МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему «Цифрова трансформація журналістики: роль Telegram у сучасних медіа»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0611-2ж
спеціальності С7 журналістика
освітньої програми «Журналістика»
Балута Р. Р.
Керівник: доц., к. філол. н. *Усманова О. В.*
Рецензент: доц., к. філол. н. *Пирогова К. М.*

Запоріжжя 2025

ЗМІСТ

Реферат 3
Завдання 5
Вступ 7
Розділ 1. Telegram як інструмент медіа-комунікації 9
1.1. Функціональні можливості Telegram для створення та поширення контенту 9
1.2. Telegram-канали як засіб масової інформації: структура та аудиторія 14
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту 21
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту 21
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту 25
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту 30
2.4. Особливості оформлення проєкту 32
2.5. Технічні і програмні засоби 35
2.6. Зв’язок із творчим доробком (портфоліо) 37
Висновки 40
Список використаної літератури 43
Додаток А. Ілюстративний матеріал 47
Додаток Б. Опубліковані матеріали в рамках творчого проєкту «Telegram-каналу ProMind» 51
Додаток В. Список матеріалів портфоліо 55
Декларація академічної доброчесності 58
Abstract 59

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: Цифрова трансформація журналістики: роль Telegram у сучасних медіа.

Обсяг основної частини роботи: 36 сторінок.

Кількість використаних джерел – 29.

Мета роботи – дослідити особливості функціонування месенджера Telegram у контексті цифрової трансформації журналістики, визначити його місце у сучасному медіапросторі, специфіку комунікаційних практик та зміну моделей споживання контенту.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання:**

1) дослідити функціональні можливості месенджера Telegram для створення, обробки та поширення журналістського контенту.

2) охарактеризувати Telegram-канали як новий засіб масової інформації, охарактеризувати їх структуру, тематичну спрямованість та особливості взаємодії з аудиторією.

3) створити творчий проєкт – власний Telegram-канал із журналістським контентом, який відображає основні принципи нової цифрової журналістики, та проаналізувати його ефективність і взаємодію з аудиторією.

Об'єкт дослідження – інформаційний проєкт у форматі Telegram-каналу «ProMind», спрямований на популяризацію знань у сферах самонавчання, продуктивності та онлайн-підприємництва.

Предмет дослідження – особливості використання месенджера Telegram як платформи для поширення журналістського контенту.

Формально-змістові характеристики проєкту. Творчий проєкт є персональним текстовим журналістським Telegram-каналом, у якому були опубліковані 13 власних матеріалів, що висвітлюють тематику самонавчання, особистісного розвитку, продуктивності, фрілансу та малого бізнесу. В центрі уваги актуальні питання, що становлять інтерес для української аудиторії, зокрема: мотивація до саморозвитку, техніки ефективного навчання, цифрова

грамотність, інструменти для організації часу, а також можливості професійної реалізації в умовах сучасного ринку праці. Реалізований проєкт демонструє залежність обраних засобів вираження думки від обраної тематики та проблематики, а також різницю реакції аудиторії на публікації, що порушують різні питання.

Ключові слова: інтернет-журналістика, Telegram, телеграм-канали, сучасні медіа, бізнес, саморозвиток, фріланс, медіаплатформи.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – бакалавр
Спеціальність С7 журналістика
Освітня програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В.

«27» травня 2025 року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТА
Балуті Ростиславу Руслановичу

1. Тема роботи «Цифрова трансформація журналістики: роль Telegram у сучасних медіа» («Digital Transformation of Journalism: the Role of Telegram in Modern Media»),
керівник роботи – Усманова Олена Вікторівна, доц., к. філол. н.,
затверджені наказом ЗНУ від «07» листопада 2024 року № 1781-с.

2. Строк подання студентом роботи – 9 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: С. Бондар, М. Бутиріна, М. Года, А. Дмитрян, В. Дудар, В. Жугай, О. Коваль, А. Коваленко, К. Козик, О. Кочетков, В. Масенко, М. Рябчун, А. Сагура, А. Федотова, Л. Чернявська.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) дослідити функціональні можливості месенджера Telegram для створення, обробки та поширення журналістського контенту; 2) охарактеризувати Telegram-канали як новий засіб масової інформації, охарактеризувати їх структуру, тематичну спрямованість та особливості взаємодії з аудиторією; 3) створити творчий проєкт – власний Telegram-канал із журналістським контентом, який відображає основні принципи нової цифрової журналістики, та проаналізувати його ефективність і взаємодію з аудиторією.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав (дата і підпис)	Завдання прийняв (дата і підпис)
Вступ	Усманова О.В., доц.	10.11.2024	10.11.2024
1 розділ	Усманова О.В., доц.	20.12.2024	20.12.2024
2 розділ	Усманова О.В., доц.	06.02.2025	06.02.2025
Висновки і додатки	Усманова О.В., доц.	12.04.2025	12.04.2025

6. Дата видачі завдання – 20 листопада 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	12.11.2024	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу, визначити емпіричні джерела.	20.11.2024	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	10.01.2025	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	20.02.2025	Виконано
5	Сформувати список творчого доробку, написати всі інші підрозділи практичної частини.	08.03.2025	Виконано
6	Написати висновки і остаточний варіант вступу.	22.04.2025	Виконано
7	Оформити всі додатки.	12.05.2025	Виконано
8	Пройти рецензування. Здати роботу на нормоконтроль.	25.05.2025	Виконано
9	Виправити недоліки оформлення і здати роботу на кафедру.	02.06.2025	Виконано

Студент _____ _____ Балута Р. Р.

Керівник роботи _____ Усманова О. В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Чабаненко М. В.

ВСТУП

Актуальність. У сучасному світі цифрова трансформація стала невід'ємною частиною розвитку всіх сфер суспільного життя, і журналістика, як чутлива до змін галузь, не є винятком. Зокрема, бурхливий розвиток цифрових технологій, мобільних додатків та соціальних платформ суттєво змінив форми створення, поширення та споживання інформації. Серед безлічі новітніх комунікаційних інструментів особливу роль у цьому процесі відіграє Telegram, платформа, що не лише здобула популярність серед користувачів у всьому світі, а й стала потужним інструментом у руках журналістів, редакцій та незалежних медіа. Саме тому дослідження цифрової трансформації журналістики крізь призму використання Telegram як медіаресурсу є актуальним, своєчасним та суспільно значущим.

Telegram, завдяки своїй зручності, швидкості, високому рівню захисту персональних даних та можливості створення інформаційних каналів, трансформувався у справжнє середовище для функціонування новітньої журналістики. Платформа стала інструментом для обходу цензури, поширення альтернативної точки зору, швидкого реагування на події, а також середовищем для створення нових форматів журналістських матеріалів, зокрема коротких повідомлень, мемів, інфографіки, аудіо- й відеоконтенту. Усе це свідчить про те, що Telegram змінює не лише технічні аспекти журналістики, а й її змістовні, етичні та організаційні виміри.

Дослідження цієї теми дає змогу не лише краще зрозуміти природу сучасних журналістських практик у цифровому середовищі, а й окреслити перспективи подальшої трансформації медіа. Аналізуючи функціонування Telegram як медіаплатформи, можна виявити нові закономірності взаємодії між журналістом і аудиторією, трансформацію ролі редакцій, вплив алгоритмів на поширення контенту. Усе це дозволяє зробити обґрунтований висновок, що дослідження ролі Telegram у цифровій трансформації журналістики має вагоме

наукове та практичне значення, а отже, є надзвичайно актуальним для сучасного гуманітарного дискурсу.

Мета роботи – дослідити особливості функціонування месенджера Telegram у контексті цифрової трансформації журналістики, визначити його місце у сучасному медіапросторі, специфіку комунікаційних практик та зміну моделей споживання контенту.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі *завдання*:

1) дослідити функціональні можливості месенджера Telegram для створення, обробки та поширення журналістського контенту.

2) охарактеризувати Telegram-канали як новий засіб масової інформації, охарактеризувати їх структуру, тематичну спрямованість та особливості взаємодії з аудиторією.

3) створити творчий проєкт – власний Telegram-канал із журналістським контентом, який відображає основні принципи нової цифрової журналістики, та проаналізувати його ефективність і взаємодію з аудиторією.

Об'єкт дослідження – об'єктом дослідження є інформаційний проєкт у форматі Telegram-каналу «ProMind», спрямований на популяризацію знань у сферах самонавчання, продуктивності та онлайн-підприємництва.

Предмет дослідження – особливості використання месенджера Telegram як платформи для поширення журналістського контенту.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та двох додатків. Обсяг основної роботи – 36 сторінок. Список використаної літератури включає 29 найменувань (викладених на 3 сторінках).

РОЗДІЛ 1
TELEGRAM ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІА-КОМУНІКАЦІЇ

1.1. Функціональні можливості Telegram для створення та поширення контенту

Сучасний цифровий світ дедалі більше зосереджується на платформах, що дозволяють створювати, редагувати, поширювати та отримувати інформацію в різних формах. Серед найяскравіших представників таких багатофункціональних сервісів став месенджер Telegram, який вирізняється своєю гнучкістю, універсальністю та орієнтованістю на якісний контент. Telegram перестав бути просто засобом обміну повідомленнями, він трансформувався у потужну платформу для повноцінної роботи з інформацією, охоплюючи при цьому як приватних користувачів, так і бізнес, медіа, освітні організації та незалежних творців. Функціональні можливості Telegram у створенні та поширенні контенту є настільки широкими, що дають змогу реалізувати навіть найскладніші інформаційні стратегії без залучення сторонніх сервісів чи технічної підтримки, що лише підкреслює унікальність цього месенджера серед безлічі інших інструментів комунікації.

Месенджер Telegram був створений у 2013 році, російським підприємцем Павлом Дуровим, який після конфлікту з владою РФ був змушений емігрувати за кордон через свою незгоду з насильницькою політикою російського режиму. Основною ідеєю, яка лягла в основу Telegram, стала конфіденційність спілкування, месенджер надає можливість зашифрованого обміну повідомленнями, не передає особисті дані третім особам та активно протистоїть тиску з боку урядів. Павло Дуров категорично відмовився передати особисту інформацію користувачів російським спецслужбам, за що згодом був оголошений «іноземним агентом» у росії. Усе це детально описано у праці дослідника М. Годи «Telegram: історія створення месенджера, боти та блокування сервісу», де розглядається не лише технологічна складова платформи, а й політичний контекст її існування [6].

С. Бондар зазначає, що серед головних переваг Telegram є наявність каналів, які можуть слугувати справжніми інформаційними медіаплатформами. Кожен користувач має можливість створити свій власний канал, який, залежно від налаштувань, може бути публічним або приватним. У публічному режимі канал виступає відкритим джерелом інформації, доступним будь-якому користувачеві без обмежень. Приватні канали, у свою чергу, використовуються для внутрішньої комунікації або поширення ексклюзивного контенту серед обмеженого кола підписників. Така гнучкість дозволяє охопити різні цільові аудиторії та ефективно працювати з ними, формуючи довіру, залученість і лояльність. На каналах можна розміщувати тексти будь-якої довжини, зображення, відео, документи, опитування, анімації та навіть інтерактивні елементи, що значно розширює діапазон форматів для передачі інформації [1].

На думку С. Бондар та Ю. Зимбалевської, Telegram-канал є новим маркетинговим трендом, який трансформується у важливий елемент рекламної кампанії, забезпечуючи ефективне просування продукту або ідеї завдяки гнучкості форматів, швидкості поширення та можливості налагодження персоналізованого діалогу. Дослідниці підкреслюють, що Telegram не лише спрощує процес взаємодії між брендом і споживачем, а й формує особливий тип цифрової довіри, що сприяє підвищенню лояльності та залученості до контенту. В умовах сучасного цифрового маркетингу, коли традиційні інструменти реклами втрачають свою ефективність через перенасичення інформаційного простору, Telegram-канали починають відігравати роль новітніх медіаінструментів, що здатні встановлювати тісний і довірливий контакт із цільовою аудиторією [1].

На думку Ю. Жугая неймовірно зручним інструментом Telegram є функція ботів, які дозволяють автоматизувати створення та поширення контенту, взаємодіяти з аудиторією, керувати зворотним зв’язком, здійснювати аналітику та багато іншого. Боти стають віртуальними помічниками, здатними створювати персоналізовані добірки новин, відповідати на запитання, пропонувати товари чи послуги, збирати думки користувачів, надавати доступ до певного контенту або

ж організовувати цілий процес навчання чи консультування. Ботів можна запрограмувати так, аби вони автоматично публікували дописи в каналі згідно з розкладом, що суттєво спрощує життя адміністраторам і забезпечує стабільну публікаційну активність [9].

Також ще одним унікальним інструментом Telegram для творців контенту є функція супергруп, які також можуть бути публічними або приватними. Супергрупи дозволяють збирати велику кількість учасників для обговорення певної тематики, обміну досвідом, поширення новин чи координації дій. На відміну від каналів, де спілкування йде в одному напрямку від адміністратора до підписників, у супергрупах формується двосторонній зв'язок, який забезпечує глибший рівень взаємодії. Завдяки можливості закріплювати повідомлення, ділити розмови на теми, використовувати реакції, згадки та коментарі, Telegram супергрупи перетворюються на справжні спільноти, де кожен учасник може відчути свою причетність до процесу створення контенту та стати активною частиною комунікаційного середовища.

Як зазначає М. Бутиріна, Telegram-канал можна розглядати як мета-ЗМІ, тобто медіаформат, що поєднує в собі ознаки традиційної журналістики, соціальних мереж і незалежного блогінгу, формуючи при цьому нові стандарти комунікації та створення новинного простору. Авторка підкреслює, що Telegram дозволяє уникнути зовнішнього редакторського тиску, зберегти унікальний стиль мовлення і подачі інформації, а також забезпечити оперативність, яка є критично важливою у боротьбі за увагу аудиторії. У такому контексті платформа набуває рис автономного інформаційного всесвіту, де творець контенту водночас виступає у ролі редактора, видавця, журналіста та куратора інформаційного потоку. Сучасна медіареальність дедалі частіше звертає увагу на Telegram як на платформу, що виходить за межі класичного уявлення про засоби масової інформації [2].

Крім того, Telegram надає авторам контенту потужні можливості для форматування тексту, що відіграє ключову роль у створенні візуально привабливих та структурованих повідомлень. Застосування курсиву,

напівжирного шрифту, моноширинного форматування, гіперпосилань дозволяє досягати високого рівня презентабельності інформації без потреби у зовнішніх редакторах. Це важливо для тих, хто прагне не лише передавати зміст, а й створювати естетично привабливий продукт, який легко читається та запам'ятовується. Також Telegram підтримує функцію Instant View, яка дає змогу миттєво переглядати повні версії статей з інших сайтів без виходу з месенджера, що значно покращує користувацький досвід і відкриває нові шляхи для просування контенту.

Здатність Telegram впливати на свідомість аудиторії, формувати та задавати інформаційний настрій підтверджується й науковими дослідженнями. О. Коваль акцентує увагу на тому, що Telegram-канали стали потужним засобом впливу на громадську думку, оскільки поєднують індивідуалізовану подачу інформації з широкими можливостями поширення контенту. Дослідниця наголошує, що завдяки довірливому тону комунікації, відсутності нав'язливої реклами та можливості створення ексклюзивного контенту автори здатні не лише інформувати, а й формувати емоційний та ідеологічний зв'язок із підписниками. У такому середовищі виникає ефект залучення, при якому користувач не просто споживає контент, а відчуває себе його співучасником, що значною мірою посилює вплив повідомлень на його поведінку, переконання та цінності [13].

Платформа активно підтримує принципи безпеки та конфіденційності, що є важливим чинником для авторів, які працюють із чутливими або ексклюзивними матеріалами. О. Кочетков зазначає, що використання наскрізного шифрування, наявність секретних чатів, функції самознищення повідомлень та обмежень на пересилання захищає інформацію від стороннього доступу та забезпечує контроль над поширенням контенту. Такі можливості створюють комфортне середовище для роботи з інформацією різної категорії, включно з аналітичними матеріалами, внутрішніми звітами, навчальними матеріалами та творчими напрацюваннями [16].

Серед ключових векторів застосування Telegram у сучасному інформаційному просторі є його роль у веденні інформаційної війни, особливо у контексті актуальних геополітичних викликів. О. Кочетков наголошує на тому, що Telegram-канали стали не лише джерелом новин, а й інструментом маніпуляції, дезінформації та контрпропаганди, що використовується як державними структурами, так і неформальними об'єднаннями. У роботах дослідника підкреслюється, що саме завдяки оперативності публікації, анонімності адміністраторів, гнучкості в редагуванні й широкому охопленню Telegram перетворився на арену боротьби за домінування в інформаційному полі. В умовах війни, кризи чи соціальної нестабільності Telegram-канали набувають особливої ваги, адже формують уявлення мас про події, подають альтернативні трактування фактів і стають потужним інструментом інформаційного впливу [16].

Варто також звернути увагу на можливість інтеграції Telegram із зовнішніми сервісами та платформами. За допомогою відкритого API та бот-фреймворку можна створювати складні екосистеми для управління контентом, синхронізувати Telegram із сайтами, блогами, електронними таблицями, базами даних та навіть навчальними платформами. Це дозволяє автоматизувати не лише публікацію, а й обробку зворотного зв'язку, аналітику, сегментацію аудиторії, збір статистики та багато інших процесів. Telegram легко поєднується з CRM-системами, маркетинговими інструментами, платформами для аналітики та штучного інтелекту, що відкриває перед користувачем безмежні можливості для вдосконалення свого інформаційного продукту.

У межах українського інформаційного середовища Telegram демонструє свою унікальну адаптивність до локального контексту, реагуючи на суспільні запити та трансформуючись разом із соціальними реаліями. В. Жугай та Т. Кузнєцова у своїх дослідженнях аналізують особливості Telegram-каналів саме в українських умовах, підкреслюючи їхню роль у створенні альтернативного медіаполя, яке не залежить від традиційних ЗМІ та виконує функції соціального орієнтування. Дослідники зазначають, що українські

Telegram-канали стали інструментом мобілізації, просвітництва, громадянського активізму та навіть психологічної підтримки, що свідчить про їхню здатність не лише поширювати інформацію, а й активно впливати на соціальні процеси, об’єднувати спільноти та створювати нові сенси в періоди кризи [9].

Окрему увагу заслуговує використання Telegram як платформи для просування культурного та креативного контенту, що набуває особливої актуальності у добу цифрової трансформації медіапростору. А. Коваленко розглядає досвід організації онлайн-марафонів у Telegram як ефективний спосіб популяризації культурного медіапродукту, де поєднуються елементи розважального, освітнього та емоційного впливу.

Автор підкреслює, що саме гнучкий формат подачі, поетапна взаємодія, інтерактивність і висока залученість аудиторії роблять Telegram надзвичайно сприятливим середовищем для реалізації творчих ідей, організації тематичних подій, презентацій, конкурсів і культурних акцій. У такий спосіб Telegram перетворюється на сучасний цифровий майданчик, що відкриває нові горизонти для поширення культурної спадщини, творчого самовираження і популяризації українського мистецтва [14].

Отже, Telegram постає не просто як месенджер, а як повноцінна цифрова платформа з неймовірним потенціалом для створення та поширення контенту. Його функціональність дозволяє зручно та ефективно працювати з інформацією будь-якого типу, забезпечуючи високу якість комунікації, широкий діапазон форм подачі, автоматизацію процесів, безпеку та гнучкість. Користувачі, які опановують інструменти Telegram, можуть розраховувати на глибокий рівень взаємодії з аудиторією, масштабування своєї діяльності та формування власного медійного простору.

1.2. Telegram-канали як засіб масової інформації: структура та аудиторія

Ми вже визначили, що Telegram, як платформа, створена з акцентом на безпеку, конфіденційність і швидкість передачі даних, з часом перетворилася не

лише на засіб приватного спілкування, але й на потужний інструмент публічного інформування. В свою чергу, Telegram-канали дозволяють авторам оперативно доносити інформацію до аудиторії, формувати інформаційні приводи, вести пропаганду або просвітницьку діяльність, мобілізувати спільноти, впливати на суспільну думку та навіть змінювати хід соціально-політичних подій. Їхнє зростання зумовлене як технологічними перевагами платформи, так і зміною комунікаційних звичок аудиторії, яка дедалі більше тяжіє до децентралізованого споживання інформації.

Наприклад, А. Дмитрян у своїй науковій роботі, присвяченій створенню Telegram-каналу на тему збереження української культурної спадщини, розглядає цей інструмент як ефективний спосіб передачі гуманітарних смислів, збереження колективної пам’яті й посилення національної ідентичності. Вона зазначає, що Telegram дає змогу не просто зберігати й архівувати культурний контент, а й залучати нові покоління українців до активного його осмислення. Створення спеціалізованих каналів із контентом про історичні події, українське мистецтво, мову, народні традиції дозволяє формувати діджитал-простір, де українська культурна спадщина стає частиною щоденного інформаційного споживання, що особливо актуально в умовах війни та агресивної асиміляційної політики з боку країни-агресора [7].

У свою чергу К. Козик досліджує явище моніторингової журналістики в Telegram, акцентуючи увагу на оперативності, точності та системному зборі інформації. Він зазначає, що Telegram-канали можуть виступати як постійний «інформаційний сканер», інструмент швидкого реагування, коли новина або факт з’являється миттєво після події. Це створює перевагу над традиційними ЗМІ, але також і виклики, зокрема: відсутність часу на перевірку фактів і небезпека поширення неперевірених повідомлень [15]. Тоді як, В. Масенко у своєму аналізі Telegram-каналів в Україні виділяє їхню популярність серед населення, однак звертає увагу на проблему непрозорої редакційної політики та відсутності відповідальності. Найпопулярніші канали, за її словами, не завжди представляють журналістику у класичному розумінні, а часто виконують роль

блогів або політичних інструментів. Це знижує загальний рівень довіри до каналу як джерела інформації, хоча охоплення та вплив залишаються надзвичайно високими [18].

Цікавою також є думка М. Рябчуна, який вказує, що Telegram-канали стали новою формою ЗМІ, яка трансформує принципи журналістської діяльності. Вони поєднують у собі функції репортера, редактора, дизайнера та маркетолога, що робить журналістику більш гнучкою, але й вимагає від авторів каналу більшого рівня відповідальності та професіоналізму. М. Рябчун стверджує, що в умовах гібридної інформаційної війни Telegram-канали відіграють не лише роль новинного сервісу, але й формують національну безпеку в інформаційній сфері [19]. А. Сагура аналізує контент-стратегії українських масмедіа, які активно просувають свої платформи в Telegram. Автор виокремлює кілька моделей комунікації: новинну, аналітичну, експертну, інфографічну, кожна з яких відповідає окремій аудиторії. Telegram-канал у цьому випадку виступає як продовження класичного медіа, але з елементами інтерактивності, швидкості та персоналізованого підходу [20].

М. Рябчун стверджує, що структурна організація Telegram-каналів як інформаційного ресурсу визначається передусім їхньою гнучкістю та мінімалізмом. Кожен канал функціонує як віртуальна редакція, яка може складатися з однієї особи або з колективу авторів, редакторів, дизайнерів і технічних спеціалістів. У контексті Telegram платформа не потребує сертифікації ЗМІ, отримання ліцензій чи реєстрації, що відкриває можливість створення каналів абсолютно будь-яким користувачем. При цьому контент подається у формі повідомлень, які можуть включати текст, зображення, відео, аудіофайли, документи, гіперпосилання та інтерактивні елементи, як-от голосування. Важливо зазначити, що Telegram забезпечує автоматичну доставку повідомлень передплатникам каналу, минаючи алгоритми стрічки, як це відбувається у більшості соціальних мереж, що дозволяє зберігати хронологічність та прямий контакт із аудиторією. Адміністратори можуть використовувати чат-боти для автоматизації публікацій, збору зворотного

зв’язку та модерації коментарів. Канали можуть бути публічними або приватними, що надає гнучкість у визначенні цільової аудиторії та політики доступу. Крім того, Telegram підтримує анонімність авторів, що створює умови для розповсюдження як альтернативної, незалежної інформації, так і дезінформаційних наративів [19].

Зазначимо, що А. Федотова у своєму дослідженні порушує тему монетизації Telegram-каналів. Вона вказує, що ці канали можуть бути не лише інформаційним ресурсом, а й комерційним активом. Завдяки можливості розміщення реклами, продажу контенту, запуску інфопродуктів Telegram перетворюється на платформу, де інформація та економіка тісно взаємопов’язані. Це породжує нові виклики зокрема, питання прозорості рекламних матеріалів та їхнього впливу на зміст контенту [23]. Тоді як, Л. Чернявська та Н. Данилюк наголошують, що Telegram-канали є важливим елементом диджиталізації українських масмедіа. Вони розглядають цей процес як позитивний крок до осучаснення українського інформаційного простору, адаптації до нових цифрових форматів, розширення доступу до контенту. Разом із тим науковиці вказують на потребу у формуванні нових стандартів журналістської етики в цифровому середовищі [24].

Слід зауважити, що аудиторія Telegram-каналів є надзвичайно різноманітною як за соціально-демографічними характеристиками, так і за мотивами споживання контенту. У країнах з високим рівнем інтернетизації молодь і люди середнього віку активно використовують Telegram як основне джерело новин. Наприклад, дослідження компанії InMind показало, що найбільша частка аудиторії Telegram в Україні складається з молодих людей віком від 18 до 34 років, що свідчить про популярність Telegram серед молоді. Згідно з тим же дослідженням, аудиторія Telegram майже порівну розподілена за статтю: 48% жінок і 52% чоловіків. Найбільше користувачів Telegram проживають у великих містах, таких як Київ, Харків та Одеса [26].

За днаними Detector.media 2021 році лише 21% українців використовували Telegram для отримання новин. Після початку повномасштабного вторгнення

цей показник зріс до понад 60%, а у 2023 році досяг 72%. В свою чергу, опитування КМІС у 2022 році показало, що 40,8% респондентів цінують Telegram-канали за зручність, 39% – за оперативну інформацію про ракетні атаки та «прильоти», а 37,6% – за швидкість подачі новин [28].

В свою чергу, дослідження компанії USAID у 2024 році показало, що Telegram є основною соціальною мережею для спілкування (81%) та споживання новин (73%) серед українців. Опитування в межах програми USAID «Мріємо та діємо» виявило, що серед молоді віком від 16 до 35 років 86% щодня використовують Telegram, що свідчить про його популярність у цій віковій групі [27].

Цей вибір пояснюється не лише зручністю користування, але й певним рівнем недовіри до традиційних ЗМІ, які часто асоціюються з цензурою, редакційною політикою або політичною заангажованістю. Telegram-канали, особливо незалежні, забезпечують альтернативний погляд на події, оперативну подачу новин та можливість спілкування з авторами або іншими підписниками. Однак ця довіра базується радше на репутації конкретного каналу, а не на загальній довірі до платформи. Аудиторія Telegram може мати як споживацьку, так і активну позицію. Деякі користувачі лише читають повідомлення, інші активно коментують, поширюють контент, ведуть власні канали або долучаються до тематичних груп. Інтереси аудиторії також варіюються: від політики, економіки, культури, освіти, до гумору, мемів, особистісного розвитку чи фахових знань. Таким чином Telegram-канали виступають медіа-середовищем, яке не лише транслює контент, але й формує соціальні взаємозв’язки та нові типи публічності.

В. Дудар у своїй праці акцентує увагу на створенні Telegram-каналів, спрямованих на молодіжну аудиторію в контексті протидії російській пропаганді. Він стверджує, що месенджер Telegram стає не лише каналом передачі інформації, а й майданчиком ідеологічної боротьби, особливо серед молоді, яка не завжди є критично налаштованою до джерел інформації. Дудар вказує, що грамотне наповнення каналів патріотичним, просвітницьким та

аналітичним контентом дозволяє не тільки знижувати вплив дезінформаційних наративів, але й підвищувати рівень критичного мислення, формувати інформаційний імунітет до пропаганди та маніпуляцій [8].

Загалом, особливу роль Telegram-канали відіграють у контексті кризових подій, зокрема воєн, протестів, пандемій чи інформаційних кампаній. У такі моменти вони стають одним із найоперативніших джерел інформації, яка оновлюється щохвилини та відображає як офіційну, так і неофіційну точку зору. Наприклад, під час повномасштабного вторгнення росії в Україну Telegram-канали стали життєво важливим інструментом обміну інформацією, координації дій, повідомлень про обстріли, збору гуманітарної допомоги, оприлюднення доказів воєнних злочинів.

Згідно з даними Kantar – провідної міжнародної компанії з маркетингових досліджень і аналітики, яка працює у понад 90 країнах світу та спеціалізується на вивченні поведінки споживачів, медіаспоживання та впливу комунікацій – середній час користування Telegram серед українців зріс з 5 хвилин до 40 хвилин на день, а під час найгостріших фаз вторгнення – до 1 години щоденно. Telegram-канали стали основним джерелом інформації для мешканців прифронтових та тимчасово окупованих територій. Військовослужбовці також активно використовують Telegram для отримання новин та координації дій. Близько 16,6% новинних матеріалів у ЗМІ базуються на інформації з Telegram-каналів офіційних осіб та державних установ, що свідчить про визнання платформи як надійного джерела інформації [29].

Водночас поширення неперевіреної або маніпулятивної інформації створює ризики паніки, дезінформації та інформаційного перевантаження. Оскільки Telegram не має централізованого механізму модерації контенту, а також не регулюється журналістськими стандартами, користувачам доводиться самостійно оцінювати достовірність інформації, що підвищує роль медіаграмотності як ключового інструменту критичного мислення. У результаті Telegram-канали перетворюються на поле боротьби за вплив, де важливо не лише

донести інформацію, але й переконати аудиторію у своїй достовірності, авторитетності та корисності.

За результатами дослідження LegalHub.online, в Україні все частіше порушується питання щодо прирівнювання Telegram-каналів та інших месенджерів до повноцінних засобів масової інформації. Науковці та медіаексперти вказують на те, що Telegram за своїм впливом та охопленням цілком відповідає критеріям медіа-ресурсу, особливо коли мова йде про новинні канали з сотнями тисяч підписників. Дослідники наголошують, що при відсутності регулювання такі канали можуть стати як інструментом поширення правдивої інформації, так і джерелом фейків, замовних кампаній або пропаганди. Саме тому актуально постає необхідність створення прозорих механізмів верифікації, саморегулювання або навіть часткового державного контролю за контентом, що публікується в таких каналах [12].

Отже, з погляду розвитку масової комунікації Telegram-канали можна розглядати як втілення новітнього етапу еволюції медіа, перехід від вертикальної до горизонтальної моделі поширення інформації. Якщо традиційні медіа мають чітко окреслену структуру виробництва, редагування та поширення контенту, то Telegram-канали функціонують у гнучкому, динамічному та часто хаотичному режимі. Це дозволяє їм бути більш адаптивними до змін у суспільстві, реагувати на актуальні виклики, формувати нові тренди. Проте відсутність чітких етичних стандартів, відкритість до зовнішніх впливів і технологічна доступність створюють передумови для використання каналів у маніпулятивних цілях. Залежно від редакційної політики канал може бути як інструментом суспільного блага, так і механізмом деструктивного впливу.

РОЗДІЛ 2
СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Творчим проєктом у межах кваліфікаційної роботи стала розробка та реалізація Telegram-каналу під назвою «ProMind», який функціонував у період із 10 лютого до 8 квітня 2025 року. Цей канал був складовою частиною колективного трансмедійного медіапроєкту, що реалізовувався на основі навчального курсу з інтернет-журналістики та цифрового контенту. Ідея створення каналу виникла як відповідь на потребу в сучасному інформаційному ресурсі, орієнтованому на активну молодь, яка прагне до саморозвитку, освоєння нових професійних навичок, включення в середовище фрілансу та досягнення особистісного і кар'єрного зростання. Саме тому основна концепція полягала в інтеграції інформативного, мотиваційного та практично корисного контенту в одному цифровому просторі, що був доступним для цільової аудиторії на щоденній основі. Telegram-канал «ProMind» розглядався не лише як медіаплатформа, а як динамічний інструмент неформальної освіти, що має здатність залучати, надихати та допомагати формувати нові моделі поведінки, мислення та професійного самовираження серед користувачів у межах цифрової комунікації.

Мета проєкту формувалася довкола створення якісного інформаційного середовища для осіб, зацікавлених у тематиці самонавчання, особистої ефективності, бізнесу та фрілансу, при цьому основним акцентом залишалося поширення ідеї самореалізації через цифрову журналістику. Підхід до реалізації цього задуму передбачав систематичне виробництво медіа-контенту, здатного зацікавити аудиторію не лише тематично, а й візуально та стилістично. Ключовим завданням було створення такої платформи, яка змогла б не лише повідомляти, а й мотивувати, підтримувати і давати конкретні поради та приклади, що мають практичну цінність у контексті щоденного життя та професійної діяльності сучасної молоді. Контент розроблявся таким чином, аби

відповідати принципам стислості, виразності та корисності, що є необхідними елементами цифрової медіаподачі у Telegram-середовищі.

Особливу увагу в процесі реалізації каналу було зосереджено на контентному наповненні, що включало 13 публікацій. Кожна з них мала структуровану подачу з чітким заголовком, коротким вступом, основною частиною з корисною інформацією, прикладами та висновками, а також візуальним оформленням. Важливо підкреслити, що створення контенту супроводжувалося розробкою унікального стилю, в якому поєднувалися мінімалізм, сучасна ілюстративність та емоційна виразність. Особлива роль відводилася правильному використанню хештегів, що сприяло ефективній навігації каналом та дозволяло структурувати матеріали за тематиками, наближаючи канал до форматів професійних медіаресурсів. Я особисто займався генерацією ідей, підготовкою текстових матеріалів, розробкою візуального супроводу, форматуванням публікацій, а також забезпечував їх технічне та редакційне оформлення безпосередньо у Telegrami.

Значну увагу також було приділено питанням просування контенту в межах каналу. Основна стратегія просування ґрунтувалася на органічному зростанні завдяки створенню якісного та цінного контенту, що відповідав інтересам цільової аудиторії. Застосовувалися такі елементи як використання актуальних нішевих хештегів, підтримання постійної взаємодії з підписниками через функціонал коментарів і чату, а також формування емоційного зв’язку з аудиторією через позитивні повідомлення, інтерактивні звернення та тематичні заклики до дії. Таким чином, проєкт не лише інформував, а й створював спільноту зацікавлених осіб, готових обмінюватися досвідом, підтримувати один одного та надихатися історіями успіху. Попри відносно невеликий термін функціонування, канал «ProMind» досяг низки результатів, які свідчать про ефективність реалізованої стратегії. Це передусім тринадцять тематичних публікацій, наявність впізнаваного стилю оформлення, наявність підписників та органічне охоплення аудиторії, що повністю відповідає поставленій меті й підтверджує доцільність та актуальність проєкту.

Ключова ідея проєкту «ProMind» полягає в утвердженні Telegram-каналу як сучасного персоналізованого медіаінструменту, що поєднує у собі риси неформальної освіти, інформаційної підтримки та індивідуального мотиваційного середовища. Саме у такому поєднанні канал виконує функції інструменту цифрової журналістики, що не тільки подає інформацію, а й трансформує її в корисний життєвий досвід. Платформа створює атмосферу довіри, відкритості та самореалізації, що є вкрай важливим у добу динамічного цифрового розвитку та зміни традиційних моделей навчання і професійного становлення. Через поєднання інформативного змісту, мотиваційного наповнення та візуальної подачі, канал «ProMind» демонструє приклад вдалого поєднання творчості, професійних медійних навичок та соціально значущої комунікації в межах сучасного медіапростору.

Протягом лютого-квітня 2025 року в межах реалізації творчого проєкту ProMind було підготовлено 13 авторських публікацій, які стали основою змістового наповнення Telegram-каналу. Ці матеріали були результатом власної аналітичної, дослідницької та креативної діяльності, що включала відбір тем, формування контенту, створення візуального супроводу і розробку загальної концепції інформаційного стилю сторінки. Кожна публікація була спрямована на задоволення інформаційних потреб молодої аудиторії, яка цікавиться питаннями фрілансу, саморозвитку, лідерства, продуктивності, ефективного навчання і досягнення кар’єрного успіху. Серед опублікованих матеріалів варто виокремити наступні:

- «Як досягти успіху за прикладом найкращих?»
- «Що актуально у 2025 році: бізнес-ідеї для України»
- «Що робити зі страхом невдач?»
- «Куди піти вчитися: найкращі платформи для українців»
- «Топ-5 книг для саморозвитку»
- «Успішні кейси малого бізнесу»
- «Як почати новий місяць із натхненням?»

Ці тексти були створені на основі актуальних тенденцій, доступних статистичних даних, експертних оцінок, а також мотиваційних підходів до формування світогляду сучасної людини в умовах цифрового суспільства. Кожна публікація мала чітко сформульований заголовок, який одразу орієнтував читача на зміст повідомлення. Початковий абзац виступав у ролі інтригуючого вступу, спрямованого на привернення уваги, встановлення емоційного контакту з аудиторією і мотивацію до прочитання основної частини. Основний текст містив просту, доступну і водночас інформаційно насичену подачу матеріалу, структуровану в такий спосіб, щоб читач міг легко орієнтуватися в темі й одразу використати отриману інформацію на практиці. Часто до публікацій додавалися добірки ресурсів, таких як платформи онлайн-освіти, перелік корисних книг або посилання на кейси успішних підприємців, що слугували додатковими інструментами для самостійного розвитку підписників. Особливістю контенту було те, що кожна публікація включала цитати відомих підприємців, які вже досягли певних успіхів у бізнесі, що підсилювало мотиваційний ефект повідомлень та формувало образ проєкту як надійного джерела підтримки, натхнення і знань.

Візуальний супровід публікацій був спеціально розроблений у межах єдиного брендового стилю. Йому притаманні спокійні кольорові рішення: синій і зелений, які символізують стабільність, зростання, розвиток і водночас викликають довіру до контенту. Ілюстрації виконані у стилі мінімалізму, щоб не перевантажувати зображення зайвими елементами, а підкреслити основні думки допису. Кожне зображення логічно доповнювало зміст тексту, віддзеркалюючи головну ідею або візуалізуючи практичну пораду, що сприяло покращенню сприйняття інформації й утриманню уваги читача.

На початковому етапі реалізації проєкту, перші дописи виконували функцію ознайомлення аудиторії із самим каналом. Вони були здебільшого загальними, мотиваційними та адаптаційними, слугували своєрідним фундаментом для формування довірливих стосунків з підписниками. Через теми першого етапу комунікації було налагоджено психологічний контакт, що

дозволило поступово перейти до публікації більш предметних, насичених і прикладних матеріалів. Згодом публікації стали більш системними, у текстах з'явилися аналітичні елементи, критичні спостереження, практичні рекомендації, посилання на особисті історії успіху українських підприємців, розбір книжкових ідей та освітніх ініціатив. Отже, сторінка поступово трансформувалась у динамічний простір для пізнавальної комунікації та неформального навчання, де головним інструментом мотивації стало не лише інформаційне повідомлення, а й приклад конкретної особи або організації, яка вже досягла успіху в умовах української дійсності.

Таким чином, реалізація творчого проєкту «ProMind» дозволила створити сучасний приклад персоналізованого цифрового медіапродукту, орієнтованого на амбітну аудиторію, яка прагне розвиватися, навчатися і самореалізовуватись через інструменти нових медіа. Telegram-канал виконував функції неформального освітнього простору, поєднуючи у собі інформативність, мотиваційну силу, легкість візуального сприйняття і можливість інтерактивного залучення через коментарі, зворотний зв'язок і хештеги для зручної навігації. Попри скромні показники підписників, проєкт засвідчив ефективність обраного формату і зміг збудувати міцну комунікаційну платформу з урахуванням потреб конкретної аудиторії.

2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту

Цільова аудиторія проєкту «ProMind» була ретельно визначена з урахуванням соціально-психологічних, вікових і поведінкових характеристик користувачів мережі. Основна аудиторія становить осіб віком від шістнадцяти до сорока п'яти років, що проживають виключно на території України та виявляють зацікавленість у можливостях особистого та професійного зростання. Саме Telegram сьогодні є зручною платформою для споживання інформації, що поєднує в собі простоту, анонімність та швидкість комунікації, тому є логічним вибором для просування саме такого медіапродукту, орієнтованого на актуальні

запити українського населення в умовах соціальних змін та адаптації до нових реалій.

Молодша частина аудиторії проєкту охоплює людей віком від 16 до 24 років, які перебувають у фазі активного пізнання світу, пошуку свого місця в житті, вибору професійного напрямку та самореалізації. Це переважно студенти, випускники шкіл, молоді спеціалісти, які щойно розпочали свій професійний шлях. Вони спраглі до нових знань, активно досліджують тематику саморозвитку, шукають натхнення в успішних історіях інших, прагнуть знайти джерела пасивного доходу або опанувати професії, які дозволяють працювати дистанційно. Telegram для них виконує функцію джерела мотивації, інструменту навчання, простору для обміну досвідом і ідейного підживлення. Саме для цієї категорії контент каналу ProMind відповідає потребі швидкого й доступного сприйняття інформації, містить приклади, лайфхаки, рекомендації з навчання та самоменеджменту, які дозволять їм упевненіше будувати майбутнє.

У той час як наступна вікова категорія від 25 до 34 років охоплює вже сформованих фахівців, які, здобувши базовий досвід у професійній сфері, прагнуть масштабування, вдосконалення наявних навичок або розширення власної діяльності через підприємництво або фріланс. Ці користувачі уже мають чіткіші життєві орієнтири, володіють базовими інструментами ефективної самореалізації, тому очікують від медіаплатформи конкретики, прикладів успішних рішень, стратегій та методик, які перевірені практикою. Вони більш критичні до контенту, очікують аналітики, глибини й релевантності, що вимагає від творців каналу дотримання високих стандартів змістовного наповнення. Ця частина аудиторії активно інтегрується у бізнес-середовище, прагне розуміння фінансової грамотності, методів управління командою, а також ефективного застосування тайм-менеджменту. Контент для неї є системним, логічним, поєднує емоційну залученість із користю, що підвищує практичну цінність каналу ProMind.

Особливу увагу в межах цільової аудиторії займає категорія користувачів віком від 35 до 45 років, які вже мають багатий досвід, перебувають на етапі

переосмислення професійного шляху, часто зацікавлені в перекваліфікації, масштабуванні бізнесу або створенні нових джерел доходу. Саме ця категорія найбільш цінує стабільність, якість поданої інформації та її застосування в контексті життєвих потреб. Часто вони мають за плечима реальні приклади успішної чи неуспішної діяльності, тому підходять до споживання інформації обережно, прагматично, з орієнтацією на результат. Вони охоче залучаються до обговорень, діляться власним досвідом, що створює атмосферу взаємодії між різними поколіннями підписників.

Для аудиторії віком від 16 до 24 років найбільш корисними будуть матеріали, що спрямовані на вибір шляху, подолання страхів і формування особистості: «Куди піти вчитися: найкращі платформи для українців» допоможе зорієнтуватися у варіантах сучасної освіти, «ТОП-5 книг для саморозвитку» мотивує до внутрішнього росту, а «Що робити зі страхом невдач?» та «Як почати новий місяць із натхненням?» дають психологічну підтримку й заряд впевненості на старті життєвих змін. Аудиторія віком від 25 до 34 років найбільше зацікавиться практичними й мотиваційними темами, які стосуються кар’єри та підприємництва: «Що актуально у 2025 році? Бізнес-ідеї для України» стане джерелом ідей для тих, хто хоче реалізувати власну справу або адаптуватися до викликів ринку, «Історія розвитку малого бізнесу в Україні: успішні кейси» покаже приклади, як українці змінюють економіку через свої ініціативи, а «ТОП-5 книг для саморозвитку» і «Як почати новий місяць із натхненням?» підтримає особистісне зростання у період високої професійної активності. Для аудиторії віком від 35 до 45 років актуальними будуть змістовні та натхненні історії, які дають змогу оцінити власний досвід і переосмислити життєві пріоритети: матеріал «Чому нас навчають історії чотирьох видатних українців?» звертається до глибших цінностей і національної ідентичності, «Історія розвитку малого бізнесу в Україні: успішні кейси» викликає інтерес як до прикладів стабільності й підприємливості, а «Що робити зі страхом невдач?» може резонувати з досвідом тих, хто переосмислює своє місце в професійному чи особистому житті.

Таке сегментування аудиторії було здійснено на основі дослідження теорії поколінь Штрауса-Гоува, яка дозволила врахувати характерні риси споживання інформації кожного вікового кластеру. Покоління Z, яке включає молодь, відкриту до цифрового контенту та експериментів, потребує візуальної привабливості, швидкого обміну інформацією, елементів гейміфікації та безперервної мотивації. Покоління Y, яке характеризується прагненням до стабільності й самореалізації, очікує глибини й достовірності подачі, структурованості матеріалів, орієнтиру на практичний результат. Водночас покоління X, старше за віком, високо оцінює сталість, авторитетність джерела, можливість інтерактивної комунікації та аналізу на основі життєвого досвіду [25]. Врахування таких аспектів дозволило сформувати стратегію подачі контенту на каналі ProMind, яка відповідає ціннісним орієнтирам кожної вікової категорії та посилює ефективність просування.

У цілому цільова аудиторія Telegram-каналу ProMind характеризується високим рівнем зацікавленості в самореалізації, підвищенні рівня фінансової грамотності, пошуку нових професійних можливостей, як через підприємництво, так і через фріланс. Аудиторія відкрита до досвіду, прагне розширення особистого потенціалу, активно шукає інструменти ефективного тайм-менеджменту, розвитку лідерських якостей, покращення психологічної стійкості та планування особистого зростання. Особливо актуальними темами для неї залишаються питання менеджменту, маркетингу, персонального розвитку, пошуку нових форматів роботи, зокрема таких як дистанційна зайнятість, що стимулює потребу у фаховій інформаційній підтримці та регулярному оновленні знань. Значна частина аудиторії відкрита до освоєння нових навичок у таких сферах, як копірайтинг, графічний і вебдизайн, програмування, таргетинг, що дозволяє формувати змістовну палітру каналу у відповідності до реальних потреб споживачів.

Контент, який пропонується в межах платформи ProMind, розроблявся з урахуванням цих особливостей. Він містить не лише текстові повідомлення, але й доповнюється ілюстративними матеріалами, мотиваційними цитатами,

прикладами реальних кейсів, добірками ресурсів, що сприяє максимальному зануренню користувача в тематику. Сам текст публікацій є простим для сприйняття, водночас інформативним, і здебільшого має інтригуючий вступ, яскравий заголовок та логічно вибудований основний блок. Візуальна складова публікацій витримана в єдиному стилі, що формує впізнаваність бренду та стимулює до повернення аудиторії на платформу. Усі ці елементи сприяють формуванню довіри до джерела та створюють ефективне середовище для мотиваційної і пізнавальної комунікації з підписниками.

Для просування контенту було використано безкоштовні інструменти, які дозволяють залучити цільову аудиторію без фінансових витрат, але з високим рівнем ефективності. Серед таких методів можна виокремити створення можливості для інтерактивної взаємодії з підписниками, які активно залучаються до коментування, висловлення думок та участі в тематичних дискусіях у чаті. У межах структури каналу було впроваджено навігацію за допомогою хештегів, що значно полегшило пошук інформації за темами, підвищило юзабіліті платформи та стимулювало повторне відвідування сторінки. Залучення до діалогу, створення ефекту спільноти та відчуття приналежності до єдиного інформативного простору стало важливим кроком у просуванні та зростанні кількості підписників.

Отже, для просування Telegram-каналу ProMind було здійснено цілісне дослідження цільової аудиторії з урахуванням теорії поколінь, що дозволило адаптувати контент до потреб конкретних вікових категорій. В основі стратегії просування лежить використання безкоштовних методів залучення, таких як активна взаємодія з підписниками, участь у коментарях і дискусіях, а також створення системи навігації за хештегами. Поєднання якісного змісту з елементами візуальної привабливості та соціальної взаємодії дозволило створити платформу, яка не лише інформує, а й мотивує, стимулює до розвитку, підтримує амбітних українців у їх прагненні до самореалізації.

2.3. Формально-змістові характеристики проєкту

У межах реалізації дипломного проєкту було створено трансмедійний освітньо-мотиваційний медіапродукт під назвою ProMind, що функціонує у форматі Telegram-каналу, адаптованого для української цільової аудиторії віком від шістнадцяти до сорока п’яти років. Ідея створення подібного проєкту виникла як відповідь на потребу сучасного користувача в зручному, візуально привабливому, структурованому та водночас інформативному контенті, який поєднує в собі компоненти психологічної підтримки, інструментів саморозвитку, бізнес-освіти та фріланс-орієнтованих стратегій.

Початковим етапом підготовки стало концептуальне обговорення ідеї, у ході якого проводилася низка міні-дискусій щодо вибору назви, стилістичного спрямування і загального наративного фокусу, який мав бути витриманим у всіх компонентах проєкту. Було прийнято рішення зосередитися на простій, водночас запам’ятовуваній та змістовно наповненій назві, яка б водила користувача у поле асоціацій, пов’язаних із ментальним розвитком, професійною реалізацією та особистим зростанням. Саме так виникла ідея ProMind як об’єднання концептів мислення, цілеспрямованості та систематичного самовдосконалення, яке відповідає не лише духу часу, але й конкретним запитам нашої аудиторії.

У процесі формування проєкту важливою складовою стало визначення візуальної айдентики, яка мала бути водночас професійною, нейтральною за сприйняттям і такою, що резонує з внутрішніми переконаннями підписника, який прагне гармонійного та збалансованого контенту. На основі аналізу кольорів, їх емоційного впливу та культурної прийнятності було обрано палітру, що складається з поєднання спокійних відтінків синього, білого та зеленого, доповнених яскравими, але не агресивними акцентами. Це дозволило створити атмосферу довіри, відкритості та інтелектуального зацікавлення.

Для візуального оформлення контенту використовувалися інструменти сучасного графічного дизайну, переважно онлайн-платформи на кшталт Canva, які надають змогу швидко адаптувати матеріали до різних форматів, зберігаючи при цьому єдину візуальну логіку та структуру. Особливу увагу було приділено

ілюстративному наповненню, перевага надавалася векторному стилю, що вирізняється своєю мінімалістичністю та здатністю гармонійно взаємодіяти з текстовими елементами. Візуальна складова не є самодостатньою, вона слугує своєрідною підтримкою для змістовного контенту, підкреслюючи ключові думки та спрямовуючи увагу читача на головне.

Важливим етапом реалізації став вибір формату подачі матеріалів, які повинні були відповідати алгоритмам сприйняття контенту сучасним користувачем, орієнтованим на ефективність, стислу подачу і практичну цінність. У результаті було зосереджено увагу на коротких постах із чіткими заголовками, лаконічними тезами, мотиваційними вставками, підбірками навчальних ресурсів, історіями успішних кейсів, порадами з організації робочого часу та емоційного стану, а також рекомендаціями щодо опанування затребуваних фріланс-навичок. Усі публікації супроводжувалися візуальними елементами, які були створені відповідно до стилістичних параметрів бренду, мали однакову кольорову гаму та шрифт, що забезпечувало візуальну послідовність та пізнаваність. Крім того, для покращення навігації по каналу було введено систему хештегів, яка дозволяє структуровано знаходити пости за категоріями, що особливо важливо для медіа з великою кількістю тематичних напрямків. Значну роль відіграють і заклики до дії, які супроводжують більшість публікацій. Вони стимулюють користувача до комунікації, взаємодії, обміну досвідом, коментування, тим самим сприяючи формуванню спільноти навколо проєкту.

Окремо слід зазначити формат роботи над реалізацією проєкту, який здійснювався в командному форматі. Було сформовано міждисциплінарну команду, де кожен учасник відповідав за окрему частину загальної екосистеми продукту. Однією з платформ, що охоплювалися проєктом, був Telegram, роботу над яким я здійснював особисто. До моїх обов’язків входила розробка контент-плану, створення графічних матеріалів, редагування текстів, планування публікацій, аналітика активності підписників та координація всіх візуальних та вербальних елементів відповідно до загальної стратегії. Спілкування між

членами команди здійснювалося також через telegram, а для планування, узгодження завдань та фіксації прогресу використовувався спільний документ на google.docs. Це дало змогу ефективно координувати дії, розподіляти обов'язки, відстежувати дедлайни та зберігати прозорість у комунікації. Командна взаємодія дала змогу сформувати єдине бачення проєкту, уникнути дублювання функцій, забезпечити рівень професійної відповідальності кожного з учасників та досягти високої якості кінцевого результату.

Отже, проєкт ProMind є прикладом того, як сучасні освітньо-мотиваційні платформи можуть бути реалізовані у вигляді доступного, візуально привабливого і змістовно насиченого Telegram-каналу, що функціонує в межах трансмедійного підходу. Його формально-змістовні характеристики свідчать про високий рівень структурування, чітко окреслену мету, логічну побудову контенту, продуманий візуальний стиль, ефективний формат подачі інформації та активну взаємодію з аудиторією.

2.4. Особливості оформлення проєкту

Оформлення трансмедійного освітньо-мотиваційного проєкту ProMind від самого початку було зорієнтоване на відповідність актуальним запитам цифрового інформаційного простору, а також потребам і особливостям сприйняття нашої цільової аудиторії. Ми усвідомлювали, що на сьогодні візуальний стиль, зручність навігації, загальна естетика та структурованість контенту відіграють ключову роль у створенні конкурентоспроможного медіапродукту, особливо якщо йдеться про освітній та мотиваційний контент. Тому перед командою стояло завдання не лише створити корисний інформативний проєкт, але й надати йому привабливого, зрозумілого та водночас професійного візуального вигляду.

Саме тому основною платформою для поширення контенту був обраний Telegram, який з одного боку дозволяє ефективно працювати з текстовими форматами, а з іншого є надзвичайно зручним для мобільного споживання інформації, що відповідає звичкам сучасної молодої аудиторії. Текстова подача,

структурованість публікацій, лаконічність заголовків, візуальний супровід і наявність хештегів стали важливими складовими концепції каналу ProMind, яка втілює ідею легкої, динамічної, зрозумілої та доступної комунікації між автором контенту й аудиторією.

Під час розробки оформлення Telegram-каналу ми зосередили увагу на виборі кольорової палітри, яка б сприяла емоційному комфорту користувача, створювала відчуття довіри та відкритості, але водночас підтримувала професійне враження. Було вирішено використовувати сині, білі та зелені кольори як базові, із введенням яскравих акцентів для виділення ключових елементів. Таке рішення забезпечило баланс між легкістю сприйняття і серйозністю намірів, що дозволило створити цілісне враження про канал як надійний і водночас живий інструмент саморозвитку. Візуальний стиль було витримано у межах мінімалізму, що означало використання векторної графіки, простих і зрозумілих ілюстрацій, а також інфографіки, покликаної не лише прикрасити публікацію, а й зробити її інформативнішою.

Ми свідомо уникали перенасичення зображеннями або складними елементами дизайну, щоб не перевантажувати візуальну увагу користувача і зберегти фокус на змісті. Для створення візуального контенту використовувався популярний онлайн-редактор Canva, який дозволяв оперативно адаптувати шаблони під формат Telegram, дотримуючись загального стилістичного рішення. Завдяки цьому ми досягли стабільності в оформленні та змогли підтримувати візуальну цілісність протягом усього періоду реалізації проєкту. Візуальний супровід, оформлений у фірмовому стилі із переважанням синього та зеленого кольорів, підсилював естетику проєкту та формував візуальну впізнаваність серед аудиторії.

Тематика контенту була поділена на умовні рубрики, які дозволяли структурувати інформацію і полегшували орієнтацію користувача в межах каналу. Зокрема, було сформовано три ключові тематичні напрями: фриланс, саморозвиток і можливості, що відображали основну концепцію проєкту ProMind як платформи, що поєднує прагматичний підхід до побудови

професійного життя з психологічною підтримкою та розвитком особистісного потенціалу. Ці рубрики були оформлені у вигляді тематичних хештегів, що стали не лише елементом навігації, але й частиною візуального оформлення, підкреслюючи впорядкованість і послідовність контенту.

Усі публікації дотримувалися єдиного стилю подачі: чіткий заголовок, який одразу занурював у тему, короткий вступ з певною інтригою або мотиваційним акцентом, а також основний текст, написаний доступною мовою без перевантаження складними конструкціями. Окреме значення мала присутність емодзі, що додавали неформального настрою, емоційності та живого звучання кожному посту. Таке поєднання стилістики забезпечувало не лише інформативність, але й сприяло емоційному зв'язку з підписниками, створюючи атмосферу дружнього, але водночас цілеспрямованого простору.

Особливу увагу ми приділили створенню бренду ProMind як цілісного візуального й інформаційного образу. Усі ключові елементи каналу: аватар, опис, заголовки постів, стиль шапки, були витримані в одному стилістичному ключі, що посилювало впізнаваність і підкреслювало професійність реалізації. Візуальна айдентика була спрямована не лише на естетичну привабливість, але й на створення довіри та впевненості в якості контенту, що вкрай важливо для освітньо-мотиваційного проєкту. Кожен графічний елемент був підпорядкований ідеї простоти та чіткості, що робило контент легким для сприйняття у швидкому цифровому середовищі. Крім того, ми активно застосовували стратегії просування, орієнтовані на побудову живої взаємодії з аудиторією. Залучення через питання, заклики до коментування, можливість приєднання до чату та участь в обговореннях стали ефективним способом не лише утримати увагу користувача, але й сформувати стійку спільноту навколо тематики саморозвитку та пошуку професійних можливостей. Усі ці стратегії дозволили створити динамічну і водночас стійку платформу, яка має потенціал до подальшого зростання та масштабування.

Отже, оформлення трансмедійного проєкту ProMind стало важливим інструментом досягнення комунікаційних цілей і реалізації задуманої концепції.

Візуальна впізнаваність, структурованість контенту, логічна подача, продумана стилістика та відповідність до сучасних стандартів цифрового середовища дозволили створити повноцінний медіапродукт, що не лише інформує та мотивує, але й формує спільноту однодумців, об'єднаних прагненням до саморозвитку та вдосконалення.

2.5. Технічні і програмні засоби

У межах реалізації нашого трансмедійного освітньо-мотиваційного проєкту ProMind було застосовано комплекс сучасних технічних і програмних засобів, які дозволили не лише ефективно організувати роботу над усім контентом, а й забезпечити його повну відповідність стилістичним і функціональним вимогам цифрового середовища, зокрема платформи Telegram. Насамперед мова йде про онлайн-редактор Canva, який став ключовим інструментом для візуального оформлення всіх публікацій. Його гнучкість, доступність, наявність численних шаблонів та можливостей редагування графічних елементів зробили цей сервіс універсальним засобом створення візуально привабливого медіапродукту.

Завдяки вбудованим опціям Canva ми змогли адаптувати графіку під особливості мобільного споживання інформації, властивого аудиторії Telegram. Відповідно, кожне візуальне рішення було чітко структуроване, гармонійно скомпоноване за кольоровою гамою та формою, що, у свою чергу, забезпечувало візуальну цілісність контенту та його миттєву впізнаваність у середовищі численних інформаційних каналів. Canva відіграла також роль засобу комунікації з аудиторією на візуальному рівні, адже саме завдяки витриманому стилю оформлення вдалося сформувати професійне сприйняття проєкту, що одночасно асоціювалося з довірою, легкістю й доступністю до розуміння.

Паралельно з графічним дизайном, важливим інструментом у процесі розробки контенту став текстовий редактор Microsoft Word. Цей програмний засіб слугував основною платформою для роботи з текстовими матеріалами. У ньому створювалися чернетки, здійснювалось редагування текстів, формувалась

їхня логічна структура, а також визначався тональний стиль викладу матеріалу. Це дозволило на етапі попередньої підготовки контенту уникати мовленнєвих і стилістичних помилок, покращити зв'язність викладу та зберегти інформаційну насиченість кожного повідомлення. Крім того, використання Microsoft Word сприяло уніфікації текстів, що було важливо в контексті створення єдиного медіапродукту з узгодженим стилем. Такий підхід допоміг зберегти інформаційну послідовність та системність, які є визначальними у форматі трансмедійного проєкту з освітнім спрямуванням. Робота в середовищі Word забезпечила високий рівень редагування та контроль якості текстів, дозволяючи кожному повідомленню бути чітким, лаконічним, але водночас достатньо змістовним для розкриття теми.

Ще одним ключовим технічним засобом став месенджер Telegram, який виступив основною платформою для реалізації проєкту. Ця цифрова екосистема, що об'єднує можливості соціальної мережі та зручного каналу передачі інформації, дозволила не лише оприлюднювати підготовлені текстові та візуальні матеріали, а й налагодити активну взаємодію з підписниками. Саме завдяки Telegram вдалося реалізувати концепцію безпосередньої комунікації з цільовою аудиторією, яка виражалась у формі реакцій, коментарів, участі в обговореннях, інтеграції в тематичні чати, голосуваннях, поширенні контенту серед інших користувачів.

Платформа виявилася зручною і з технічної точки зору, адже дозволяла оптимізовано адаптувати весь контент під мобільні пристрої, забезпечуючи його коректне відображення незалежно від типу гаджету, яким користується підписник. Telegram став також простором для реалізації брендування проєкту, адже саме в цьому середовищі були реалізовані такі елементи візуальної ідентичності, як аватарка каналу, загальне оформлення постів, графічні шаблони, тематичні хештеги, шапка профілю, опис проєкту та стилістика комунікаційного стилю в загальному. Таким чином, саме Telegram надавав проєкту функціональну гнучкість і масштабованість, які є необхідними для ефективного просування освітньо-мотиваційного контенту в умовах цифрового середовища.

Отже, технічні та програмні засоби, які були застосовані в ході реалізації освітньо-мотиваційного проєкту ProMind, виконували не лише інструментальну функцію, а стали невід'ємною складовою загальної концепції медіаплатформи. Canva забезпечила графічну цілісність і візуальну привабливість, Microsoft Word допоміг створити якісний текстовий контент із чіткою структурою та грамотним викладом, а Telegram став базовим простором реалізації проєкту, забезпечивши платформу для інтерактивної взаємодії з аудиторією, збереження стилістичної єдності, організації навігації та візуальної впізнаваності.

2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо)

Мій творчий доробок є результатом системної навчальної практики, постійного занурення в актуальні теми та прагнення поєднувати академічні знання з реальними потребами сучасної аудиторії, що своєю чергою сформувало підґрунтя для реалізації комплексного медіапроєкту ProMind. Усі представлені в портфоліо матеріали створювалися не лише як частина освітнього процесу, а й як спроба реалізувати власний авторський підхід до медіаконтенту, який одночасно виконує інформативну, мотиваційну та соціальну функцію. Саме тому мій творчий доробок варто розглядати не лише як набір текстів, а як послідовну траєкторію особистого професійного зростання, що стала основою концептуального оформлення проєкту ProMind – медіаплатформи, покликаної інтегрувати просвітницький, соціальний і психологічний контент у сучасному форматі, зрозумілому молодому поколінню.

Творчий доробок включає також низку матеріалів, присвячених підприємницькій ініціативності та особистісному зростанню, які логічно поєднуються з ідеологією ProMind, адже платформа прагне сформувати у своїй аудиторії не лише психологічну, а й економічну самостійність. Наприклад, у публікації «Як і де заробити свої перші гроші підлітку» розглядаються перші кроки до фінансової незалежності молоді, а матеріал «Хто такі стартапери та як вони можуть масштабувати свої проекти» акцентує увагу на важливості розвитку підприємницького мислення та здатності до стратегічного мислення. Ці тексти

не лише містять практичні поради, а й мотивують до активного освоєння нового соціального досвіду, формуючи таким чином життєво важливі компетентності. Їх доповнює лонгрід «Менталітет успіху: Секрети успішного підприємництва», де з психологічного погляду досліджуються бар'єри, які заважають досягати цілей, і пропонуються способи формування установки на зростання. Саме ця психологічна складова є важливою для платформ ProMind, адже показує взаємозв'язок між внутрішнім світом особистості та її здатністю до самореалізації.

Публікація «Як планувати свій день для досягнення цілей?» створювалася з урахуванням актуального запиту молоді на опанування тайм-менеджменту, і вона цілком відповідає стратегії ProMind, оскільки тема організації часу є однією з ключових у контексті самоменеджменту. Вона розкриває ефективні техніки планування, які зменшують рівень тривожності та допомагають уникати вигорання, тобто має прямий зв'язок з темами психоемоційної стабільності та профілактики ментальних розладів. Аналогічно, матеріал «Інфографіка: Огляд мобільних додатків на допомогу студентам» розширює це бачення, пропонуючи цифрові рішення, що допомагають у навчанні, плануванні та управлінні повсякденними обов'язками, що також прямо корелює з метою ProMind, впроваджувати прості та ефективні інструменти для підвищення якості життя.

Не менш важливою складовою мого портфоліо є аналітична публікація «Майбутнє криптовалют: регуляції, ризики та вплив на фінансову систему», яка демонструє моє прагнення розуміти та пояснювати складні економічні процеси, що мають значення для представників діджитал-професій, зокрема фрілансерів, ІТ-спеціалістів, маркетологів та креативних фахівців. Це свідчить про мій інтерес до тем, що лежать на перетині економіки, технологій та суспільства, саме ці перетини й формують цільову проблематику платформи ProMind, яка працює на стику освітнього, психологічного та соціального контенту.

Отже, кожен матеріал мого творчого доробку не лише тематично пов'язаний з концепцією ProMind, а й виконує роль окремого етапу у становленні авторського бачення платформи. Завдяки системній роботі з текстами,

аналітичному підходу до контенту, глибокому вивченню соціально-психологічних явищ та постійному пошуку ефективних медіаформатів вдалося створити платформу, яка є не просто продовженням мого портфоліо, а його логічною кульмінацією. Саме цей досвід написання змістовних, корисних і водночас доступних матеріалів дозволив мені не лише вдосконалити власні професійні навички, а й розробити медіапродукт із соціальною цінністю та реальним потенціалом впливу на аудиторію.

За період навчання на факультеті я проходив практику в таких медіа: Незалежний молодіжний портал «Пороги» та інтернет-радіо «Університет».

У межах навчальної та виробничої практики мною було створено 41 журналістський інтернет-матеріал та 1 радіоматеріал, що увійшли до мого професійного портфоліо. Із повним переліком робіт можна ознайомитися за покликанням: https://studpraktyka.blogspot.com/2023/03/blog-post.html#more.

ВИСНОВКИ

Telegram перетворився з простого месенджера на потужну інформаційну платформу, що поєднує функції соціальних мереж, медіа, блогінгу та маркетингу. Завдяки широким технічним можливостям, таким як: канали, супергрупи, боти, розширене форматування тексту та підтримка мультимедійного контенту – Telegram дозволяє авторам і організаціям створювати якісний, візуально привабливий та інтерактивний контент без залучення сторонніх сервісів. Безпека, гнучкість форматів і можливість прямої комунікації з аудиторією зробили Telegram не лише зручним інструментом для поширення інформації, а й ефективним засобом формування довіри, просування ідей та впливу на громадську думку.

Telegram-канали стали новим типом мас-медіа, що поєднує швидкість, гнучкість і доступність із високим рівнем індивідуалізації контенту та прямим зв’язком з аудиторією. Вони охоплюють різноманітні соціальні, вікові та інтересові групи, впливають на формування громадської думки, слугують інструментом просвіти, мобілізації та навіть протидії дезінформації. Водночас відсутність редакційної відповідальності та чітких етичних стандартів створює виклики для довіри до цього формату. Telegram-канали водночас є зручним засобом комунікації, платформою для культурного і національного утвердження та простором новітньої інформаційної боротьби, що робить їх вагомим феноменом сучасного медіаландшафту.

Творчий проєкт «ProMind» став прикладом успішної реалізації Telegram-каналу як сучасного інструменту цифрової журналістики, орієнтованого на молодіжну та середньо-вікову аудиторію, яка прагне саморозвитку, професійного зростання та залучення до фріланс-середовища. Протягом лютого–квітня 2025 року було створено 13 авторських публікацій із візуальним супроводом у єдиному стилі, що поєднували мотиваційний, інформативний та практичний контент. На платформі ProMind регулярно публікувались матеріали, присвячені саморозвитку, мотивації, освіті, психології успіху та

підприємництву, які покликані надихати, підтримувати та розвивати українську молодь, студентів і початківців у бізнесі. У фокусі – практичні поради щодо формування корисних звичок, тайм-менеджменту, розвитку емоційного інтелекту, подолання страхів і вигорання, а також огляди освітніх можливостей та історії успіху українців, які змогли реалізувати себе попри труднощі. Особлива увага приділялась бізнес-ідеям, які адаптовані до сучасних українських реалій, і ментальному здоров'ю як основі стійкості та зростання. Публікації виходили 2–3 рази на тиждень. Канал функціонував як неформальна освітня платформа, яка не лише інформувала, а й формувала спільноту однодумців, мотивувала до дії та забезпечувала емоційний зв'язок з аудиторією, підтверджуючи свою актуальність і цінність у сучасному цифровому середовищі.

Цільова аудиторія Telegram-каналу ProMind охоплює користувачів віком від 16 до 45 років, які прагнуть особистісного та професійного зростання й орієнтуються на сучасні формати самореалізації, такі як дистанційна робота, фріланс, бізнес або перекваліфікація. Завдяки глибокому аналізу поведінкових і вікових характеристик аудиторії, зокрема на основі теорії поколінь, було сформовано продуману стратегію подачі контенту, який відповідає ціннісним установкам кожної групи: молодь отримує мотивацію та інструменти вибору професії, середній сегмент – прикладні знання та кейси, а старша категорія – досвід і натхнення для переосмислення. Успішне просування продукту здійснювалося переважно безкоштовними інструментами, включно з візуально впізнаваним стилем, мотиваційними та прикладними публікаціями, активною взаємодією з підписниками та орієнтацією на якість контенту, що забезпечило довіру та ефективне залучення цільової аудиторії.

Формально-змістові характеристики проєкту ProMind засвідчують його цілісність і професіоналізм: чітка концепція, адаптована для цільової аудиторії; узгоджена візуальна айдентика; лаконічний і корисний контент; ефективний формат подачі; а також злагоджена командна робота сприяли створенню медіапродукту, який відповідає сучасним запитам користувачів на психологічну

підтримку, саморозвиток і професійну орієнтацію у форматі, зручному для щоденного споживання.

Мій творчий доробок органічно пов’язаний із концепцією проєкту ProMind і виступає його основою, оскільки кожен матеріал відображає поєднання академічних знань із реальними потребами цільової аудиторії, формуючи єдину медіаплатформу з освітнім, психологічним і соціальним спрямуванням. Завдяки системній роботі над різноплановими текстами, які охоплюють теми від підприємництва і самоменеджменту до аналітики сучасних економічних процесів, мій творчий доробок став не просто набором публікацій, а послідовною траєкторією професійного зростання та авторського бачення, що реалізувалося у вигляді змістовного, доступного і мотивуючого контенту. Цей досвід створення якісного медіаконтенту, підтриманий практикою в реальних медіа, дозволив не лише вдосконалити професійні навички, а й розробити проєкт із соціальною цінністю і потенціалом впливу на аудиторію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бондар С., Зимбалевська Ю. Telegram-канал: новий маркетинговий тренд та інструмент для рекламної кампанії. *Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу.* Київ: КНУТД. 2020. С. 30–33.

2. Бутиріна М. Telegram-канал як мета-ЗМІ: комунікаційні особливості. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив:* Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [відповідальний редактор В. В. Костюк, відповідальні секретарі В. А. Ковпак, М. О. Семенович]. ЗНУ, факультет журналістики. Запоріжжя: 2020. С. 54–58. URL: http://sites.znu.edu.ua/znu_news/2020/l/mater__ali_konferents__yi_v__dredagovano.pdf#page=54 (дата звернення: 21.04.2025).

3. Василенко К. Вплив Інтернету на процес формування суспільної свідомості. *Інформаційне суспільство.* Київ, 2015. Вип. 21. С. 78–86.

4. Гаранжа А., Васильченко В. Сторітелінг як сучасний інструмент у диджитал-медіа. Авіація в XXI столітті – безпека в авіації та космічні технології: матеріали X Всесвіт. конгр., 19–21 верес. 2022 р. Нац. авіац. ун-т. Київ. 2022. С. 1–5.

5. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація. *Current issues of mass communication*, Київ. 2013. № 14. С. 65-69.

6. Года М. Telegram: історія створення месенджера, боти та блокування сервісу. *24 канал.* URL: https://24tv.ua/tech/telegram-bot-shho-tse-istoriya-stvorennya-oglyad-na-telegram-kanali_n1343625 (дата звернення: 21.04.2025).

7. Дмитрян А. О. Створення Telegram-каналу з теми збереження української культурної спадщини. URL: https://er.nau.edu.ua/items/084ceb2a-c1ee-44f9-a57c-20b0ef3b32ad (дата звернення: 21.04.2025).

8. Дудар В. Г. Створення Telegram-каналу для молоді з протидії російській пропаганді. 2024. URL: https://er.nau.edu.ua/items/39bdb3c3-ec5a-431f-bb2d-85bcc09be7ce (дата звернення: 21.04.2025).

9. Жугай В., & Кузнєцова Т. В. Особливості Telegram-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія.* Журналістика. 2021. 6(3), С. 120-125.

10. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль: «Крок», 2014. 198 с.

11. Зражевська Н. Нові медіа і нові форми комунікації в медіа. *Актуальні питання масової комунікації*. 2013. № 14. С. 70-82.

12. Канали «Telegram» та інші «месенджери» хочуть прирівняти до «медіа». *LegalHub.online.* 2020. 29 січня. URL: https://legalhub.online/legaltech/kanaly-telegram-ta-inshi-mesendzhery-hochut-pryrivnyaty-do-media/ (дата звернення: 21.04.2025).

13. Коваль О. Д. Telegram-канал як засіб впливу на аудиторію. 2024. https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/24105 (дата звернення: 21.04.2025).

14. Коваленко А. Г. Онлайн-марафон в Telegram, як засіб просування культурного медіа продукту. 2021. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/84640 (дата звернення: 21.04.2025).

15. Козик К. О. Актуальне інформування шляхом моніторингової журналістики в Telegram. 2024. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/19363 (дата звернення: 21.04.2025).

16. Кочетков О. Р. Telegram-канали як засоби ведення інформаційної війни. 2023. URL: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/12691 (дата звернення: 21.04.2025).

17. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 323 с.

18. Масенко В. Які Telegram-канали найпопулярніші в Україні і що з ними не так – дослідження. *The Village.* 2022. URL: https://surl.lu/mwfvfl (дата звернення: 21.04.2025).

19. Рябчун М. Інформаційні Telegram-канали, як нова медіа- платформа для ЗМІ. *Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал.* 2018. № 12. С. 23–26.

20. Сагура А. В. Контент-стратегії українських масмедіа в месенджері Telegram. 2021. URL: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/5381 (дата звернення: 21.04.2025).

21. Скільки користувачів у Telegram на світі та наскільки він популярний у порівнянні з іншими месенджерами. *Слово і діло.* URL: http://surl.li/ukmdl (дата звернення: 21.04.2025).

22. Тонкіх І. Ю. Особливості функціонування публічних Telegram каналів як кросмедійної платформи. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації.* 2021. № 4 (48). С. 47–54.

23. Федотова А. Робота або інвестиції: як заробляти в Telegram. *Netpeak journal*. 2024 р. URL: https://netpeak.net/uk/blog/robota-abo- investitsii-yak-zaroblyati-v-telegram/ (дата звернення: 21.04.2025).

24. Чернявська Л. В., Данилюк Н. О. Telegram-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика.* 2021. Т. 32 (71). № 6. Ч. 3. С. 192–197.

25. Howe, N., Strauss, W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company. 1991. URL: https://archive.org/details/GenerationsTheHistoryOfAmericasFuture1584To2069By WilliamStraussNeilHowe (дата звернення: 21.04.2025).

26. InMind. (2024). Дослідження медіаспоживання українців: Telegram залишається основною соціальною мережею для спілкування та новин. Інститут масової інформації. URL: https://surl.li/jjqbbo (дата звернення: 21.04.2025).

27. USAID / Мріємо та діємо. (2024). TikTok, YouTube, Telegram — найпопулярніші соцмережі серед українських дітей та молоді: дослідження. Суспільне Культура. URL: https://surl.li/qeuzia (дата звернення: 21.04.2025).

28. Detector.media «За рік кількість українців, які отримують новини з телеграму, зросла ще на 12%, — дослідження» URL: https://surl.li/lmyyku (дата звернення: 21.04.2025).

29. Kantar «Користування Telegram – нова звичка українців під час війни» URL: https://upg-cd-we.kantar.com/ua/Inspiration/Advertising-Media/Use-of-Telegram?utm_source (дата звернення: 21.04.2025).

ДОДАТОК А

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ



Рисунок А.1 – Логотип сторінки

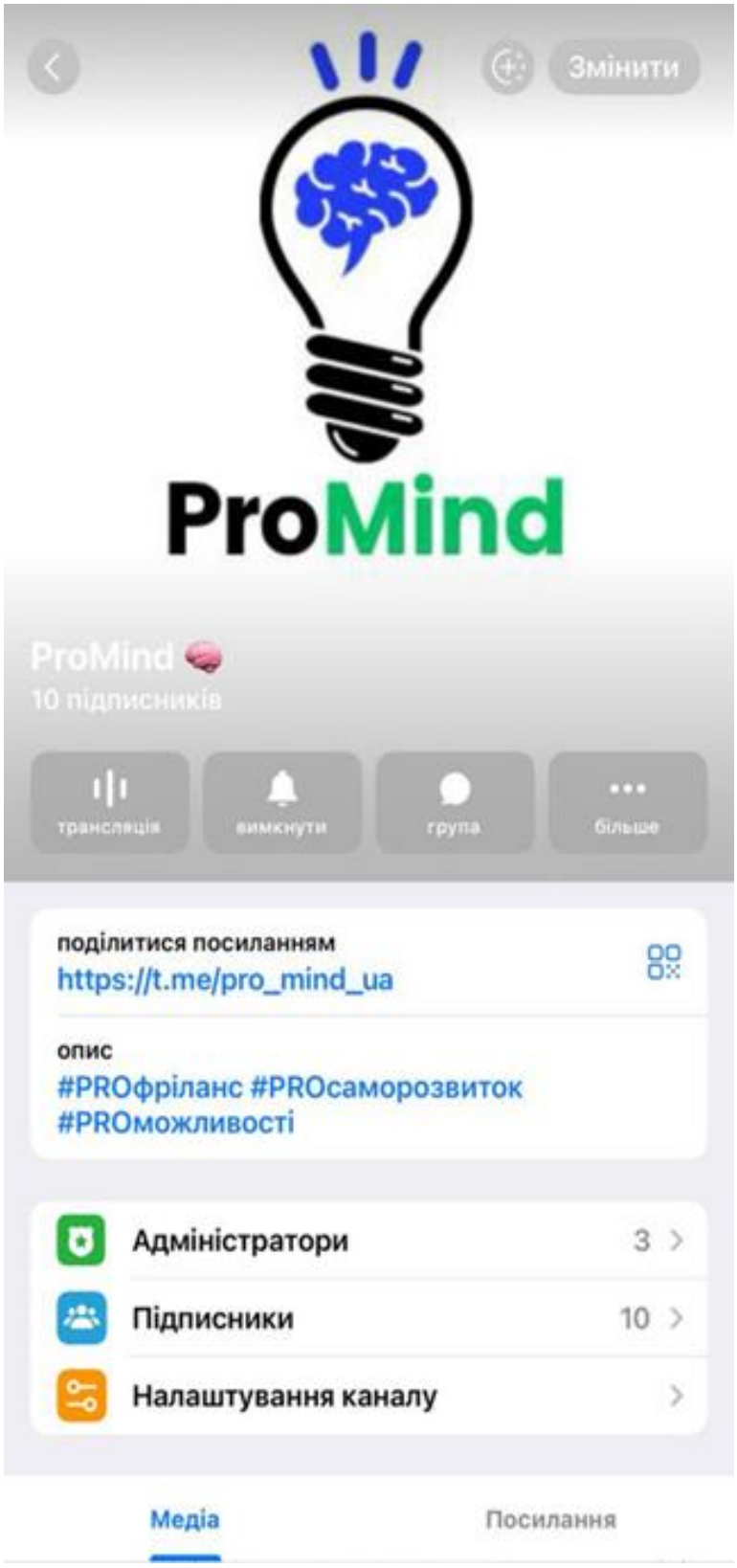


Рисунок А.2 – Творчий проєкт. Профіль Telegram-каналу ProMind



Рисунок А.3 – Творчий проєкт. Ілюстративний матеріал до публікацій на Telegram-каналі ProMind



Рисунок А.4 – Творчий проєкт. Вступна публікація на Telegram-каналі ProMind

ДОДАТОК Б

ОПУБЛІКОВАНІ МАТЕРІАЛИ В РАМКАХ ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ «TELEGRAM-КАНАЛУ PROMIND»

Чому нас навчають історії чотирьох видатних українців? UA

Успіх – це не випадковість. Це сміливість діяти, навіть коли інші сумніваються. Чотири українці, які змінили світ у своїх сферах, доводять: усе можливо.

💬 Ян Кум – хлопець із Фастова, який колись стояв у черзі за соціальною допомогою, а згодом продав WhatsApp за $19 млрд. Його історія вчить: немає значення, звідки ти – важливо, куди ти йдеш.

🥊 Олександр Усик – абсолютний чемпіон світу в суперважкій вазі. Він нагадує нам: успіх – це щоденна праця, залізна дисципліна та віра в себе.

🌍 Дмитро Комаров – журналіст, який відкрив світ мільйонам українців. Його подорожі доводять: можливості безмежні, якщо ти готовий їх шукати.

💡 Макс Левчин – співзасновник PayPal, чий код сьогодні забезпечує фінансові операції у всьому світі. Його шлях вчить: великі ідеї починаються з маленьких кроків.

Ці історії доводять: українці здатні на більше, ніж просто мріяти. Вони створюють, долають, перемагають. А отже, зможеш і ти!

🔔 **Читай детальніше в нашому новому матеріалі!** ⬇️

Дізнайся більше!

Читай нас

🌐 **SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)**

📱 **INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)**

#ProMind #PROсаморозвиток #PROможливості

Що актуально у 2025 році? Бізнес-ідеї для України 💡

Світ змінюється, і разом із ним змінюються тренди в бізнесі. Якщо ти плануєш стартувати власну справу, зверни увагу на перспективні ніші, які можуть принести не лише прибуток, а й користь суспільству.

🍸 Вирощування мікрозелені – суперфуд, який набирає популярності серед прихильників здорового харчування. Мінімальні інвестиції, швидкий цикл вирощування та високий попит роблять цю бізнес-модель привабливою.

💻 Онлайн-освіта та навчальні платформи – попит на дистанційне навчання росте. Курси з програмування, іноземних мов, маркетингу та бізнесу можуть стати стабільним джерелом доходу. Важливо запропонувати якісний контент і сучасний підхід.

♻️ Продаж zero-waste товарів – екологічна свідомість українців зростає. Багато хто відмовляється від пластику та шукає альтернативу. Еко-сумки, багаторазові пляшки, дерев'яні зубні щітки – все це має попит і формує відповідальний підхід до споживання.

🌿 Вертикальні ферми – сільське господарство нового рівня. Використання мінімуму землі, відсутність пестицидів і цілорічне вирощування роблять цей формат перспективним для міст.

Ці бізнес-ідеї відкривають можливості для підприємців у 2025 році.

Яка з них здається тобі найперспективнішою? Чи, можливо, у тебе є інші варіанти? Пиши в коментарях! 💬 👇

Дізнайся більше!

Читай нас

SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)

INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)
#ProMind #PROфріланс #PROможливості

Що робити зі страхом невдач?

Невдачі – це частина шляху до успіху. Але часто саме страх зробити помилку зупиняє нас від дій. Як його подолати? Ось три ключові поради:

◇ Зміни сприйняття невдачі

Помилка – це не кінець, а урок. Будь-який підприємець, спортсмен чи науковець стикався з труднощами, але саме вони формують майбутній успіх. Запитай себе: «Що я можу взяти з цієї ситуації?»

◇ Роби маленькі кроки

Страх часто виникає від невизначеності. Замість того, щоб думати про глобальний успіх, розбий шлях на конкретні дії. Маленькі кроки дають відчуття контролю та зменшують тривожність.

◇ Знайди підтримку

Навколо тебе точно є люди, які вже проходили цей шлях. Читай історії успіху, спілкуйся з наставниками та друзями, які підтримають.

Невдачі – це не кінець, а сходинка до успіху. Тому не бійся помилятися, бійся не спробувати!

? Як ти долаєш страх невдач? Яка порада тобі відгукнулася найбільше? Ділися в коментарях!

Дізнайся більше!
Читай нас

SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)

INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)
#ProMind #PROсаморозвиток #PROможливостії

Куди піти вчитися: найкращі платформи для українців

Сьогодні якісна освіта доступна онлайн! Ось топ-5 платформ, де українці можуть безкоштовно або за символічну плату здобувати нові знання:

◇ Prometheus – безкоштовні курси від провідних університетів України та світу. Є програми з IT, бізнесу, права, психології.

prometheus.org.ua

◇ Adera – сучасна освітня платформа, де є курси з маркетингу, дизайну, програмування та інших напрямків.

adera.ai

◇ LingvaSkills – державна платформа для безкоштовного вивчення англійської мови за сучасною методикою.

lingva.ua

◇ Coursera (за підтримки МОН) – українці можуть безкоштовно проходити курси від найкращих університетів світу.

coursera.org

◇ Дія.Освіта – освітній хаб із безкоштовними курсами для саморозвитку та кар’єрного зростання.

osvita.diia.gov.ua

Обирай платформу, яка підходить тобі найбільше, і прокачуй свої навички!

Дізнайся більше!
Читай нас
SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)
INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)
#ProMind #PROсаморозвиток #PROможливості

ТОП-5 книг для саморозвитку

Читання – це інвестиція у власний розвиток. Ми підготували добірку із 5 книг, які допоможуть підприємцям і всім, хто прагне досягти успіху.

1. «Найбагатша людина в Вавилоні» – Джордж Клейсон

Ця книга – класика фінансової грамотності. Ідеальний варіант для тих, хто хоче закласти міцну основу своїх фінансів.

2. «Думай і багатій» – Наполеон Хілл

Книга мотивує до дій і допомагає розвивати бізнес-мислення.

3. «Багатий тато, бідний тато» – Роберт Кійосакі

Революційний погляд на фінансову освіту.

4. «Як здобувати друзів і впливати на людей» – Дейл Карнегі

Класика, що допомагає стати майстром комунікації.

5. «Парадокс шимпанзе» – Стів Пітерс

Книга про те, як працює наш мозок і як керувати власними емоціями.

Яка з цих книг вам найбільше відгукується? А, можливо, ви вже читали щось із цього списку? Діліться в коментарях!

Дізнайся більше!
Читай нас
SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)
INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)
#ProMind #PROсаморозвиток #PROможливості

Історія розвитку малого бізнесу в Україні: успішні кейси

Малий бізнес в Україні демонструє неабияку стійкість та інноваційність, навіть у складних умовах. Ми знайшли для вас декілька прикладів підприємств, які досягли успіху завдяки креативності та адаптивності:

- Фабрика меблів «Smereka»

Заснована під час війни, ця компанія зуміла налагодити виробництво якісних меблів, використовуючи локальні матеріали та підтримуючи місцеву економіку. Їхній підхід до дизайну та екологічності швидко завоював довіру клієнтів.

- Ферма органічних продуктів «Зелений гай»

Використовуючи грантові програми, ця ферма змогла розширити виробництво та об’єднати громаду навколо ідеї здорового харчування. Їхній приклад показує, як підтримка держави та спільноти сприяє розвитку малого бізнесу.

- Технологічний стартап «Skyeton»

Компанія, що спеціалізується на виробництві безпілотних літальних апаратів, довела, що Україна може бути самодостатньою в цій сфері. Їхній успіх підкреслює потенціал українських інженерів та інноваторів.

- Виробництво давньоукраїнського напою «Контабас»

Підприємці відродили традиційний рецепт, адаптувавши його до сучасних смаків. Це не лише зберігає культурну спадщину, але й створює унікальний продукт на ринку.

Ці історії свідчать про те, що навіть у найскладніші часи українські підприємці знаходять шляхи для розвитку та процвітання. Вони надихають та демонструють, що з правильним підходом і підтримкою можна досягти успіху в будь-якій сфері.

❓ Чи знаєте ви інші приклади успішного малого бізнесу в Україні? Поділіться в коментарях! 💬

Дізнайся більше!
Читай нас
🌐 **SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)**
📱 **INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)**
#ProMind #PROфріланс #PROможливості

Як почати новий місяць із натхненням? ✨📅

Новий місяць – це як чистий аркуш. І тільки від тебе залежить, що на ньому з'явиться: сумніви чи дії, страх чи цілі, прокрастинація чи маленькі перемоги.

5 простих кроків, щоб увійти в новий місяць із натхненням і зарядом:

1. Підсумуй попередній місяць. 🫣

Подумай, що вдалося, а над чим ще варто попрацювати. Не критикуй себе – аналізуй і рости.

2. Постав нові цілі. 🎯

Невеликі, конкретні та досяжні: прочитати книгу, пройти курс, почати нову звичку.

3. Прибери зайве. 🧹

У телефоні, в кімнаті, в голові. Нове приходить тоді, коли є місце.

4. Надихай себе. 🎧📖

Створи мотиваційний плейлист, знайди цитату, яка надихає, або заведи щоденник.

5. Оточи себе правильним середовищем. 🤝

Спілкування, контент, середовище – усе це впливає на тебе більше, ніж здається.

Новий місяць – це не про ідеальний старт. Це про щирі наміри й маленькі щоденні кроки.

А ти вже спланував(-ла), яким буде цей місяць для тебе? 🍸

Пиши в коментарях – давай мотивувати одне одного!

Дізнайся більше!
Читай нас
🌐 **SITE (http://promind.newmedia.zp.ua/)**
📱 **INSTAGRAM (https://www.instagram.com/pro._mind_?igsh=MTFoMHo0ZW91bms4bg==)**
#ProMind #PROсаморозвиток #PROможливості

ДОДАТОК В

СПИСОК МАТЕРІАЛІВ ПОРТФОЛІО

Інтернет-матеріали:

1. Як книги допомагають реалізувати себе. Незалежний молодіжний портал «Пороги», листопад 2022. URL: https://porogy.zp.ua/2022/11/yak-knygy-dopomagayut-realizuvaty-sebe/
2. Рейтинг найказковіших фільмів за всю історію кіно. Незалежний молодіжний портал «Пороги», листопад 2022. URL: https://porogy.zp.ua/2022/11/rejtyng-najkasovishyh-filmiv-za-vsyu-istoriyu-kino/
3. 700 – літній Запорізькій дуб. Незалежний молодіжний портал «Пороги», лютий 2023. URL: https://porogy.zp.ua/2023/02/700-litnij-zaporizkyj-dub/
4. Острів Хортиця – колиска Запорізької Січі. Незалежний молодіжний портал «Пороги», лютий 2023. URL: https://porogy.zp.ua/2023/02/ostriv-hortytsya-kolyska-zaporizkoyi-sichi/
5. «Як зберегти своє життя під час окупації». Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/yak-zberegty-svoye-zhyttya-pid-chas-okupatsiyi/
6. «10 найуспішніших людей планети». Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/10-najuspishnishyh-lyudej-planety/
7. "Як і де заробити свої перші гроші підлітку". Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/30961/
8. «Хто такі стартапери та як вони можуть масштабувати свої проекти». URL: https://universe.zp.ua/hto-taki-startaperi-ta-jak-voni-mozhut-masshtabuvati-svoi-proiekti/
9.«Демографічна криза: причини і наслідки». URL: https://universe.zp.ua/demografichna-kriza-prichini-ta-naslidki/
10.«Чинники що впливають на духовний розвиток особливості». URL: https://universe.zp.ua/chinniki-shho-vplivajut-na-duhovnij-rozvitok-osobistosti/
11.«Розвиток української культури у сучасних умовах». URL: https://universe.zp.ua/rozvitok-ukrainskoi-kulturi-u-suchasnih-umovah/
12. Як книги допомагають реалізувати себе. Незалежний молодіжний портал «Пороги», листопад 2022. URL: https://porogy.zp.ua/2022/11/yak-knygy-dopomagayut-realizuvaty-sebe/
13. Рейтинг найказковіших фільмів за всю історію кіно. Незалежний молодіжний портал «Пороги», листопад 2022. URL: https://porogy.zp.ua/2022/11/rejtyng-najkasovishyh-filmiv-za-vsyu-istoriyu-kino/
14. 700 – літній Запорізькій дуб. Незалежний молодіжний портал «Пороги», лютий 2023. URL: https://porogy.zp.ua/2023/02/700-litnij-zaporizkyj-dub/
15. Острів Хортиця – колиска Запорізької Січі. Незалежний молодіжний портал «Пороги», лютий 2023. URL: https://porogy.zp.ua/2023/02/ostriv-hortytsya-kolyska-zaporizkoyi-sichi/
16. «Як зберегти своє життя під час окупації». Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/yak-zberegty-svoye-zhyttya-pid-chas-okupatsiyi/
17. «10 найуспішніших людей планети». Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/10-najuspishnishyh-lyudej-planety/
18. "Як і де заробити свої перші гроші підлітку". Незалежний молодіжний портал «Пороги». URL: https://porogy.zp.ua/2023/05/30961/

19. «Хто такі стартапери та як вони можуть масштабувати свої проекти». URL: https://universe.zp.ua/hto-taki-startaperi-ta-jak-voni-mozhut-masshtabuvati-svoi-proiekti/
20.«Демографічна криза: причини і наслідки». URL: https://universe.zp.ua/demografichna-kriza-prichini-ta-naslidki/
21.«Чинники що впливають на духовний розвиток особливості». URL: https://universe.zp.ua/chinniki-shho-vplivajut-na-duhovnij-rozvitok-osobistosti/
22.«Розвиток української культури у сучасних умовах». URL: https://universe.zp.ua/rozvitok-ukrainskoi-kulturi-u-suchasnih-umovah/
23.«Як планувати свій день для досягнення цілей?» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/yak-planuvaty-svij-den-dlya-dosyagnennya-tsilej/
24. Штучний інтелект у повсякденному житті: переваги та загрози для людства» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/shtuchnyj-intelekt-u-povsyakdennomu-zhytti-perevagy-ta-zagrozy-dlya-lyudstva/
25. Проблеми екології в Україні» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/problemy-ekologiyi-v-ukrayini/
26. «Поради щодо економії енергії в побуті в сучасних реаліях» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/porady-shhodo-ekonomiyi-energiyi-v-pobuti-v-suchasnyh-realiyah/
27. «Соціальні зміни після пандемії COVID-19: Як змінилось наше життя» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/sotsialni-zminy-pislya-pandemiyi-covid-19-yak-zminylos-nashe-zhyttya/
28. «Інфографіка. «Огляд мобільних додатків на допомогу студентам» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/oglyad-mobilnyh-dodatkiv-na-dopomogu-studentam/
29. «Лонгрід. «Менталітет успіху: Секрети успішного підприємництва» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/sekrety-uspishnogo-pidpryyemnytstva/
30. «Журналістське розслідування. Модульні укриття в Запоріжжі та Кривому Розі: що приховується за ними» URL: https://porogy.zp.ua/2024/06/modulni-ukryttya-v-zaporizhzhi-ta-kryvomu-rozi-shho-pryhovuyetsya-za-nymy/
31. «Раз і назавжди: в Україні востаннє перевели годинники на зимовий час» URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/raz-i-nazavzhdy-v-ukrayini-vostannye-perevely-godynnyky-na-zymovyj-chas/
32. «Поради щодо догляду за домашніми улюбленцями» URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/yak-pravylno-doglyadaty-za-domashnimy-ulyublentsyamy/
33. «Як зберегти баланс між навчанням та відпочинком» URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/yak-zberegty-balans-mizh-navchannyam-ta-vidpochynkom/
34. «Поради щодо безпечного використання інтернету» URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/bezpechnyj-internet-yak-zahystyty-sebe-v-tsyfrovomu-sviti/
35. «Інтервальне голодування: новий тренд чи ефективна методика для схуднення?» URL: https://porogy.zp.ua/2024/11/intervalne-goloduvannya-novyj-trend-chy-efektyvna-metodyka-dlya-shudnennya/
36. «Соціальні мережі та їх вплив на молодь» URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/sotsialni-merezhi-ta-yih-vplyv-na-molod/
37. «Права людини в Україні» URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/prava-lyudyny-v-ukrayini/
38. «Освіта під час війни» URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/osvita-pid-chas-vijny/

39. «Майбутнє криптовалют: регуляції, ризики та вплив на фінансову систему» URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/majbutnye-kryptovalyut-regulyatsiyi-ryzyky-ta-vplyv-na-finansovu-systemu/

40. «Аналітичний огляд. «Десятиріччя гігантів: Як змінилася суперважка вага у боксі (2010-2020)»» URL: https://porogy.zp.ua/2024/12/desyatyrichchya-gigantiv-yak-zminylasya-supervazhka-vaga-u-boksi-2010-2020/

41. «Рецензія на фільм «Пробудження». «Кохання крізь простір: історія, що об'єднала два різних світи»» URL: http://surl.li/bxfqly

Радіоматеріали:

1. «Леонардо да Вінчі: людина з майбутнього чи геній свого часу» URL: https://porogy.zp.ua/2025/04/leonardo-da-vinchi-lyudyna-z-majbutnogo-chy-genij-svogo-chasu/

Декларація академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Балута Ростислав Русланович, студент 4 курсу, форми навчання денна, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти rost12.baluta2002@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Блогова журналістика в мережевому просторі» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 13.06.2025 Підпис _____ПІБ (студент) Балута Р.Р.

Дата 13.06.2025 Підпис _____ ПІБ (керівник проєкту) Усманова О. В.

ABSTRACT

Bachelor's Qualification Thesis Topic: "Digital Transformation of Journalism: The Role of Telegram in Modern Media"

Main Body Length: 36 pages. Number of Sources Used: 29

Purpose of the Thesis. To explore the peculiarities of Telegram's functioning within the context of the digital transformation of journalism, to determine its place in the modern media landscape, to analyze the specifics of its communication practices, and to examine changes in content consumption models.

To achieve this goal, the following tasks were carried out:

1. To study the functional capabilities of the Telegram messenger for the creation, processing, and distribution of journalistic content.
2. To characterize Telegram channels as a new form of mass media, including their structure, thematic focus, and features of audience interaction.
3. To develop a creative project – an original Telegram channel with journalistic content that reflects the key principles of new digital journalism—and to analyze its effectiveness and engagement with the audience.

Object of the Study. The information project in the format of the Telegram channel *"ProMind"*, aimed at popularizing knowledge in the fields of self-education, productivity, and online entrepreneurship.

Subject of the Study. The specific features of using the Telegram messenger as a platform for disseminating journalistic content.

Formal and Content Characteristics of the Project. The creative project is a personal, text-based journalistic Telegram channel, in which 13 original materials were published. These materials cover topics such as self-education, personal development, productivity, freelancing, and small business. The focus is on current issues relevant to a Ukrainian audience, including motivation for self-improvement, effective learning techniques, digital literacy, time management tools, and opportunities for professional growth in the modern labor market.

The project illustrates the relationship between the selected means of expression and the chosen topics and issues, as well as differences in audience response depending on the subject matter of the publications.

Keywords: internet journalism, Telegram, Telegram channels, modern media, business, self-development, freelancing, media platforms.