Telegram-каналах – окремий вид контенту, зміст та обсяг якого змінився під час війни. Війна значною мірою вплинула на український рекламний ринок. Від початку війни багато великих компаній припинили свою діяльність на території України, тож і рекламні кампанії були призупинені. Але поступово, звикаючи до нових умов життя, бізнес почав шукати канали просування і питання реклами знову набуло своєї актуальності. Месенджери, зокрема Telegram, почали розглядатися як перспективний канал для просування. Популярні Telegram-канали стали такими майданчиками тому, що надавали рекламодавцю вихід на широку аудиторію.

Порівняльний аналіз рекламних постів у досліджуваному Telegram-каналі показав, що у березні 2021 р. кількість рекламних постів на каналі склала 15, а у березні 2023 р. цей показник сягнув 99 постів. Можна

побачити, що з переходом «Труха» на рівень загально-національного сповіщення та зі зростанням аудиторії збільшився і запит на рекламу у цьому медіа. Якщо в березні 2021 р. показник реклами у співвідношенні до усіх опублікованих новин сягав 3,3%, то в березні 2023 р. – 8,5%.

У березні 2023 р. «Труха» рекламувала наступні бізнеси та проекти:

- онлайн-кінотеатр «Sweet TV» – 29 публікацій;
- інші Telegram-канали – 20 публікацій;
- онлайн-казино «Cosmolot» – 14 публікацій;
- магазин «Алло» – 7 публікацій;
- реклама, пов'язана з криптовалютою – 5 публікацій;
- магазин «Rozetka» – 4 публікацій;
- пошук роботи – 4 публікацій;
- безпосередньо «Труха» – 4 публікацій;
- аптека 9-1-1 – 1, мережа АЗС «UPG» – 1 новина, реклама «Епіцентру» – 1, сайт знайомств – 2, магазин прикрас – 1, реклама проєктів – 1 новина, «Нова пошта» – 2 новини, реклама «форвард банку» – 1 новина, «EVA» – 1, «Prostor» – 1.

У березні 2021 р. реклама на каналі була присвячена виключно послугам, які надавала сама «Труха». Канал мав на меті збільшити свою аудиторію, тому на ньому постійно проводилися конкурси, які привертали увагу потенційних підписників та викликали зацікавленість у вже існуючих. Зростання кількості рекламного контенту є свідченням того, що отримання прибутку – одна з цілей ведення Telegram-каналів, яка може вплинути на об'єктивність, неупередженість, всебічність подання інформації про події.

Водночас з тим, що досліджуваний Telegram-канал є найбільш популярним серед Telegram-каналів України, він постійно піддається критиці з боку медіа-експертів. В його адресу лунають звинувачення у ненадійності викладеного матеріалу, у домінуванні хайпу над питанням інформаційної та фізичної безпеки громадян, у нехтуванні нормами, які регулюють рекламу тощо.

**Висновки і пропозиції.** Таким чином, за результатами проведеного дослідження був створений перелік рекомендацій, які стосуються особливостей ведення новинного Телеграм-каналу в умовах війни:

Надавати актуальну інформацію та миттєво реагувати на події не тільки в країні та світі але і на фронті.

Викладати достовірний та лаконічний матеріал. Сенсаційні фейки ситуативно збільшують аудиторію та увагу до каналу, однак як тільки стає зрозумілим, що інформація не відповідає дійсності, довіра аудиторії до каналу втрачається.

Викладати цікавий матеріал, зрозумілою для аудиторії мовою. Матеріал має бути доступним та легким для сприйняття різних категорій відвідувачів каналу.

В критичні для країни ситуації кількість дописів має зростати паралельно інформаційним запитам аудиторії. Максимум, який був

зафіксований у ході дослідження – 750 дописів на день. Зі зменшення напруги та поверненням країни у стабільний стан, кількість дописів у загально-національному новинному Telegram-каналі скорочується, але для підтримки відчуття у аудиторії виключності в актуальні новини має становити не менше 25 дописів на день (в сучасних воєнних умовах існування українського суспільства).

Додати в публікації візуальний контент, частка якого у співвідношенні до тексту може сягати 80%. Формат Telegram-каналів більш орієнтований на текстові повідомлення – коротке інформування в декількох реченнях, однак візуальне доповнення новини значною мірою збільшує зацікавленість аудиторії. Більш того, коли новина має візуальне підкріплення, вона сприймається як достовірна.

Обмежити кількість тексту в дописі в середньому до двох абзаців, а середню кількість слів на один абзац до 17 слів.

Час викладення новини, яка є надзвичайно важливою для життя та безпеки загалом (запуск ракет, оголошення повітряної тривоги, відміна повітряної тривоги) має складати не більше хвилини від початку події до повідомлення про неї аудиторії.

Відкрити коментарі під дописами. Наявність коментарів на каналі створює у аудиторії відчуття значимості їх думки, кожний підписник може висловити свою думку щодо окремої новини, а також вступити в діалог з іншим коментатором, це в свою чергу створює майданчик для обговорення останніх новин.

Демонструвати соціальну відповідальність новинного Telegram-каналу в цілому та його власників зокрема. Важливо під час війни висвітлювати дії каналу, які спрямовані, наприклад, на допомогу збройних сил України і, таким чином, надавати приклад для своєї мільйонної аудиторії.

Викладаючи рекламні матеріали, слід дотримуватися норм та не виходити за рамки правового поля. Надмірна кількість реклами викликає негативний ефект серед підписників, щоб цього не трапилось, бажано не виходити за рамки 8% рекламного контенту по відношенню до всього об'єму публікацій.

Додавати у новинну стрічку гумор у різних форматах, особливу увагу приділити мемам. Доля гумористичного контенту у новинному Telegram-каналі може становити 4% від загального об'єму всіх публікацій.

Використовувати емодзі задля легшого сприйняття та структурування інформації.

Використання вказаних рекомендацій під час ведення Telegram-канал дозволить зробити канал популярним, охопити широку аудиторію та перетворити її на лояльних підписників.

### Список використаної літератури

1. Арабаджиев Д., Сергієнко Т. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус*. 2020. № 2. С. 36–42.

2. Du Rove's Channel веб-сайт. URL: <https://t.me/durov/215> (дата звернення 03.03.2024).

3. Групи/канали у Telegram: різниця, переваги, кому підійде. Веб-сайт. URL: <https://youtogift.com/de/blog/gruppy-vs-kanaly-v-telegram-raznica-preimusestva-komu-podojdet> (дата звернення 07.03.2024).

4. Бай С., Шкарупа Телемарафон в Україні – історія створення та розвитку. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення* : матеріали Міжнародної наукової інтернет-конференції, WSZIA w Opolu. Тернопіль : ФО-П Шпак В. Б., 2023. Випуск 80. С. 101–106.

5. Від «Трухи» до Гордона: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram. Детектор Медіа. URL: <https://detector.media/monitoryh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naypopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-telegram/> (дата звернення 20.03.2024).

6. Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту. Аналітичний звіт. Київ, ГО «Український інститут медіа та комунікації», 2023. 68 с.

7. Шалімова А. А., Байдак Т. М. Українські Telegram-канали під час війни. *Розвиток сучасного українського суспільства у соціологічному вимірі* : матеріали X міжнар. наук.-практ. конф. Харків : НТУ «ХПІ», 2023, С. 87–88.

8. Спалек М. Скажи «паляниця». 15 мемів, що з'явилися у час великої війни URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31240/2023-02-23-skazhy-palyanytsya-15-memiv-shcho-z'yavlyysya-u-chas-velykoi-viynu/> (дата звернення 20.03.2024).

### **Baidak T. M., Shalimova A. A., Bolotova V. O. The specificity of managing news Telegram channels during the wartime**

*The article states the specificity of managing news Telegram channels during the war in Ukraine, which have allowed the channels to remain popular and increase their audience. It is stated that Ukrainian news Telegram channels provided operative information to the audience at the beginning and throughout the war in comparison with traditional mass media. Attention is focused on the advantages and disadvantages of this format, including operative and the possibility of spreading unverified information. Attention is drawn that news Telegram channels play an important role in providing information during the war but require critical understanding and verification of information sources.*

*The article presents the results of comparing publications from one of the most popular Ukrainian Telegram channels before the full-scale war in Ukraine and during the war. It was found that under the influence of the war, the number of published news, in particular with military topics, has increased, the set of topics and the language of writing have changed. The analysis showed an increased importance of visual content in news, especially in the context of volunteer activities and events on the front line. An increase in the publication of humorous content in news Telegram channels was also documented, particularly through the examined channel. The indicators of humorous material publications grew both in absolute terms and in percentage ratio to the total number of news. Humorous content became an important element of community unity and support, particularly through viral memes that supported the audience during challenging times.*

*Based on the research results, recommendations were provided for managing news Telegram channels during wartime. The recommendations cover various*



*aspects such as providing relevant and reliable information, using visual content, setting a symbols limit in a post, and the timing of posting important news. Additionally, the openness of comments, demonstration of social responsibility, and balance of advertising content are also important. In particular, it is recommended to add humor and use emojis to improve the perception of information. Implementation of these recommendations will help make the news Telegram channel popular; attract a wide audience and maintain its loyalty.*

**Key words:** *mass media, communication, messenger, Telegram news channel, news during the war.*