

УДК 070:796.06

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-56-63](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-56-63)

TELEGRAM ЯК ІНФОРМАЦІЙНИЙ ФАСТФУД: ЗМІНА СМАКІВ В АУДИТОРІЇ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

ГРИСЮК Володимир¹, доктор філософії з журналістики,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-6104-6115>;

ЄФІМОВА Марія², кандидат наук з мистецтвознавства,

ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-0136-4626>;

БОРЕЦЬ Андрій³, кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0004-5747-6728>;

КОЗАК Валентина⁴, кандидат філологічних наук, доцент,

ORCID – <https://orcid.org/0009-0000-0121-4949>.

1 Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна;

Кореспондентний автор Грисюк В., e-mail: v.hrysiuk@gmail.com.

2 Волинський національний університет імені Лесі Українки, Луцьк, Україна.

3 Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Київ, Україна.

4 Київський інститут Національної гвардії України, Київ, Україна.

Стаття надійшла до редакції 23.02.2025 р.

Надіслано після редагування 07.07.2025 р.

Рекомендовано до видання 09.09.2025 р.

Цитування: Грисюк В., Єфімова М., Борець А., Козак В.
TELEGRAM як інформаційний фастфуд: зміна смаків в аудиторії українських медіа. Образ. 2025. Вип. 2 (48). С. 56–63. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-56-63](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-56-63)

Вступ. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило суттєві трансформації в медійному просторі країни. Традиційні медіа частково втратили свої позиції, поступившись місцем новим комунікаційним платформам, зокрема месенджерам. Особливо помітним став перехід аудиторії до платформи Telegram, яка стала провідним джерелом інформації, особливо серед молоді.

Актуальність і мета. Актуальність дослідження зумовлена стрімкою зміною медіаспоживання в умовах війни та необхідністю розуміння нових тенденцій у сфері масової комунікації. Мета дослідження полягає у визначенні особливостей трансформації медіаспоживання студентської молоді та аналізі переваг і недоліків платформи Telegram як домінуючого джерела інформації в умовах воєнного стану.

Методологія. Дослідження базується на анкетуванні 414 студентів Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Використано методи кількісного аналізу для обробки даних опитування та якісного аналізу для визначення характеристик платформи Telegram.

Результати. Дослідження виявило, що 93 % опитаних студентів отримують новини переважно із соціальних мереж, причому Telegram є беззаперечним лідером (89,6 %). При цьому лише 40,4 % респондентів довіряють соціальним мережам як джерелу інформації. Важливим є факт, що 29,8 % користувачів не знають власників жодного з інформаційних каналів, якими користуються. Визначено основні переваги Telegram (оперативність, функціональність, доступність) та недоліки (проблеми з верифікацією інформації, відсутність відповідальності, безпекові ризики).



© Authors, 2025

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Висновки. Дослідження підтверджує кардинальну зміну в споживанні медіаконтенту молоддю в умовах війни. Telegram став домінуючою платформою для отримання новин, витіснивши традиційні ЗМІ. Проте низький рівень довіри та значна кількість анонімних джерел створюють ризики для інформаційної безпеки. Це вимагає розробки нових підходів до медіарегулювання та підвищення медіаграмотності аудиторії.

Ключові слова: *медіаспоживання, соціальні мережі, Telegram, воєнний стан, інформаційна безпека, медіаграмотність, месенджери, новинні канали, медіатрансформація.*

Вступ. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну спричинило кардинальні зміни в медійному просторі. В умовах невизначеності суспільство потребувало швидкого доступу до актуальних новин, що призвело до стрімкого зростання популярності месенджерів, особливо Telegram. Традиційні медіа (телебачення, радіо та преса) частково втратили свої позиції через неможливість забезпечити таку ж оперативність подачі інформації. Водночас це створило передумови для домінування платформи з російським корінням, яка функціонує поза межами українського правового поля в сфері медіа. За даними Українського інституту медіа та комунікацій, 63% українців почали читати Telegram-канали для отримання новин вже після 24 лютого 2022 року, тоді як до повномасштабного вторгнення таких було 35,9% (Укрінформ, 2023) [1].

Сучасні тенденції зміни українського медіаландшафту вивчає низка іноземних [2; 3; 4; 5] та українських вчених [6; 7; 8]. Зокрема М. Батуріна зазначає, що Telegram-канали трансформувались із сервісу миттєвого обміну повідомленнями на повноцінні медіаканали, що «значною мірою визначають змістові характеристики національного медіапростору». На думку дослідниці, читачі надають перевагу отриманню інформації з месенджерів, бо вони не несуть «нічого зайвого» [10, с. 138-141]. Серед причин такої тенденції вона називає кризу в журналістиці, появу «мережевих авторів» та закріплення в інформаційному просторі інституту блогерства [10, с. 138-141]. Український вчений Д. Плахта розглянув месенджер Telegram як інструмент політичного впливу та маніпуляцій у контексті українських суспільно-політичних і медійних реалій, а також сформував рекомендації для журналістів, як слід використовувати цей месенджер і як висвітлювати інформацію з анонімних політичних Telegram-каналів [11, с. 88-94]. Натомість В. Жугай та Т. Кузнецова пишуть, що «Telegram-канали в умовах конвергентної журналістики стали одним з інструментів медіа, які дають змогу диверсифікувати донесення інформації до користувачів». Втім, коли цей неперевірений контент починають цитувати традиційні медіа, на їхню думку, може відбуватись «легітимізація фейків» [12, 120-125].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю вивчення трансформації медіаспоживання в умовах війни задля оцінки потенційних ризиків, пов'язаних із домінуванням неконтрольованих інформаційних платформ.

Мета: визначити особливості споживання новинного контенту студентською молоддю в умовах повномасштабної війни через призму використання месенджера Telegram як домінуючої інформаційної платформи, а також оцінити потенційні ризики та переваги такої трансформації у медіаспоживанні.

Наукова новизна. У статті вперше проведено комплексне дослідження зміни патернів споживання новинного контенту в умовах повномасштабної війни з фокусом на використання Telegram як основного джерела інформації, а також виявлено парадокс довіри до соціальних мереж (коли їх активно використовують, але не довіряють).

Завдання дослідження: 1) дослідити зміни в структурі споживання новинного контенту після початку повномасштабного вторгнення через проведення анкетування серед студентів провідних київських університетів; 2) визначити основні платформи, які використовує студентська молодь для отримання новин; 3) проаналізувати рівень довіри аудиторії до різних типів медіа; 4) систематизувати та

класифікувати переваги й недоліки використання Telegram як новинної платформи в умовах воєнного стану.

Об'єкт наукового дослідження: трансформація медійного ландшафту України в умовах повномасштабного вторгнення Росії, зокрема зміни у способах споживання інформації.

Предмет дослідження: особливості використання месенджера Telegram як провідної інформаційної платформи серед студентської молоді та його вплив на формування нових моделей споживання новинного контенту в період 2022–2025 років.

Методологія. Дослідження базується на анкетуванні – кількісному методі збору даних. У ньому взяли участь 414 студентів із двох українських ЗВО – Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Анкета містила питання щодо каналів медіаспоживання, рівня довіри до різних медіаплатформ та обізнаності про їхніх власників/адміністраторів. Для вивчення отриманих даних застосовано порівняльний аналіз, а системний аналіз – для визначення переваг та недоліків платформи Telegram як домінуючого джерела інформації серед студентської молоді в період 2022–2025 років. Метод узагальнення допоміг виокремити ключові тенденції трансформації медіаспоживання в умовах війни та оцінки потенційних ризиків домінування неконтрольованих інформаційних платформ, зокрема месенджерів та соціальних мереж.

Результати й обговорення. В умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну відбулись масштабні зміни в медійному ландшафті. Запит суспільства на швидко та лаконічну інформацію у режимі реального часу задовільнили популярні месенджери, насамперед Telegram, де почали набирати популярності новинні канали, акумулюючи мільйонну аудиторію [13]. Відповідно вага інших медіа почала знижуватися. Інформаційні сайти не встигали генерувати стрічку новин настільки оперативно, та й вони обмежені редакційною політикою, професійними стандартами та змушені працювати відповідно до нормативно-правових актів у сфері медіа. Ще серйозніше постраждало телебачення, яке обмежувалось рамками телемарафону «Єдині новини», що об'єднав зусилля багатьох центральних телевізійних каналів. Доля радіо та друкованої преси у цьому контексті взагалі незначна. Таким чином у мейнстрімі опинилась платформа з російським слідом, яка працює поза українським правовим полем, абсолютно без контролю та відповідальності за поширену інформацію [14]. Успіх в аудиторії гарантували короткі та зрозумілі речення, високий емоційний градус, активне використання популярних серед молоді емоджі, експресивної лексики, фото та відеоматеріалів, зокрема чутливого характеру. Це доводить анкетування 414 студентів, які навчають у Київському національному університеті імені Тараса Шевченка та Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка. Зокрема, на питання «Звідки ви найчастіше дізнаєтеся новини?» 93 % опитаних відповіли, що із соціальних мереж. Натомість вебсайти читають значно менше учасників анкетування – 4,6 %. Що стосується конкретних платформ, то у списку лідерів уже згаданий Telegram (89,6 %), TikTok (4,1 %) та YouTube (2,4 %), тобто комунікаційні канали, де інформація подається або дуже лаконічно та швидко у текстовій формі (доповнених аудіовізуальними матеріалами), або у форматі відео.

У ході активних бойових дій, коли події стаються щохвилини, а градус напруги в суспільстві зашкалює, аудиторія прагне у будь-який спосіб заповнити інформаційний вакуум. За таких обставин зростає цінність кількості та оперативності новин, аніж їхня відповідність професійним стандартам, точність та збалансованість.

З 93 % учасників анкетування, які відповіли, що найчастіше дізнаються новини саме з соціальних мереж, довіряють їм 40,4 %, тобто менше половини. На другому й третьому місці веб-сайти (28,8 %) та телебачення (16,8 %). З-поміж аутсайдерів – преса та радіо. Ймовірно, недовіра до традиційних медіа пов'язана з тим, що учасники анкетування не споживають такий контент, а тому не можуть його оцінити.

Звідки Ви найчастіше дізнаєтесь новини?

414 відповідей

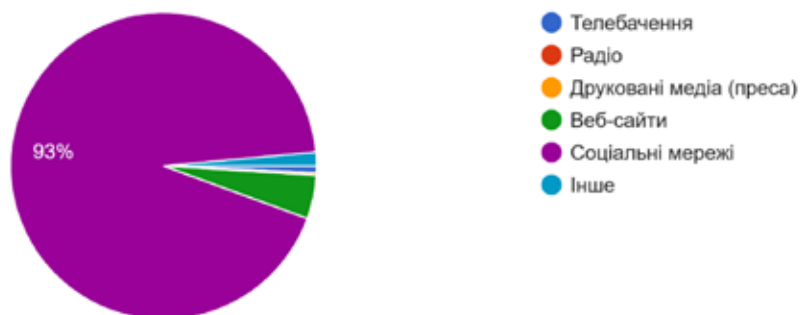


Рис. 1. Результати відповіді на питання «Звідки Ви найчастіше дізнаєтесь новини?»

Якою соціальною мережею Ви найчастіше користувались для отримання новин за останні два місяці?

415 відповідей

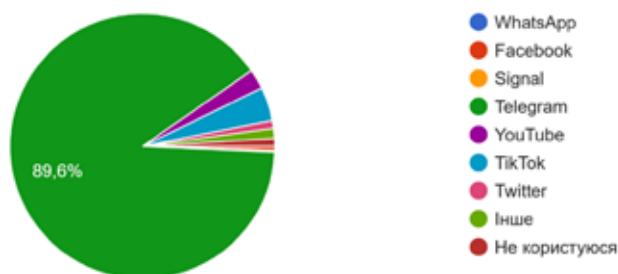


Рис. 2. Результати відповіді на питання: «Якою соціальною мережею Ви найчастіше користувались для отримання новин за останні два місяці?»

Яким джерелам інформації Ви довіряєте найбільше?

416 відповідей

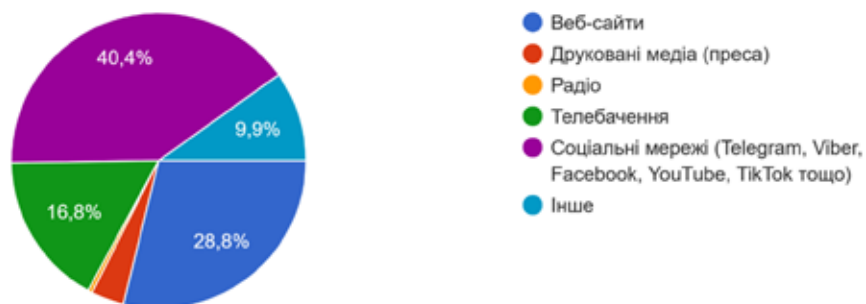


Рис. 3. Результати відповіді на питання: «Яким джерелам інформації Ви довіряєте найбільше?»

Серед тих, хто користується соціальними мережами для отримання новин, знають дані про власників (адміністраторів) бодай трьох сторінок/каналів 19,9 % опитаних, натомість не знають жодного – 29,8 %, тобто майже третина. Це не дивно, позаяк деякі платформи не розголошують інформацію про своїх власників та команду авторів, залишаючись повністю анонімними. По суті, це ідеальне середовище для просування пропагандистських наративів у рамках інформаційної війни, ІПСО, поширення дезінформації, фейків, компромату та чорного піару без жодної відповідальності [13, 15].

Виходячи з цього, варто окреслити переваги та недоліки Telegram як найпопулярнішої платформи серед студентської молоді в 2022–2025 рр. [16].

Переваги Telegram як комунікаційної платформи:

1. Оперативність: миттєве поширення інформації з мобільного пристрою в умовах реального часу; можливість швидко оновлювати, доповнювати, редагувати, планувати повідомлення;
2. Функціональність: доступ до різних форматів контенту (текст, фото, відео, аудіо, емодзі, GIF-картинки); можливість створити опитування; зручне форматування тексту з гіперлінками; блог чутливого контенту; зручна система пошуку за тегами; інтеграція з іншими сервісами за допомогою ботів;
3. Доступність: зміст текстових повідомлень відображається навіть при нестабільному інтернет-зв'язку (вкрай важливо під час війни, зокрема відключень електропостачання); можливість використовувати в офлайн-режимі; безплатне використання базового функціоналу;
4. Взаємодія з аудиторією: читачі мають змогу залишати свої реакції на повідомлення (емодзі та коментарі), можуть миттєво пересилати інформацію іншим користувачам;
5. Тісний контакт: мобільні пристрої завжди під рукою у потенційних читачів (push-сповіщення); новинні канали оновлюються паралельно з приватними чатами.

Недоліки Telegram як комунікаційної платформи:

1. Проблеми з перевіркою та верифікацією інформації: поширення фейків, пропагандистських наративів, ІПСО, дезінформації, чорного піару, виконання політичних замовлень, нагнітання паніки;
2. Відсутність відповідальності за поширену інформацію перед законом, зокрема через анонімність авторів та власників каналів, які через низьку кваліфікацію можуть не знати базових правил роботи в медіа;
3. Невизначений юридичний статус та складність захисту авторських прав;
4. Непристосованість до аналітичних форматів, розлогих мультимедійних історій з цитатами, великими даними;
5. Безпекові ризики: можливість витоку особистих даних; вразливість до хакерських атак; ризики блокування платформи в окремих країнах;
6. Технічні обмеження щодо розміру файлів;
7. Складність просування контенту та органічного розширення аудиторії;
8. Неможливість ранжування повідомлень за інтересами;
9. Проблема спаму в коментарях та накручування реакцій для маніпуляції зі сприйняттям;
10. Складність у вивченні демографічних показників аудиторії.

Висновки та перспективи. У ході дослідження виконано усі чотири поставлені завдання та досягнуто мету. Зокрема, шляхом проведення анкетування серед студентів провідних київських університетів прослідковано зміни в структурі споживання новинного контенту після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Ми з'ясували, що:

1. Відбулася радикальна зміна в національному інформаційному просторі, коли месенджери (особливо Telegram) зайняли домінуючу позицію. Традиційні медіа (телебачення, радіо, преса) натомість втрачають свою аудиторію серед молоді.

Спостерігається чітка тенденція до надання переваги коротким, оперативним форматам подання інформації;

2. 93% опитаних використовують соціальні мережі як основне джерело новин;

3. Лише 40,4% з них довіряють інформації з соціальних мереж, що свідчить про критичне ставлення до контенту. Майже третина користувачів (29,8%) не цікавиться джерелами інформації та власниками каналів;

4. Серед переваг Telegram як медіа: оперативність, доступність, функціональність, тісна взаємодія з аудиторією тощо). Серед недоліків: складність верифікації інформації, ранжування, технічні обмеження, непристосованість до аналітичних форматів, невідомий юридичний статус та ін.).

Окрім того, виявлені проблеми інформаційної безпеки. Існує високий ризик поширення дезінформації через відсутність механізмів перевірки та верифікації даних у Telegram. Анонімність власників каналів створює середовище для можливих інформаційних маніпуляцій, а відсутність правового регулювання ускладнює контроль за достовірністю інформації.

Сьогодні є потреба у розробці нових механізмів регулювання діяльності новинних каналів у месенджерах, створенні систем верифікації інформації та прозорості джерел. Окрім того, назріло питання обговорення та затвердження стандартів роботи новинних Telegram-каналів.

Важливого значення набуває вивчення процесу трансформації медіаспоживання, зміни інформаційної культури суспільства, а також психологічних аспектів сприйняття новинного контенту в месенджерах. Медіасистеми мають адаптуватися до нових реалій, де баланс між оперативністю інформації та її достовірністю стає ключовим викликом для галузі.

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

2. Ghasiya, P., & Sasahara, K. (2023). Messaging Strategies of Ukraine and Russia on Telegram during the 2022 Russian invasion of Ukraine. First Monday.

3. Ptaszek, G., Yuskiv, B., & Khomych, S. (2024). War on frames: Text mining of conflict in Russian and Ukrainian news agency coverage on Telegram during the Russian invasion of Ukraine in 2022. *Media, War & Conflict*, 17(1), 41-61.

4. Nazaruk, T. (2022). Subscribe and follow. Telegram and responsive archiving the war in Ukraine. *Sociologica*, 16(2), 217-226.

5. Farbman, S. Telegram, 'milbloggers' and the Russian State. *Survival*. Routledge. 2023. 107-127.

6. Гуржій, С. (2021). Сучасні загрозливі тенденції використання telegram-каналів на шкоду державним інтересам. *Інформація і право*, (4 (39)), 162-169.

7. Катеринич, П., Дубровський, Р. & Кіндрась, І. (2023). Мова ворожості в публіцистичному дискурсі (на матеріалі текстів Telegram). *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 34 (73), № 1, 170-176.

8. Мисечко, А. (2022). Роль аудіовізуальної складової соціальних мереж у боротьбі з російськими окупантами. *Наука, освіта, технології та суспільство: нові дослідження і перспективи*, 78.

9. Грисюк, В., Волюца, Л. (2023). Становище військової журналістики в умовах повномасштабної війни Росії проти України. *Редакційна колегія*, 287.

10. Бутиріна, М. (2020). Telegram-канал як мета-ЗМІ: комунікаційні особливості. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції*, 138-141.

11. Plakhta, D. (2020). Telegram as a tool for political influence and manipulation. *TV and radio journalism*. Issue 19. 88-94.

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

13. Гулай, В., & Воробець, Ю. (2020). Telegram-канали як інструмент маніпулятивного впливу на формування громадської думки (на прикладі України та Росії). Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Міжнародні відносини.
14. Грисюк, В. П. (2023). Медіаправо та інформаційна безпека: Медіаправо та захист інтелектуальної власності.
15. Mialkovska, L., Hrysiuk, V., Zhvania, L., Nykoliuk, T., Tykha, L., Sadova, L., & Yablonsky, M. (2024). Leveraging Media and Public Relations Strategies to Advance Sustainable Development: Approaches, Frameworks, and Tactics in Modern Conditions. *Journal of Natural Resources*, 7(3), s253-s269.
16. Грисюк, В., & Єфімова, М. (2025). Популярність медіаплатформ в умовах російсько-української війни: результати анкетування. Актуальні проблеми медіапростору: зб. доп. наук.-практ. конф. Київ–Вітербо, 2025. 480 с.

UDC 070:796.06

[https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-56-63](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-56-63)

TELEGRAM AS INFORMATION FAST FOOD: CHANGING TASTES IN UKRAINIAN MEDIA AUDIENCES

Hrysiuk Volodymyr¹, Ph.D. (Journalism), Lecturer, ,
ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-6104-6115>;

Yefimova Maria², Ph.D. (Art Studies), Lecturer,
ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-0136-4626>;

Borets Andrii³, Ph.D. (Social Communications), Lecturer,
ORCID – <https://orcid.org/0009-0004-5747-6728>;

Kozak Valentyna⁴, PhD (Philology), Associate Professor,
ORCID – <https://orcid.org/0009-0000-0121-4949>.

¹ Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.

Corresponding author Hrysiuk V., e-mail: v.hrysiuk@gmail.com

² Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, Ukraine.

³ Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University, Kyiv, Ukraine.

⁴ Kyiv Institute of the National Guard of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

Article received by the editorial office on 02/23/2025

Submitted after editing on 07/07/2025

Recommended for publication on 09/09/2025

Citation: Hrysiuk, V., Yefimova, M., Borets, A., & Kozak, V. (2025). Telegram as Information Fast Food: Changing Tastes in Ukrainian Media Audiences. *Obraz*, 2 (48), 56–63. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2\(48\)-56-63](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.2(48)-56-63)

Introduction. Russia's full-scale invasion of Ukraine has caused significant transformations in the country's media landscape. Traditional media have partially lost their positions, giving way to new communication platforms, particularly messengers. The audience's transition to the Telegram platform has become especially noticeable, as it has become a leading source of information, particularly among young people.

Relevance and Purpose. The relevance of this research is driven by the rapid change in media consumption during wartime and the need to understand new trends in mass communication. The study aims to identify the peculiarities of media consumption transformation among university students and analyze the advantages and disadvantages of Telegram as a dominant information source under martial law.

Methodology. The research is based on a survey of 414 students from Taras Shevchenko National University of Kyiv and Borys Grinchenko Kyiv Metropolitan University. Quantitative analysis methods were used to process survey data and qualitative analysis to determine the characteristics of the Telegram platform.

Results. The study revealed that 93% of surveyed students primarily receive news from social networks, with Telegram being the undisputed leader (89.6%). However, only 40.4% of respondents

trust social networks as an information source. Notably, 29.8% of users don't know the owners of any information channels they use. The main advantages of Telegram (speed, functionality, accessibility) and disadvantages (information verification issues, lack of accountability, security risks) were identified.

Conclusions. The research confirms a radical change in young people's media content consumption during wartime. Telegram has become the dominant platform for news consumption, displacing traditional media. However, low trust levels and a significant number of anonymous sources create information security risks. This necessitates developing new approaches to media regulation and improving audience media literacy.

Keywords: *media consumption, social networks, Telegram, martial law, information security, media literacy, messengers, news channels, media transformation.*

1. «How Non-Institutionalized News Telegram Channels of the Ukrainian Segment Function and Gain Audience. Analytical Report.» Kyiv, NGO «Ukrainian Institute of Media and Communication», 2023.
2. Ghasiya, P., & Sasahara, K. (2023). Messaging Strategies of Ukraine and Russia on Telegram during the 2022 Russian invasion of Ukraine. First Monday.
3. Ptaszek, G., Yuskiv, B., & Khomych, S. (2024). War on frames: Text mining of conflict in Russian and Ukrainian news agency coverage on Telegram during the Russian invasion of Ukraine in 2022. *Media, War & Conflict*, 17(1), 41-61.
4. Nazaruk, T. (2022). Subscribe and follow. Telegram and responsive archiving the war in Ukraine. *Sociologica*, 16(2), 217-226.
5. Farbman, S. (2023). Telegram, 'milbloggers' and the Russian State. *Survival*. Routledge. 107-127.
6. Hurzhii, S. (2021). Modern threatening trends in the use of Telegram channels to the detriment of state interests. *Information and Law*, (4(39)), 162-169.
7. Katerynych, P., Dubrovskyi, R. & Kindras, I. (2023). Hate speech in journalistic discourse (based on Telegram texts). *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 34(73), No. 1, 170-176.
8. Mysechko, A. (2022). The role of audiovisual component of social networks in the fight against Russian occupiers. *Science, Education, Technology and Society: New Research and Perspectives*, 78.
9. Hrysiuk, V., Volutsa, L. (2023). The state of military journalism under conditions of Russia's full-scale war against Ukraine. *Editorial Board*, 287.
10. Butyrina, M. (2020). Telegram channel as meta-media: communication features. *Society and Personality in Modern Communication Discourse: Proceedings of the II All-Ukrainian Scientific-Practical Conference*, 138-141.
11. Plakhta, D. (2020). Telegram as a tool for political influence and manipulation. *TV and radio journalism*. Issue 19. 88-94.
12. Zhuhai, V., & Kuznietsova, T. V. (2021). Features of Telegram channels as newest media tools: Ukrainian context. *Scientific Notes of V.I. Vernadsky Taurida National University. Series: Philology. Journalism*, 6(3), 120-125.
13. Hulai, V., & Vorobets, Yu. (2020). Telegram channels as a tool of manipulative influence on public opinion formation (on the example of Ukraine and Russia). *Scientific Bulletin of Lesya Ukrainka East European National University. International Relations*.
14. Hrysiuk, V. P. (2023). *Media Law and Information Security: Media Law and Intellectual Property Protection*.
15. Mialkovska, L., Hrysiuk, V., Zhvania, L., Nykoliuk, T., Tykha, L., Sadova, L., & Yablonskyy, M. (2024). Leveraging Media and Public Relations Strategies to Advance Sustainable Development: Approaches, Frameworks, and Tactics in Modern Conditions. *Journal of Natural Resources*, 7(3), s253-s269.
16. Hrysiuk, V., & Efimova, M. (2025). The Popularity of Media Platforms in the Context of the Russian-Ukrainian War: Survey Results. *Current Issues of Media Space: Book of Abstracts (2025)*. Kyiv–Viterbo. 480 p.