

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ  
УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ  
Факультет культурології  
Кафедра журналістики**

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

**ТЕМА «Проблеми ефективної  
взаємодії з аудиторією в сучасній  
радіожурналістиці»**

Освітньо-професійна програма

**Соціальна та культурна журналістика**

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

Здобувач: студентка 4 курсу групи 5с  
денної форми навчання  
Холівчук Дар'я Вадимівна

Керівник: Маркова Вікторія Анатоліївна,  
доктор наук із соціальних  
комунікацій, професор, завідувач кафедри  
журналістики  
Рецензент:

Допущена до захисту на засіданні  
кафедри журналістики «   » \_\_\_\_\_ 2023 р.,  
Протокол №

**Харків 2023**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ I. ТЕОРИТИЧНИЙ АСПЕКТ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ</b> .....	6
1.1. Історія становлення радіожурналістики в Україні.....	6
1.2. Особливості радіожурналістики: функції, види, характер спілкування аудиторією.....	3 10
<b>ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ</b> .....	13
<b>РОЗДІЛ II. КОНТЕНТ-АНАЛІЗ TELEGRAM-КАНАЛУ ТА РОЗРОБКА ПРОЄКТУ «ТОНКОЩІ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ UA»</b> .....	15
2.1. Дослідження соціальної мережі Telegram як засобу масової комунікації та аналіз конкурентного середовища.....	15
2.2. Аналіз контенту та залученості користувачів на Telegram-каналі.....	20
2.3. Розробка ресурсів для Telegram-каналу та SWOT-аналіз .....	25
<b>ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ II</b> .....	32
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	32
<b>СПИСОК ВИКОНАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	34
<b>ДОДАТКИ</b> .....	37

## ВСТУП

**Актуальність теми:** радіожурналістика продовжує залишатися важливим джерелом новин та інформації в Україні. Незважаючи на розвиток цифрових ЗМІ, багато українців все ще покладаються на радіо як на надійне джерело новин та інформації, особливо у віддалених і сільських районах, де інші ЗМІ можуть бути недоступними. По-друге, в Україні є потреба в якісній журналістиці, особливо в нинішньому політичному кліматі. Через постійні конфлікти та напруженість із сусідніми країнами, а також через проблеми, пов'язані з корупцією та політичною нестабільністю, існує потреба в точних і надійних новинах.

Нарешті, зростання цифрових медіа створило нові можливості для журналістів і медіаорганізацій охоплювати аудиторію через такі платформи, як Telegram. Створивши Telegram-канал, присвячений радіожурналістиці в Україні, журналісти та ЗМІ можуть охопити ширшу аудиторію та донести важливі новини та інформацію до людей, які інакше не мали б до них доступу. Підсумовуючи, актуальність теми створення Telegram-каналу про радіожурналістику в Україні полягає в незмінній важливості радіо як джерела новин та інформації, потребі в якісній журналістиці в Україні та потенціалі цифрових ЗМІ для досягнення більш широких аудиторій.

*Об'єкт* – радіожурналістика в Україні.

*Предмет* – особливості радіожурналістики в Україні.

*Метою* даної дипломної роботи є розробка Telegram-каналу «Тонкощі радіоUA» щодо розвитку радіожурналістики в Україні.

Реалізація мети потребує вирішення таких завдань:

- дослідити історію становлення радіожурналістики в Україні;
- визначити специфіку, функції, особливості творчого процесу на радіо, характер спілкування з аудиторією;
- здійснити аналіз мережі Telegram як ефективного засобу розповсюдження інформації та провести аналіз конкурентного середовища;
- охарактеризувати концепцію створення Telegram-каналу «Тонкощі Радіожурналістики UA»;
- розробити ресурсну базу проєкту та створити SWOT-аналіз.

У процесі написання бакалаврської роботи використовувалися загальнонаукові і спеціальні *методи*:

- пошук і аналіз джерел – для визначення стану розробленості наукової теми;
- порівняльний і контент-аналіз – з метою з’ясування ефективності діяльності Telegram-каналів;
- тематичний – це може дати цінну інформацію про передовий досвід і потенційні стратегії для покращення радіожурналістики в Україні;
- кількісний – дозволить зрозуміти, які Telegram-канали є найуспішнішими та чому;
- термінологічний – для уточнення поняттєвого апарату предметної сфери;
- проєктний метод – для розроблення проєкту створення телеграм-каналу.

*Новизна проєкту* полягає у розробці концептуальних засад щодо розвитку радіо та радіожурналістики в Україні на основі популяризації в соціальних мережах

*Опис проекту:* об'єктом у створенні Telegram-каналу про тонкощі радіожурналістики в Україні стане практика та теорія радіожурналістики в Україні. Це включає техніку, методи та етику радіожурналістики, а також соціальні, політичні та культурні фактори, що впливають на виробництво та споживання радіоновин та інформації в Україні.

Теми, які будуть розглянуті в Telegram-каналі:

- Історія та розвиток радіожурналістики в Україні, в тому числі еволюція технологій мовлення та роль радіо у формуванні громадської думки;
- Етика та стандарти радіожурналістики в Україні, включаючи питання об'єктивності, точності та неупередженості;
- Техніки та методи радіожурналістики, включаючи репортаж, написання, редагування та виробництво. Роль радіо в українському суспільстві, зокрема його вплив на публічний дискурс, демократію та громадянську активність.

Загалом, мета щодо створення Telegram-каналу про тонкощі радіожурналістики в Україні полягала у поглибленні нашого розуміння практики та теорії радіожурналістики в контексті унікального соціального, політичного та культурного середовища України.

Робота складається з двох розділів. У першому розділі розглянуто теоретичні засади розвитку радіожурналістики в Україні. У другому розділі проведено аналіз ринку конкурентів та розробка і створення проєкта. При написанні роботи було використано 24 джерела.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРИТИЧНИЙ АСПЕКТ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИ В УКРАЇНІ

### 1.1. Історія становлення радіожурналістики в Україні

Українська історія радіомовлення налічує багато важливих етапів, починаючи з епохи червоних прапорів. У ході розвитку української державності виникла перша організація в галузі кіно, а саме кінокомпанія "Українфільм". Але через подальше захоплення території більшовиками, можливість розвитку власного радіомовлення була позбавлена. На жаль, разом із соціальними "просвітницькими" заходами, нав'язаними радянським режимом, населення зазнало репресій, розстрілів, заслань, примусової колективізації та індустріалізації, виконаних за жорсткими планами. Незважаючи на це, українське радіомовлення все ж розгорнулося, а це заслуговує визнання, особливо в контексті використання української мови. Початково українськомовні програми були суттєво обмежені за часом трансляції, і понад 70% контенту мало агітаційний та пропагандистський характер. У ефірі звучали політичні бесіди, лекції, новини, результати нарад та інші подібні матеріали. Згодом з'явилися музика, драматичні твори, програми для дітей та молоді, але пропагандистська спрямованість лишалася присутньою. [1. 23 с]

Початково радіостанції з'явилися у Харкові та Києві, а потім розширилися й до інших міст, таких як Дніпропетровськ, Донецьк, Одеса і т.д. Увечері 16 листопада 1924 року в Харкові відбувся перший національний радіоефір. Була гучна мова: "Алло, ало, ало! Говорить Харків, говорить Харків, говорить Харків!". Харківська студія була базовим центром

українського радіо протягом 10 років, поки Київ не став столицею в 1934 році і туди не переїхало радіо. У 1934 році радіоорганізації перебралися до Києва, але почалася Друга світова війна, яка дуже вплинула на культурний рівень життя в країні. Варто зазначити, що перші будівлі радіокомітету та радіотеатру, розташовані в центрі Києва, були знищені радянськими військами у 1941 році під час їхнього відступу. Радіо України не припиняло своєї роботи під час Другої світової війни. Спочатку радіо повернулося до Харкова, потім переїхало до Сталінграда, а згодом до Саратова, звідки продовжувало регулярне мовлення українською мовою. У цей час почали виходити багато нових радіопередач — новини, інтерв'ю, репортажі з фронту, історії з життя солдатів і мирних жителів. Крім того, війна сприяла розвитку нових жанрів радіожурналістики, а саме «радіоновин» — розлогих інформаційних бюлетенів, які складали різноманітні радіожурнали, та «радіофорумів» — обговорення тем із громадськістю. [1. 12 с.]

Такі інновації дозволили радіо допомогти людям відчувати зв'язок із домом і учасниками війни. У 1949 році розпочалася реконструкція київського телерадіоцентру на Хрещатику, що на сьогоднішній день відомий як Будинок Українського радіо. Після того, як відділ телебачення переїхав на Сирець у 90-х роках, в центрі залишилася лише радіостудія. Не дивлячись на негативні наслідки війни, українське радіомовлення продовжило своє існування. Регулярні передачі здійснювалися з Харкова, а пізніше зі Сталінграда і Саратова. Згідно за статистикою Української радянської енциклопедії, у 1945 році обсяг українськомовних радіопрограм становив 10 годин на добу. У цей період також звучали пісні на слова Т.Г. Шевченка. [2, 24 с.]

В незалежній Україні радіомовлення отримало новий поштовх розвитку. Воно стало важливим джерелом інформації для населення. За допомогою радіоприймачів люди отримували інформацію про політичне

життя країни, події в світі та в Україні, слухали прямі трансляції засідань Верховної Ради, а також насолоджувалися музикою, драматичними виставами, казками та гумористичними шоу. Гімни СРСР та УРСР були виключені з ефіру, а на їхнє місце зазвучала "Ще не вмерла Україна...", яка в подальшому стала державним гімном країни.[ 2, 21 с.]

У радянський період радіомовлення в Україні перебувало під суворим державним контролем і використовувалося як засіб пропаганди. Незважаючи на ці обмеження, українським радіожурналістам вдалося виробити власний унікальний стиль репортажів і створити низку впливових програм. Водночас на радіопередачі була запроваджена цензура, яка гарантувала трансляцію лише дозволеного контенту. Уряд суворо стежив за передаваними повідомленнями, приховуючи будь-яку інформацію, яка могла б зашкодити військовим зусиллям або послабити радянський уряд. Ця цензура поширювалася на життя звичайних громадян, влада стежила за змістом приватних розмов і цензурувала особисті листи.

Загалом розвиток радіо в Україні в роки Другої світової війни відображав подвійний характер підходу радянської влади до інформації. Хоча він використовував радіо для просування своєї ідеології та контролю над потоком інформації, цензура перешкоджала поширенню будь-якої інформації, яка могла б вважатися шкідливою для радянських військових зусиль.

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році радіожурналістика пережила період швидких змін і зростання. З'явилися нові радіостанції, а існуючі зазнали значних трансформацій. Журналісти отримали більше свободи висвітлювати широкий спектр тем і висловлювати свою думку. Першою незалежною радіостанцією в Україні було «Радіо Континент», яке почало мовлення в Києві в 1992 році. Пізніше з'явилися інші



незалежні радіостанції, такі як «Радіо Ера», «Радіо Україна» та «Радіо Свобода».

Український уряд запровадив реформи для сприяння розвитку радіоіндустрії. У 1994 році було прийнято новий закон про телерадіомовлення, метою якого було створення більш прозорого та конкурентного ринку телерадіомовлення. Сьогодні в Україні багато незалежних радіостанцій, які мають значне охоплення аудиторії. Багато з цих станцій також присутні в Інтернеті, що дозволяє їм охопити аудиторію як в Україні, так і за її межами. Одними з найпопулярніших радіостанцій в Україні сьогодні є «Радіо Ера», «Радіо Свобода» та «Радіо Довіра».[3]

Десятки державних і приватних радіостанцій працюють на території нашої держави. Введення цифрового мовлення в Україні відкрило нові можливості для радіожурналістики, з'явилися цифрові радіостанції та використання цифрових форматів трансляції та інтерактивних сервісів для залучення слухачів. Сучасна радіожурналістика в Україні охоплює широкий спектр тем і форматів, включаючи новини, інтерв'ю, музичні програми, підкасти, розмовні шоу, ток-шоу та програми національної та місцевої тематики. Радіостанції також розширили свою аудиторію завдяки онлайн-присутності та стрімінговим сервісам, що дозволяє радіожурналістам залучати слухачів з усього світу, не обмежуючись лише Україною. Вони охоплюють широкий спектр тем, включаючи новини, політику, культуру та розваги. Багато українських радіожурналістів отримали нагороди за свою роботу та стали впливовими голосами в медіа-ландшафті країни. Незважаючи на виклики технологічних змін і політичного тиску, радіожурналістика в Україні продовжується.

## 1.2 Особливості радіожурналістики: функції, види, характер спілкування з аудиторією.

Радіожурналістика є невід'ємною частиною медіа-простору та відіграє важливу роль у поширенні інформації та взаємодії з аудиторією. Вона виконує різні функції, включаючи інформативну, аналітичну, розважальну та соціальну. Крім того, радіожурналістика має різноманітні види, такі як інформаційна, аналітична, розважальна та громадська, які допомагають задовольнити потреби аудиторії.[4]

Таблиця 1.1

### Основні функції радіожурналістики

Функції	Характеристика
Інформативна	Радіожурналістика поширює актуальну інформацію про події, новини, факти та аналітику. Вона допомагає слухачам бути в курсі подій у світі та власній країні.
Аналітична функція	Радіожурналістика здійснює аналіз подій, надає глибокий розбір інформації, допомагає розуміти сутність ситуацій та важливість подій.
Розважальна функція	Радіожурналістика пропонує різноманітні розважальні програми, музику, інтерв'ю зі знаменитостями, гумористичні шоу та інші формати для задоволення потреб слухачів у розвагах та відпочинку.

[5]

Види радіожурналістики:

Таблиця 1.2

## Основні види радіожурналістики

Види	Характеристика
Інформаційна	Передає об'єктивну інформацію про події, новини, репортажі з місця подій, ексклюзивні матеріали та коментарі експертів.
Аналітична	Займається глибоким аналізом і поясненням подій, надає коментарі відомих експертів, проводить інтерв'ю та дискусії з професіоналами з різних сфер.
Розважальна радіожурналістика:	Орієнтована на розваги та розважальні програми, включаючи музичні шоу, інтерв'ю зі знаменитостями, гумористичні передачі та конкурси.
Громадська радіожурналістика:	Ставить за мету підтримку громадських інтересів, залучення громадськості до дискусій, розгляду важливих соціальних питань та просування громадських ініціатив.

[5]

Радіожурналістика прагне встановити активну взаємодію з аудиторією, забезпечуючи не лише односторонню передачу інформації, але і отримання зворотного зв'язку. Для цього використовуються різні засоби комунікації, зокрема:

*Телефонні дзвінки:* слухачі мають можливість зателефонувати на студію радіостанції, задати питання, поділитися своїми думками та враженнями.

*Соціальні мережі:* радіостанції активно використовують соціальні мережі для взаємодії зі слухачами, проведення опитувань, отримання коментарів та фідбеку.

*Електронна пошта:* слухачі можуть надсилати свої листи та повідомлення на електронну пошту радіостанції, висловлюючи свої думки, пропозиції та запитання.

*Спеціальні програми:* радіостанції організують програми, присвячені прямому спілкуванню зі слухачами, де можна задати питання та отримати відповіді в ефірі.[6]

Усі ці аспекти радіожурналістики впливають на її роль у суспільстві, створюють платформу для інформаційної, аналітичної, розважальної та соціальної взаємодії з аудиторією. Радіожурналістика постійно змінюється й розвивається під впливом технологічних інновацій та змін у споживацьких звичках слухачів, але залишається одним із найпопулярніших та впливових медіаформатів. Характер спілкування з аудиторією в радіожурналістиці є динамічним та багатогранним процесом, що включає в себе різноманітні методи і прийоми взаємодії зі слухачами. Вони активно використовують різні платформи та засоби комунікації для залучення аудиторії та створення з ними взаємодії. Ось кілька живих прикладів характеру спілкування з аудиторією в радіожурналістиці:

*Радіодзвінки в ефір:* часто надають можливість слухачам телефонувати в ефір та висловлювати свої думки, задавати запитання або коментувати обговорювану тему. Наприклад, радіоведучий може проводити телефонні інтерв'ю зі слухачами, дозволяючи їм поділитися своїми враженнями, досвідом або думками щодо певної події чи проблеми.

*Соціальні мережі:* радіостанції активно використовують платформи соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter, Instagram тощо, для взаємодії зі своєю аудиторією. Це може включати створення спеціальних груп або сторінок, де слухачі можуть коментувати програми, висловлювати свою думку та запитання. Радіожурналісти відповідають на коментарі та активно взаємодіють з аудиторією через ці платформи.

*Електронна пошта:* зазвичай мають спеціальні електронні адреси, на які слухачі можуть надсилати листи зі своїми запитаннями, пропозиціями або коментарями. Радіожурналісти відповідають на ці листи, надають додаткову інформацію або проконсультують слухачів.

*Організація конкурсів та розіграшів:* радіостанції часто організовують конкурси, розіграші та акції для своєї аудиторії. Це може включати запрошення слухачів до студії, надання подарунків або можливість виступити в ефірі. Такі заходи не лише стимулюють активну участь слухачів, але й дозволяють їм відчувати себе частиною радіостанції та залучитися до процесу створення контенту.[7]

Ці приклади демонструють, що спілкування з аудиторією в радіожурналістиці є двостороннім процесом, який сприяє взаєморозумінню, залученості та формуванню активної та відповідальної аудиторії. Радіожурналісти прагнуть враховувати думки та інтереси слухачів, створюючи простір для відкритого діалогу та обміну інформацією.

*Висновок:* Підсумовуючи історію розвитку радіо в Україні та основні функції та види радіожурналістики, можна зазначити, що радіо відіграє важливу роль у суспільстві як засіб інформації, розваг та комунікації. Зародившись у початкових етапах української державності, радіомовлення

зазнало впливу різних політичних режимів, але все життєздатне і продовжувало свій розвиток.

З появою цифрового мовлення в Україні відкрилися нові можливості для радіожурналістики. Цифрові радіостанції та інтерактивні сервіси стали поширеними, що сприяло залученню більшої аудиторії та покращенню якості трансляцій. Розширення форматів та контенту у радіожурналістиці привело до появи нових програм, таких як підкасти, розмовні шоу та ток-шоу, що забезпечують різноманіття та цікавість для слухачів. Основні функції радіожурналістики, такі як поширення інформації, освітня діяльність, розваги та формування громадської думки, виконуються через різноманітні види радіопрограм. Новини, інтерв'ю, музичні програми, драматичні твори та інші жанри сприяють задоволенню потреб аудиторії та відображенню різноманітності суспільних та культурних аспектів. Характер спілкування з аудиторією в радіожурналістиці є важливим елементом. Радіо дає можливість прямої взаємодії зі слухачами через телефонні дзвінки, електронну пошту, соціальні мережі та інші канали комунікації. Живі передачі, дискусії, голосування та відгуки слухачів забезпечують активну участь аудиторії і роблять їх співавторами радіопрограм.

Таким чином, радіожурналістика в Україні продовжує розвиватися, пристосовуючись до сучасних технологій та потреб аудиторії. Радіо залишається важливим джерелом інформації та засобом спілкування, яке об'єднує людей та відображає різноманітність культурного, політичного та соціального життя українського суспільства.

## **РОЗДІЛ II КОНТЕНТ – АНАЛІЗ Telegram-КАНАЛУ ТА РОЗРОБКА ПРОЄКТУ «ТОНКОЩІ РАДІОЖУРНАЛІСТИКИUA»**

### **2.1 Дослідження мережіTelegram як засобу масової комунікації та аналіз конкурентного середовища.**

У сучасному світі Telegram-канали є одним із найпопулярніших видів масової комунікації. Вони використовуються не лише окремими особами, а й корпоративним сектором для передачі різноманітної інформації великій кількості людей. Ця форма спілкування стала особливо актуальною під час пандемії, коли віддаленість і заборона на зібрання ускладнюють використання традиційних засобів спілкування.

*Telegram*— це безкоштовний додаток, який дозволяє обмінюватися миттєвими повідомленнями: надсилати один одному текстові повідомлення, фотографії, відео та аудіофайли. Ви також можете створювати групові чати (до 200 000 учасників), приєднуватися до каналів і здійснювати відео- та аудіодзвінки. Telegram-канали є відмінним інструментом для поширення новин, аналітичних матеріалів, маркетингу та комунікації з аудиторією. За допомогою них можна легко досягти широкого кола людей у різних галузях – від політики та бізнесу до науки та мистецтва. Тому дослідження Telegram-каналів є надзвичайно актуальним напрямком, оскільки воно дозволяє краще зрозуміти, як працюють ці канали

та який вплив вони мають на суспільство та глобальну інформаційну динаміку.[23]

Telegram– це одна з найбільш популярних соціальних мереж у світі, яка займає третє місце за кількістю завантажень додатків для соціальних мереж. За прогнозами, у 2023 році кількість користувачів Telegram сягне 1,068 мільярда. У світі він займає шосте місце серед найпопулярніших програм для мобільних повідомлень і дев'яте місце серед найпопулярніших соціальних мереж, маючи 700 мільйонів активних користувачів щомісяця. Кількість користувачів Telegram продовжує зростати, оскільки щодня до програми приєднуються близько 1,5 мільйона нових користувачів.[24]

Таблиця 2.1

#### Попит серед користувачів мережіTelegram

Категорія каналу	Частка користувачів (%)
Новинні канали	82
Розважальні канали	59
Політичні канали	59
Освітні канали	55
Новини з власної галузі	43
Канали блогерів і знаменитостей	27
Канали про товари та знижки	16
Канали з пропозиціями роботи	15
Внутрішні канали компаній	13
Канали брендів/компаній	11

Виходячи з наданої інформації, можна зробити висновок, які категорії Telegram-каналів найбільш популярні серед користувачів.



Зауважимо, що найбільшою популярністю користуються інформаційні канали – 82% користувачів, потім йдуть розважальні – 59% та освітні – 55%. Новини з власної індустрії мають 43%, а канали блогерів і знаменитостей – 27%. Водночас інші категорії, такі як особисті канали друзів, канали продуктів і знижок, канали пропозицій роботи, внутрішні канали компанії, канали брендів або компаній і канали даркнету менш популярні серед користувачів.

Отже, можна зробити висновок, що найбільшою популярністю серед користувачів Telegram користуються новинні, розважальні та освітні канали, а інші категорії менш популярні.

Telegram є досить популярною месенджер-платформою в Україні, яка використовується як для особистого спілкування, так і для отримання різноманітної інформації. За даними дослідження, багато користувачів використовують Telegram-канали для отримання новин, оголошень про роботу, знижок, промо-акцій та іншої інформації. Інформаційні канали є найбільш популярними серед користувачів, що свідчить про значну потребу у такій інформації. Це свідчить про актуальність використання Telegram як засобу отримання та поширення інформації в Україні.

За даними порталу Statista, на початок 2021 року кількість користувачів Telegram в Україні перевищувала 7 мільйонів, що свідчить про його значну популярність серед населення. За даними аналітичної компанії App Annie, в першому кварталі 2021 року Telegram був другим за популярністю месенджером в Україні за кількістю завантажень в магазинах додатків AppStore і GooglePlay. Крім того, опитування, проведене рекламним агентством Admixer у травні 2020 року, показало, що 31% українських інтернет-користувачів використовують Telegram щодня, що робить його другим за популярністю соціальним медіа в Україні після Facebook. Також

опитування показало, що найбільшу активність в Telegram проявляють молоді люди віком від 18 до 24 років (43%) та віком від 25 до 34 років (32%).[24]

Він є дуже популярною платформою серед українських інтернет-користувачів, з особливим акцентом на молоду аудиторію. Отже, якщо мова йде про тему радіожурналістики, яка в основному спрямована на молоду аудиторію, то можна припустити, що створення та просування Telegram-каналу на цю тему може бути дуже актуальним та ефективним способом залучення аудиторії. Таким чином, можна стверджувати, що Telegram-канали на тему радіожурналістики можуть мати високу актуальність та ефективність в українському просторі.

Аналіз конкурентів є важливою складовою стратегічного планування для проєктної роботи. Аналізуючи інші канали, можна виявити їх сильні та слабкі сторони. Це допоможе визначити конкурентні переваги і зосередитися на них, щоб привернути і зберегти аудиторію. Наприклад, якщо помітимо, що конкуренти не покривають певні аспекти радіоіндустрії, можемо зосередитися на цих нішевих аспектах та використовувати їх як конкурентну перевагу. Також, вивчення конкурентів допомагає краще розуміти цільову аудиторію. Аналіз типів контенту, який привертає підписників до конкурентних каналів, дозволяє залучати та взаємодіяти зі своєю аудиторією ефективніше. Вивчаючи їхні інтереси, потреби та побажання, що надасть вам цінну інформацію для формування своєї стратегії залучення аудиторії. Аналіз конкурентів дозволяє отримувати ідеї для нового та цікавого контенту. Вивчення їхніх публікацій, обговорень та взаємодії з аудиторією допомагає зрозуміти, які теми та формати контенту є популярними серед нашої цільової аудиторії.

Для конкурентного аналізу визначили 5 популярних Telegram-каналів:

1)"Radioman" (t.me/radiomanua)

2)"NewsUA" (t.me/radionewsua)

3)"RadioHits" (t.me/radiohitsua)

4)"Talks" (t.me/radiotalksua)

5)"RadioClassics" (t.me/radioclassicsua)

Назва	Radioman	News UA	RadioHits	Talks	RadioClassics
Аудиторія	60 000	45 000	30 000	25 000	20 000
Тип контенту	Огляди радіостанцій, відгуки про програми та подкасти.	Актуальні новини радіоіндустрії, огляди програм та радіостанцій.	Популярні музичні треки та хіти, огляди програм та музичних шоу.	Інтерв'ю з ведучими, експертні дискусії про радіоіндустрію, розмови про технології та тренди.	Класична музика та записи старих радіопередач, історія радіо та ведучих.
Активність	Регулярні оновлення із новими оглядами та порадами	Щоденні оновлення зі свіжими новинами та оглядами	Регулярні оновлення з новими музичними треками та оглядами.	регулярні оновлення з новими інтерв'ю та дискусіями.	Регулярні оновлення зі старими записами та історичними фактами. Залучення аудиторії:
Залучення аудиторії	Використання опитувань для залучення підписників	Організація конкурсів та розіграшів серед підписників.	Створення плейлистів на основі вибору підписників, запити на рекомендації.	Можливість підписників задавати питання для інтерв'ю та обговорення.	Організація голосувань для вибору класичних композицій та радіопередач.

	та збору думок.				
--	--------------------	--	--	--	--

[ 16,17, 18, 19,20]

Аналіз цієї таблиці показує, що п'ять каналів Telegram (Radioman, RadioNews, RadioHits, RadioTalks і RadioClassics) мають значну кількість підписників і постійно поповнюються свіжим і різноманітним контентом. Кожен канал спеціалізується на різних аспектах радіоіндустрії, пропонуючи огляди, новини, музичний контент, інтерв'ю та записи історичного характеру. Глядачі можуть брати участь в ефірі за допомогою опитувань, конкурсів, плейлистів, запитань підписників і голосувань.

Аналізуючи цю таблицю, можна отримати кілька переваг, які, у свою чергу, можуть покращити наш Telegram-канал «ТонкощіРадіо UA». Щоб визначити наші ніші, ми повинні брати до уваги різні аспекти радіоіндустрії, які приваблюють наших слухачів, і створювати контент, зосереджений навколо цих тем. Наші варіанти можуть включати оцінки станцій, останні події на радіо або ексклюзивні розмови з відомими ведучими. Залучення аудиторії можна досягти за допомогою різних інтерактивних тактик, таких як конкурси, списки відтворення, опитування та запитання й відповіді підписників. Ці та інші методи можуть використовуватися на нашому каналі, щоб дати можливість нашій аудиторії брати участь у створенні вмісту, висловлюючи свою думку та впливаючи на вміст. Згідно з аналізом, успішний канал пропонує широкий асортимент контенту, наприклад огляди, інтерв'ю, музику, новини та історичні записи. Задовільнити інтереси різноманітної групи аудиторії можна, надавши на нашому каналі різні типи контенту.

## 2.2. Концепція створення Telegram-каналу «Тонкощі радіожурналістики UA».

Опираючись на попередні дослідження та аналіз конкурентів, була розроблена концепція створення Telegram-каналу з назвою «Тонкощі радіожурналістики UA». Основною метою каналу є поширення найактуальнішої та важливої інформації про радіожурналістику в Україні та надання цінного контенту для аудиторії. Один з основних аспектів концепції – оперативна та об'єктивна інформація. Канал буде надавати своїм підписникам останні новини, коментарі та аналітику від професійних журналістів, які досліджують істотні події в радіожурналістиці в Україні. Для професійного розвитку радіожурналістів, канал буде використовуватися як інструмент підвищення професійних навичок. Це означає публікацію матеріалів з практичними порадами від провідних журналістів, аналіз власної роботи та надання рекомендацій для покращення якості роботи.

Крім того, канал «Тонкощі радіожурналістики UA» буде надавати експертний аналіз подій в галузі радіожурналістики в Україні. Це включатиме думки та рекомендації відомих фахівців

Таблиця 2.3

### План розробки Telegram- каналу

1. Визначення цілей каналу та цільової аудиторії.
2. Складання контент-плану з урахуванням потреб та інтересів цільової аудиторії.
3. Розробка дизайну та стилю каналу, що відповідає тематиці та цілям каналу.
4. Просування каналу та залучення нових передплатників через соціальні мережі, блоги, форуми тощо.

5. Розрахування бюджету.
6. Аналіз результатів та регулярне оновлення контент-плану та стратегії просування.

Telegram-канал сприяє популяризації радіожурналістики в Україні та показує її важливість у формуванні громадської думки та розвитку країни.

Таблиця 2.4

Основні цілі створення Telegram-каналу на дану тематику такі:

Надання оперативної та об'єктивної інформації	Telegram-канал може стати зручним джерелом новин та аналізу радіожурналістики в Україні. Його передплатники можуть отримувати останні новини, коментарі та аналітику професійних журналістів про те, що відбувається в галузі.
Просування радіожурналістики	Telegram-канал може допомогти популяризувати професію радіожурналіста в Україні. Зокрема, публікуючи якісні та цікаві матеріали про радіожурналістику, професійні події та успіхи.
Сприяння професійного розвитку	Створення каналу є корисним для підвищення професійних навичок радіожурналістів. Наприклад, публікації матеріалів з практичними порадами провідних журналістів, розбір власної роботи, що допоможе підвищити кваліфікацію та підвищити якість роботи.
Експертний аналіз радіожурналістики в Україні	Такий канал може залучати відомих фахівців, які зможуть проаналізувати події в галузі та дати свої рекомендації щодо подальшої роботи.
Розвиток спільноти	Такий канал може стати платформою для обговорення

професіоналів радіожурналістики .	професійних питань, взаємодії та співпраці між радіожурналістами. Це може сприяти обміну ідеями, досвідом і співпраці між колегами. Він є важливим інструментом для залучення нової аудиторії до радіожурналістики, особливо молоді, яка більш активно використовує нові медіа.
---	---

Цільовою аудиторією Telegram-каналу «Тонкощі радіоUA» є різні групи людей, які цікавляться сферою радіомовлення в Україні. Серед них можуть бути:

- *Радіожурналісти та журналісти* загалом, які працюють у медіасфері та хочуть бути в курсі останніх новин, тенденцій та розвитку радіожурналістики в Україні. Ними можуть бути як професіонали з багаторічним досвідом роботи, так і новачки в цій сфері.
- *Студенти та викладачі вищих навчальних закладів спеціальності «Журналістика»*, які бажають поглибити свої знання в галузі радіожурналістики та дізнатись про актуальні події та інформацію про роботу в цій сфері. Для них канал може бути корисним як джерело професійних новин та інформації, а також як майданчик для дискусії та обміну думками зі співрозмовниками.
- *Експерти та спеціалісти* в галузі радіомовлення, які працюють у різних сферах – від технічного обслуговування до редакційних вакансій. Для них канал може стати джерелом новин та інформації про ринок і нові технології у сфері радіомовлення в Україні.
- *Аудиторія, яка цікавиться інформацією про медіасферу загалом*, зокрема про радіо та Інтернет-радіо в Україні, та бажає поглибити свої знання в цьому напрямку. Для них канал може бути корисним як джерело новин та аналізу медіаринку в Україні.

Наприклад, важливим для працівників цієї галузі може стати наявність Telegram-каналу на тему радіожурналістики в Україні під час запровадження закону про радіо- та телерекламу. Цей закон має значний вплив на роботу радіожурналістів та редакцій, тому людям, які цікавляться та працюють у цій галузі знань, може знадобитися отримувати оперативні новини та аналіз цих подій, щоб бути в курсі та розуміти останні тенденції. Цю потребу може



задовольнити наш Telegram-канал. Він дозволить отримувати оперативну та достовірну інформацію про нові законодавчі та інші події у сфері телерадіомовлення в Україні, що дозволить співробітникам підвищувати свій професійний рівень та розвиватися у своїй сфері діяльності.

Ще один приклад можна привести з життя. В країні війна і радіожурналісти прагнуть своєчасно та достовірно інформувати про події та їх наслідки. У цьому випадку Telegram-канал на тему може стати важливим джерелом інформації для журналістів, які не мають доступу до ексклюзивної інформації про свої джерела чи мережі знайомств. Канал надає актуальні розвідки, аналітику та експертні оцінки з питань політичної кризи, які допомагають журналістам зрозуміти складні процеси, що відбуваються в країні, та відобразити їх у своїх матеріалах для громадськості.

### *Оформлення Telegram-каналу*

Дизайн Telegram-каналу є важливим елементом, який може привернути увагу користувачів і зробити їх зацікавленими в контенті, що публікують.

Важливо мати візуально привабливу назву та логотип, які пов'язані з його тематикою. Логотип може містити аббревіатуру каналу та символи, що відображають сутність Telegram-каналу. Кольорова палітра має відображати тематику каналу. Наприклад, можна використовувати комбінацію кольорів, які асоціюються з радіо (червоний, жовтий, білий, чорний). Важливо дотримуватися стильної єдності та не перебільшувати з кількістю кольорів, щоб дизайн виглядав збалансованим. Для зроблення каналу більш привабливим можна використовувати зображення, які пов'язані з тематикою радіожурналістики, наприклад, фото з радіо-студії, зображення мікрофонів, відомих радіоведучих та журналістів.

Тексти та шрифти мають бути простими та легко читатися. Для заголовків можна використовувати жирний шрифт, який буде виділятися на фоні основного тексту. Важливо дотримуватися єдиного стилю та форматування тексту на всіх сторінках. Загальний дизайн каналу має бути збалансованим та естетичним, щоб привернути увагу аудиторії та відображати професійний підхід до радіожурналістики. (Додаток А)

### 2.3 Розробка ресурсів для Telegram-каналу та SWOT-аналіз.

Вдале планування, якісний контент, ефективне просування та взаємодія з аудиторією можуть сприяти успіху проєкту. Однак також важливо забезпечити бюджетні обмеження та розумно розподілити ресурси для досягнення ваших цілей. Регулярна оцінка отриманих результатів та аналіз ефективності для вдосконалення проєкту та досягнення його мети.

Для успішного виконання проєкту Telegram-каналу маємо команду з наступною кваліфікацією і досвідом:

Таблиця 2.5

#### Робочий персонал

Назва	К-ть	Характеристика
Журналіст та редактор	1-2	Фахівець у радіожурналістиці, володіючи глибокими знаннями теми, є обов'язковою якістю будь-якого журналіста. Вони повинні мати досвід роботи в цій галузі, щоб мати змогу ретельно оцінювати новини та забезпечувати об'єктивне та оперативне поширення інформації.

Експерт	1	В українській радіожурналістиці надзвичайно важливо мати людину з багатими знаннями та досвідом, щоб запропонувати кваліфіковані експертизи, рекомендації та оцінки щодо змісту та розробок. Цей фахівець повинен мати виняткові здібності та досвідчений досвід, що відповідає його спеціалізованій галузі.
Технічний фахівець	1	За якість, стиль і структуру публікацій відповідають досвідчені контент-менеджери та редактори. Ці професіонали відомі як редактори, і вони працюють, щоб підтримувати зручні канали для читачів.

Правильний підбір журналістів, редакторів та експертів є важливим фактором для успіху проекту "Журналістика Радіо UA". Їхні знання, досвід та професійні навички дозволять забезпечити якісний та об'єктивний контент, що цінується аудиторією. Така команда забезпечить оперативність, достовірність та інформативність радіопрограм та новин.

Таблиця 2.6

### Способи просування

Спосіб просування	Характеристика
Соціальні мережі	Використання популярних соціальних мереж, таких як Facebook, Twitter, Instagram та LinkedIn, для розповсюдження інформації про наш Telegram-канал. Створення цікавого та привабливого контенту, використання хештегів та посилання на наш канал, щоб привернути увагу нових користувачів.
Співпраця	Співпраця з відомими радіожурналістами, блогерами та

з іншими каналами	спільнотами Telegram, щоб розширити охоплення. Перехресне просування, виступи гостей і обмін вмістом, щоб залучити їхніх уже зацікавлених підписників. Це партнерство допоможе отримати доступ до нової зацікавленої аудиторії.
Контент-маркетинг	Створення якісного та цінного контенту на своєму Telegram-каналі. Публікація цікавих новини, аналітику, ексклюзивні інтерв'ю, практичні поради та інші матеріали, які будуть корисні аудиторії. Розповсюдження цього контенту через інші канали, блоги, форуми, де наша цільова аудиторія зазвичай перебуває.
Рекламні компанії	Використання рекламних можливостей в самому Telegram або на інших платформах, щоб просунути свій канал.

Використання соціальних мереж, зв'язку з іншими каналами, контент-маркетинг і рекламні кампанії – ефективні стратегії просування каналу Telegram. Популярні соціальні мережі можуть залучити нових користувачів, створюючи цікавий контент і використовуючи хештеги та посилання на канал. Співпраця з відомими радіожурналістами, блогерами та спільнотою Telegram може розширити охоплення аудиторії завдяки перехресному просуванню та обміну контентом. Контент-маркетинг, тобто створення високоякісного, цінного контенту, в свою чергу, привернуть увагу нашої цільової аудиторії та поширять його різними каналами. Нарешті, рекламні можливості в Telegram та на інших платформах можуть залучити нових підписників до каналу Telegram.

*Реклама:* необхідно враховувати вартість рекламних місць і кампаній. Бюджет може коливатися від 500 до 1000 доларів, але на початкових стадіях проєкту бюджет на рекламу мінімалістичний – від безкоштовної реклами до 300 доларів. Якщо планується співпраця з іншими каналами або використання платних послуг для доставки, це можна врахувати в бюджеті. Вартість такого партнерства може коливатися від 100\$ до 1000\$

*Персонал:* безкоштовно, тому працюватимуть над каналом засновники проєкту.

Всього бюджет проєкту складає приблизно *500-600 доларів., або 22 тисячі гривень*

Таблиця 2.7

## Очікуванні результати

Популярність каналу	Ціль – 1000-1500 за 6 місяців
Залученість аудиторії	Рівень залученості аудиторії до контенту, зокрема кількість коментарів, лайків, переглядів та взаємодій з публікаціями. Висока залученість свідчить про зацікавленість аудиторії та активну участь в спільноті. Для цього потрібно постійно оновлювати актуальну інформацію, отримувати зворотній зв'язок та проводити прямі ефіри.
Вплив на громадську думку	Слід спостерігати за впливом каналу на формування громадської думки щодо радіожурналістики та її ролі в розвитку країни. Це можна виміряти через реакції та відгуки аудиторії, обговорення тем в коментарях, а також за

	відгуками та співпрацею з професіоналами у цій сфері.
Професійний розвиток	Оцінка впливу каналу на професійний розвиток радіожурналістів. Це може бути виміряно через отримання відгуків про корисність та цінність наданої інформації, покращення навичок та знань, а також через участь у професійних заходах та співпрацю з експертами.
Розвиток спільноти	Оцінка активності та зростання спільноти професіоналів радіожурналістики, які взаємодіють через канал.

Наш проєкт має потенціал привернути увагу громадськості та сприяти популяризації радіожурналістики в країні. Основні цілі проєкту, такі як надання професійної радіоінформації, популяризація журналістики, сприяння професійному розвитку, аналіз експертів та побудова професійної спільноти, відображають важливість цього каналу для формування громадської думки та розвитку сектору. Для ефективної оцінки сильних та слабких сторін було розроблено SWOT-аналіз. Він дозволяє визначити потенційні переваги та недоліки проєкту та зрозуміти зовнішні фактори, які можуть вплинути на успіх проєкту.

Таблиця 2.7

## SWOT-аналіз

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<i>Унікальність</i> концепції: Проєкт пропонує новий та оригінальний підхід до популяризації радіожурналістики в Україні, що	<i>Новий проєкт:</i> Канал є новим та може потребувати часу для набору аудиторії та побудови впізнаваності. <i>Конкуренція:</i> У сфері медіа є багато

<p>може привернути увагу аудиторії.</p> <p><i>Якісний контент:</i> Канал зосереджений на наданні оперативної та об'єктивної інформації про радіожурналістику, що може привернути професіоналів та зацікавлених осіб.</p> <p>Підтримка професійного розвитку: Канал надає можливості для підвищення професійних навичок радіожурналістів, що може привернути спеціалістів у галузі.</p>	<p>конкурентів, що можуть ускладнити завоювання аудиторії та популярність каналу.</p>
<p><i>Можливості</i></p>	<p><i>Загрози</i></p>
<p><i>Зростання інтересу до радіожурналістики:</i> Зацікавленість у галузі медіа та журналістики може зростати, що створює можливості для привертання нових підписників та аудиторії.</p> <p><i>Партнерства:</i> Співпраця з іншими професіоналами радіожурналістики, блогерами та медіа може допомогти залучити увагу більш широкої аудиторії та підвищити вплив каналу.</p>	<p><i>Зміни у медіа-ландшафті:</i> Зміни у методах споживання медіа та конкуренція з іншими платформами можуть ускладнити завоювання аудиторії та залучення підписників.</p> <p><i>Зміна інтересів аудиторії:</i> Інтереси та пріоритети аудиторії можуть змінюватися з часом, що може вплинути на популярність каналу.</p>

Загалом, проєкт "Тонкощі радіожурналістики UA" має потенціал для успіху, але вимагає систематичного та цілеспрямованого підходу до залучення аудиторії та конкурентоспроможності в медіа-середовищі. Потрібно активно працювати над створенням цікавого та цінного контенту, співпрацювати з іншими професіоналами та використовувати доступні можливості для реклами та популяризації каналу.

*Висновок:* Аналіз конкурентів показав, що на ринці є Telegram-канали, які спеціалізуються на радіожурналістиці, пропонують різноманітний контент і залучають значну кількість передплатників. Проєкт «Журналістика Радіо UA» має унікальну концепцію, здатну захопити увагу аудиторії. Якісний матеріал, підтримка професійного розвитку та можливість експертного аналізу подій у сфері радіожурналістики – сильні сторони проєкту. Однак важливо враховувати ризики, пов'язані з ринковою конкуренцією та змінами медіа-ландшафту та інтересів аудиторії. Для успіху проєкту необхідно активно працювати над залученням та утриманням аудиторії, працювати з партнерами та впроваджувати бюджетні рекламні заходи. Зосередження на неперевершеній якості контенту та взаємодії з аудиторією допоможе виділити на ринці та залучити цільову аудиторію.



## ВИСНОВКИ

Підсумовуючи історію розвитку радіо в Україні та основні функції та види радіожурналістики, можна зробити висновок, що радіо відіграє важливу роль у житті суспільства як засіб інформації, розваги та спілкування. Телерадіомовлення виникло на ранніх етапах становлення української державності та зазнавало впливу різних політичних режимів, але все було життєздатним і розвивалося. Радіо стало одним із найпопулярніших засобів масової комунікації та здатне зацікавити широку аудиторію.

1.3 появою в Україні цифрового мовлення відкрилися нові можливості для радіожурналістики. Поширені цифрові радіостанції та інтерактивні сервіси, що сприяло залученню більшої аудиторії та покращенню якості мовлення. У зв'язку з розширенням форматів і контенту в радіожурналістиці з'явилися нові програми, такі як подкасти, ток-шоу, які забезпечують різноманітність та інтерес слухачів. Це відкриває шлях для нових проектів, які мають враховувати сучасні тенденції та інтереси аудиторії.

2. Основні функції радіожурналістики, такі як поширення інформації, просвітницька діяльність, розвага та формування думки, здійснюються через різні види радіопрограм. Новини, інтерв'ю, музичні програми, драматичні твори та інші жанри допомагають задовольнити потреби аудиторії та відобразити різноманіття соціальних і культурних аспектів. Радіожурналістика має великий потенціал для впливу на свідомість і думки людей, формування їх уявлень про світ.

3. Аналіз конкурентів показав, що на ринці є Telegram-канали, які спеціалізуються на радіожурналістиці, пропонують різноманітний контент і залучають значну кількість передплатників. Журналістський проект Радіо UA має унікальну концепцію, яка здатна привернути увагу аудиторії.

Якісний контент, підтримка професійного розвитку та можливість експертного аналізу подій у сфері радіожурналістики – сильні сторони проєкту. В умовах конкуренції проєкт повинен активно працювати над залученням та утриманням аудиторії, працювати з партнерами та розробляти ефективні рекламні заходи.

4. Однак важливо враховувати ризики, пов'язані з ринковою конкуренцією та змінами медіа-ландшафту та інтересів аудиторії. Для успіху проєкту необхідно зосередитися на безпрецедентній якості контенту та взаємодії з аудиторією, щоб виділитися в цій індустрії та залучити цільову аудиторію. Проєкт необхідно постійно вдосконалювати, враховуючи зміни в суспільстві та потреби слухачів, щоб зберегти його актуальність та привабливість. Успіх проєкту залежить від його здатності адаптуватися до змін, зв'язуватися з аудиторією та надавати якісний і цікавий контент.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білик С. Радіожурналістика: практичний курс. Київ.: Київський університет, 2010. 68 с.
2. Воронченко В. Теорія та практика радіожурналістики. Київ.: Видавництво УАБС НБУ, 2018. 213 с.
3. Герус О. Радіоінформаційні служби в Україні. Київ.: Київський університет, 2013. 256 с.
4. Горовий М. Радіожурналістика: технології, стиль, професійна етика. Дніпро.: Форум, 2017. 58 с.
5. Гриценко В. Радіо в Україні: історія, сучасність, перспективи. Київ: Київський університет, 2008, 47 с.
6. Дяченко В. Теорія радіожурналістики: посібник. Київ.: Київський університет, 2017. 254 с.
7. Іванова Н. Радіожурналістика: сучасні тенденції розвитку. Львів.: Видавничий дім "Либідь", 2018. 76 с.
8. Касьяненко О. Радіожурналістика: проблеми та перспективи. Київ.: Видавництво УАБС НБУ, 2019. 265 с.
9. Косович О. Технології радіожурналістики. Київ.: Київський університет, 2014.
10. Максимова О. Радіожурналістика в сучасному інформаційному просторі. Житомир.: Наш формат, 2015. 65 с.
11. Малишева Т. Радіожурналістика: технології та стиль. Львів.: Видавничий дім "Либідь", 2016.

12.Мащенко І. Г.Хроніка українського телебачення і радіо в контексті світового аудіовізуального процесу.Київ : Видавництво «Україна», 2005. 382 с.

13.Петрова Т. Радіожурналістика в цифрову епоху: виклики та можливості. Житомир.: Видавничий дім "ЖМ Академія", 2021.

14.Семенченко Л. Основи радіожурналістики: навчальний посібник. Київ.: Видавничий дім "Либідь", 2019.

15.Симоненко О. Медіа-дизайн радіожурналістики. Київ.: Наш формат, 2020. 56 с.

16.Telegram-канал «Radioman» // [Електронний ресурс]:сайт. URL: [t.me/radiomanua](https://t.me/radiomanua) (Дата звернення 12.05.2023)

17.Telegram-канал «Radionews» // [Електронний ресурс]: сайт. URL: [t.me/radionewua](https://t.me/radionewua) (Дата звернення 12.05.2023)

18.Telegram-канал «RadioHITS» // [Електронний ресурс]:сайт. URL: [t.me/radiohitsua](https://t.me/radiohitsua) (Дата звернення 12.05.2023)

19.Telegram-канал «Talks» // [Електронний ресурс]:сайт. URL: [t.me/talkradiosua](https://t.me/talkradiosua) (Дата звернення 12.05.2023)

20.Telegram-канал «Radioclasicc» // [Електронний ресурс] :сайт. URL: [t.me/radioclasiccua](https://t.me/radioclasiccua) (Дата звернення 12.05.2023)

21.Шарова І. Історія радіожурналістики в Україні. – Київ.: Наукова думка, 2005.

22.Шаповалов Ю.Г. Зображення і слово в журналістиці: Львів: 1985.31 с

23.Що таке Telegram? // [Електронний ресурс]:сайт.  
URL<https://futurenow.com.ua/shho-take-telegram-telegram-chy-vin-yavlyayetsya-bezpechnym-messendzherom/> (Дата звернення 1.05.2023)

24.Statista // [Електронний ресурс]:сайт. URL:  
<https://www.statista.com/> (Дата звернення 19.04.2023)

## ДОДАТКИ

### Додаток А



Рис.1.1 Логотип Telegram-каналу