

ДМИТРО МАРКОВСЬКИЙ***ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛ ПРО МАНДРИ УКРАЇНОЮ
«ПАКУЙ ВАЛІЗИ»***

У сучасних умовах цифрової трансформації суспільства соціальні мережі та месенджери відіграють основну роль у формуванні інформаційного простору та комунікаційних зв'язків [3, с. 134–140]. Зростання популярності мобільних платформ сприяє зміні способів споживання контенту, що, своєю чергою, впливає на стратегії комунікації брендів, медіа та тематичних спільнот.

Особливо актуальним є використання месенджера Telegram як інструменту для створення нішевих інформаційних каналів. Його функціональні можливості дозволяють не лише поширювати інформацію, а й вибудовувати ефективну взаємодію з аудиторією. У сфері туризму це відкриває нові перспективи для популяризації напрямків, зокрема внутрішнього туризму в Україні.

Водночас, незважаючи на активний розвиток Telegram-каналів, проблема ефективної взаємодії з аудиторією є наразі недостатньо дослідженою. Зокрема, потребують аналізу інструменти залучення підписників, механізми утримання уваги та формування довіри до контенту.

Питання digital-комунікації активно досліджують у сучасній науковій літературі. Значну увагу приділяють соціальним мережам як каналам взаємодії між брендами та аудиторією. Дослідники наголошують на важливості контент-маркетингу, персоналізації повідомлень та використання інтерактивних інструментів. Окремі наукові праці присвячені аналізу месенджерів як комунікаційних платформ. Telegram розглядають як середовище з високим рівнем довіри та залученості користувачів, що зумовлено відсутністю алгоритмічного ранжування контенту та прямим доступом до аудиторії.

У сфері туризму дослідження зосереджуються на цифрових інструментах просування туристичних продуктів, проте специфіка Telegram-каналів як окремого медіаформату потребує подальшого вивчення.

Telegram є одним із найдинамічніших месенджерів сучасності, який поєднує функції соціальної мережі та медіаплатформи [5, с. 60–62]. Його ключовими перевагами є такі: відсутність алгоритмічної стрічки новин; висока швидкість поширення інформації; можливість створення каналів і спільнот; інструменти інтерактивної взаємодії. Ці характеристики роблять Telegram особливо ефективним для

поширення туристичного контенту, який потребує оперативності, візуальності й окреслення практичної цінності.

Telegram-канал «Пакуй Валізи» орієнтований на популяризацію подорожей Україною. Його контентна політика базується на поєднанні інформаційної та розважальної складових. Основні типи контенту [4]:

- описи туристичних локацій;
- готові маршрути подорожей;
- рекомендації щодо організації поїздок;
- бюджетні лайфхаки;
- авторські враження;
- фото- та відеоматеріали.

Такий підхід дозволяє охоплювати різні сегменти аудиторії – від досвідчених мандрівників до початківців.

Однією з основних особливостей Telegram є наявність інструментів [1, с. 98–102], які забезпечують активну взаємодію з підписниками, зокрема:

1. Опитування (polls) – дозволяють швидко отримувати зворотний зв'язок, дізнаватися про вподобання аудиторії та залучати користувачів до прийняття рішень стосовно контенту.

2. Реакції – надають можливість оцінювати публікації без написання коментарів, що спрощує взаємодію.

3. Коментарі – сприяють формуванню дискусій і створенню спільноти навколо каналу.

4. Прямі повідомлення – забезпечують персоналізований контакт із підписниками. Застосування цих інструментів дозволяє перетворити пасивну аудиторію на активних учасників комунікації.

5. Контент-стратегія як основа взаємодії. Контент є центральним елементом будь-якої digital-комунікації. Аналіз Telegram-каналу «Пакуй Валізи» засвідчив, що найбільший рівень залучення забезпечують такі формати: добірки маршрутів («куди поїхати на вихідні»); практичні поради; бюджетні варіанти подорожей; сезонні рекомендації [4].

Важливу роль відіграє також структура публікацій, яка вміщує чіткі заголовки, короткі абзаци, використання емодзі, візуальний супровід. Такий формат полегшує сприйняття інформації та підвищує імовірність взаємодії.

6. Візуальний контент є одним із основних чинників залучення аудиторії у туристичній тематиці. Якісні фотографії та відео викликають емоційний відгук,

стимулюють бажання подорожувати, підвищують рівень довіри до контенту. У Telegram-каналі «Пакуй Валізи» візуальні матеріали використовуються як невід'ємна частина кожної публікації, що значно підвищує її ефективність [4].

7. Персоналізація комунікації. Однією з важливих тенденцій сучасної digital-комунікації є персоналізація. У контексті Telegram це проявляється через такі аспекти:

- неформальний стиль спілкування;
- використання звернень до аудиторії;
- урахування інтересів підписників;
- відповідь на коментарі та повідомлення [2, с. 90–92].

Такий підхід сприяє формуванню довірливих відносин між автором каналу та аудиторією.

8. Формування лояльності аудиторії. Лояльність аудиторії є результатом системної та послідовної комунікації. Основні фактори її формування: регулярність публікацій, стабільна якість контенту, відкритість до діалогу, автентичність. Telegram-канал «Пакуй Валізи» демонструє, що поєднання цих елементів дозволяє створити активну й зацікавлену спільноту.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що Telegram є ефективною платформою для взаємодії з аудиторією у сфері туризму. Його функціональні можливості забезпечують прямий контакт із підписниками та високий рівень залученості.

Отже, Telegram-канали можуть слугувати не лише інформаційними ресурсами, а й повноцінними комунікаційними платформами, здатними формувати спільноти, популяризувати туризм і сприяти розвитку цифрових медіа в Україні.

Списко використаних джерел

1. Бойко О. В. Використання месенджерів у цифровому маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2022. № 1. С. 98–105.
2. Котлер Ф., Картаджая Г., Сетіаван І. Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового. Київ: КМ-Букс, 2018. 208 с.
3. Ляшенко О. М. Соціальні мережі як інструмент маркетингових комунікацій. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. С. 134–140.
4. Телеграм канал «Пакуй валізи». URL: <https://t.me/pakuivalizyy> (дата звернення 30.03.2026)
5. Kaplan A. M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*. 2010. Vol. 53(1). P. 59–68.

Марковський Дмитро – здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Журналістика» факультету філології й журналістики імені Михайла Стельмаха Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Науковий керівник – Завальнюк І. Я., доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри журналістики, реклами та зв'язків з

КРИСТІНА МОКРУЖИЦЬКА

РЕПРЕЗЕНТАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В ПРОГРАМАХ РАДІО «КУЛЬТУРА» (НА ПРИКЛАДІ «ЛЕКТОРІЙ. ПОЕЗІЯ» ТА «ЛЕКТОРІЙ. ЛІТЕРАТУРА»)

Український медіапростір за останні роки суттєво змінився. Причини очевидні: цифровізація, активний розвиток соціальних мереж і повномасштабна війна. У цих умовах змінився формат подачі інформації та підхід до контенту. Культурна тематика, зокрема література, почала сприйматися інакше, як частина інформаційного спротиву та спосіб збереження ідентичності.

«Тепер для більшості журналістів стає принциповим створювати та вести саме українськомовний контент, аби все більше розвивати національну свідомість та усвідомлювати своє підґрунтя ідентичності. Адже інформаційний фронт одна із найважливіших напрямів у сучасній війні. Інформаційна війна відрізняється тим, що її специфіка має комбінований характер. Основні військові операції проводять у всіх сферах життя суспільства.» [2, с.239].

У цьому контексті важливу роль відіграють медіапроекти, що спеціалізуються на літературній тематиці. Одним із таких є Радіо «Культура», яке створює контент, спрямований на популяризацію української літератури через різні формати – від класичних радіоефірів до подкастів і відео. «Відеоплатформи, як от YouTube, відіграють важливу роль у створенні публіцистичного аудіовізуального контенту.» [1, с. 141].

У структурі літературного медіаконтенту помітне місце займають матеріали, що зосереджені не тільки на аналізі художніх творів, а й на постаті автора. Зокрема, важливою тематичною складовою є «інформація про творчість письменника, цікаві факти з його життя» [3, с. 76]. Такий підхід дозволяє розширити сприйняття літератури, виводячи її за межі суто текстуального аналізу.

Саме цей формат активно реалізується у програмах «Лекторій. Поезія» та «Лекторій.Література», де увага зосереджується на обставинах їхнього створення. В межах цих програм автори постають перед аудиторією не як абстрактні постаті з підручників, а як живі особистості з власним досвідом, переживаннями та контекстом написання творів. Залучення маловідомих або раніше