

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин  
Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри  
Васильченко В'ячеслав Миколайович

\_\_\_\_\_

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

РОЗРОБКА ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ПРО СПОРТ «ОВЕРТАЙМ»

Виконавець: Дерев'янку Владислав Валерійович \_\_\_\_\_

Керівник: канд. філ. наук, доц.

Васильченко В'ячеслав Миколайович \_\_\_\_\_

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ТЕЛЕГРАМ».....	6
1.1. Історія створення та можливості подальшого розвитку телеграму.....	6
1.2. Типологія телеграм-каналів та їхні технічні можливості.....	12
1.3. Аналіз конкурентних телеграм-каналів про спорт.....	16
Висновки до розділу 1.....	18
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ РОЗРОБКИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ПРО СПОРТ «ОВЕРТАЙМ».....	20
2.1. Загальна характеристика телеграм-каналу про спорт «Овертайм».....	20
2.2. Контентне наповнення телеграм-каналу як найважливіша складник проєкту.....	24
2.3. Просування та монетизація телеграм-каналу.....	44
Висновки до розділу 2.....	51
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	56

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Сучасна комунікаційна наука активно зацікавлена у вивченні нових засобів масової інформації. Громадські телеграм-канали активно розвиваються в один із сучасних форматів медіа-комунікації.

Феномен телеграм-каналу як засобу масової інформації нещодавно потрапив у центр уваги науки. Найчастіше привертають увагу такі питання, як причини популярності цього каналу, специфіка аудиторії та функціональні особливості. Вчені неодноразово приходили до висновку, що телеграм-канал відіграє важливу роль у формуванні новинного порядку денного та громадської думки в цілому.

Це явище досить активно розглядається в плані дослідження феномену постправди, яка стала одним із потужних інструментів політичного впливу, який, як відомо, дозволяє дискредитувати опонентів та поширювати певну ідеологію. Активне поширення інформації, «потрібної» окремим групам, фальсифікація, дослідження антинаукових кампаній, вибірковий відбір фактів, що підтверджують позицію, і пряме заперечення фактів протилежних, – влучне зауваження Лі Макінтайра, дослідника Центру філософії і історії Бостонського університету, автор книги «Постправда» (2021), є незамінним елементом у створенні нової реальності постправди.

Сьогодні телеграм-канал є одним із функціонально потужних інструментів формування громадської думки, що виправдовує інтерес нашого дослідження.

Важливо зазначити, що з самого початку спорт позиціонувався як поєднання фізичної та розумової діяльності, що виконується для змагальних цілей; але згодом він втратив свою виключно конкурентну, некомерційну спрямованість. Спорт, який має високий соціальний статус, виконує різноманітні соціокультурні функції, і телеграм-канали цьому активно сприяють. Вони суттєво впливають на проведення та організацію спортивних

змагань, інколи навіть змінюючи правила деяких видів спорту – для створення кращого видовища, залучення більшого кола вболівальників і спонсорів.

**Мета дипломної роботи** – розробка телеграм-каналу про спорт «Овертайм».

Досягнення поставленої у дослідженні мети передбачає виконання наступних завдань:

- здійснити аналіз конкурентних телеграм-каналів про спорт;
- створити концепцію розробки телеграм-каналу про спорт «Овертайм»;
- дати загальну характеристику телеграм-каналу про спорт «Овертайм»;
- навести шляхи просування та монетизації каналу «Телеграм».

**Об'єктом дослідження** є телеграм-канал як нове ЗМІ.

**Предмет дослідження** – розробка телеграм-каналу про спорт «Овертайм».

**Теоретико-методологічною** основою дослідження є системний (комплексний) підхід, що розглядає розробку телеграм-каналу про спорт як цілісну, органічну та динамічну систему, що передбачає врахування всього різноманіття факторів, а також розгляд їх на основі принципів наукової об'єктивності.

Серед **методів**, використаних у дослідженні, слід виділити:

- аналіз, завдяки якому були вивчені окремі властивості, вектори та складові елементи розробки телеграм-каналу;
- синтез, який дозволив звести в єдине ціле, узагальнити отримані дані у результаті аналізу;
- івент-аналіз, який дозволив аналізувати окремі події у розробці телеграм-каналу про спорт;
- контент-аналіз, завдяки якому вдалося частково компенсувати недостатність обґрунтування розробки телеграм-каналу про спорт «Овертайм».

**Теоретична значимість** результатів проведеного дослідження полягає у здійсненій розробці теоретичних положень розробки телеграм-каналу про спорт «Овертайм».

**Практична значимість** роботи полягає у можливості використання результатів дослідження для підготовки навчальних курсів з відповідної тематики, окремих тем навчальних курсів різних рівнів, і навіть спеціалізованих розділів навчальних посібників.

Інформація, що використовувалася в даній роботі, була отримана на основі аналізу документів, статистики та преси, наукової та публіцистичної літератури.

**Апробація результатів дослідження.** Зміст і результати дослідження висвітлювалися у публікації на семінарі «Права людини: відображення у медіапросторі» та на конференції «Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики 2023»

#### **Публікації.**

- Дерев'янку В. В. Права людини в цифровому інформаційному просторі. Семінар «Права людини відображення у медіапросторі». С.55-57.
- Дерев'янку В. В. Спортивні телеграм канали. Специфіка розвитку. Конференція «Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики 2023».

**Структура роботи:** робота складається зі вступу, двох розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (30 джерел). Загальний обсяг роботи становить 59 сторінок.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «ТЕЛЕГРАМ»

### 1.1. Історія створення та можливості подальшого розвитку телеграму

Telegram давно користується популярністю у багатьох країнах. З простого месенджера він зміг розвинутися в платформу для заробітку. Завдяки багатьом тисячам глядачів на телеграм-каналі можна отримувати непогані рекламні замовлення. Єдина відмінність від інших платформ – відсутність монетизації контенту. Звернемося до деяких визначень: «Канали в телеграм — це інструмент для надсилання повідомлень великим групам читачів. Теоретично вони можуть мати необмежену кількість членів, на практиці існує обмеження в 20 000 членів» [3].

Telegram-канал – це так званий блог у Месенджері. Їх концепції досить схожі. Оскільки: «Блог – це веб-сайт, основним вмістом якого є записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються» [17, с. 28]. Telegram-канал має схоже призначення. Адміністратор каналу (у випадку з блогом – блогер) повинен періодично додавати новий контент, публікувати якісь текстові повідомлення, голосові повідомлення, це може бути просто запис голосу або навіть музика (в залежності від типу телеграм-каналу), відео чи фото. повідомлення. Ви також можете поєднувати типи публікацій, як-от фотографії чи відео, з текстом. Адміністратор сам визначає кількість постів на добу в телеграм-каналі.

«Telegram» був розроблений як месенджер, створений для безпечного спілкування та обміну файлами. Стрімке зростання додатка зі скандальною історією стало можливим завдяки унікальній системі шифрування даних і функціональності, яка дозволяє використовувати його для різних цілей. Варіанти месенджера стали не тільки засобом спілкування та розваги, а й чудовими інструментами для бізнесу. «Telegram» відрізняється високою

швидкістю передачі даних, що позитивно виділяється на фоні інших подібних продуктів і для користувачів з повільним Інтернетом стає пріоритетом. Незважаючи на звинувачення в плагіаті та критику з боку конкурентів, «Телеграм» з кожним днем стає все більш затребуваним, а скандали навколо шоу та його творців ще більше розпалюють громадський інтерес [10].

Історія створення популярного кросплатформного месенджера почалася в розпал боротьби за вільне спілкування громадян без нагляду контролюючих державних органів. Творець «Телеграм» Павло Дуров, відомий засновник і колишній гендиректор соціальної мережі «ВКонтакте», почав шукати захищений від втручання спецслужб засіб зв'язку, щоб особисто поспілкуватися з братом. Після абсолютно недружнього візиту спецназу в 2011 році довелося задуматися про створення максимально безпечного месенджера.

Усвідомлення того, що телефонні дзвінки, повідомлення в месенджерах чи соціальних мережах не можуть гарантувати цілковитої безпеки спілкування, стало поштовхом для початку розробки нової програми. Спільними зусиллями братів Дурових – Павла та Миколи – створено проект, який дозволяє працювати з персональними даними. Бути захищеним від зовнішнього впливу. Звісно, над програмою також працювало багато висококваліфікованих спеціалістів компанії Digital Fortress, власником якої є Павло, та світлі уми сучасності, найняті на конкурсній основі. Багато розробників досі працюють з братами, покращуючи телеграм з кожним оновленням і завжди створюючи нові корисні опції. Протокол MTProto, на якому базується шифрування даних телеграм, розробив відомий математик і програміст Микола Дуров. Згідно з технологією end-to-end (E2E), у телеграм шифруються лише секретні чати та дзвінки.

Месенджер «Телеграм» є некомерційним проектом і фінансується особисто його засновником Павлом Дуровим, при цьому вартість месенджера невимовно висока, адже щодня до нього приєднується велика кількість людей, а разом з цим зростає навантаження на сервери. Творці запевняють, що додаток залишається безкоштовним для користувачів. У телеграм ви не

побачите платних функцій, музики чи стікерів. Це величезна перевага перед іншими месенджерами, які заробляють великі гроші лише на стікерах.

Спочатку призначався для особистого користування, експериментальну розробку було вирішено вивести в маси, щоб перевірити сервіс під великими навантаженнями. Ідея Павла Дурова створити додаток підвищеної безпеки офіційно втілилася в життя 14 серпня 2013 року. Тоді народилася перша версія «Телеграм» для пристроїв на платформі iOS від Apple. Незабаром вийшла версія месенджера для Android, в листопаді телеграм встановили близько мільйона користувачів, а влітку 2014 року телеграм вийшов для iPhone і iPad в App Store. Майбутнє жовтнєве оновлення запропонувало користувачам веб-версію месенджера і можливість знаходити друзів за ніком, не знаючи номер телефону.

З початку січня 2015 року телеграм додав безкоштовні стікери. Окрім стандартного набору, користувачі можуть створювати власні та ділитися ними з друзями. Навесні 2016 року з'явилася можливість редагувати надіслані повідомлення. Тепер власники каналів мають більше можливостей формувати записи з фото, відео та іншими матеріалами. Для використання нової платформи не обов'язково створювати новий обліковий запис, достатньо профілю в «Телеграм»[10].

На той момент у додатку вже було понад 100 мільйонів підписників по всьому світу. У січні 2017 року була додана опція видалення створених повідомлень, а в травні десктопна версія програми отримала можливість здійснювати дзвінки. Влітку 2017 року розгорілася війна Дурова з Роскомнадзором. Оскільки додаток було внесено до «Реєстру розповсюджувачів інформації» відповідно до Закону про анонімність в Інтернеті, вони намагалися змусити телеграм надати дані про листування та дзвінки користувачів державним органам, порушуючи принципи творця програми. Незважаючи на погрози заблокувати програму в Росії, Дуров не змінив своєї позиції. У жовтні цього року суд наклав на «Телеграм» штраф у 800 тисяч рублів за непокору владі.



Творцям вдається дивувати користувачів не тільки скандалами. Жовтень 2017 року подарував росіянам офіційну російську версію, поки тільки для iOS і Android. Раніше Павло Дуров не сподівався на популяризацію месенджера на Батьківщині, тому не поспішав офіційно його русифікувати. Також додано іншими мовами, а також можливість поділитися своїм місцезнаходженням. Оновлений плеєр відкриває більше можливостей для меломанів. У листопаді 2017 року телеграм-канал, який регулярно публікує аудіозаписи, вперше заблокували за піратство.

Телеграм часто називають сервісом безпечного спілкування. Це не зовсім так: на відміну від сервісів «Сигнал» або «Вотсап», телеграм не шифрує сповіщення за замовчуванням і зберігає їх на своїх серверах. Повне шифрування можливе лише тоді, коли ввімкнено функцію секретного чату, і воно працює лише для індивідуального спілкування. One -One спілкування, не для груп або каналів. Телеграм отримав популярність не в останню чергу завдяки груповому сервісу: якщо вотсап дозволяє створювати групи до 256 осіб, то в месенджері Дурова обмежено 200 тисячами. Відтак він став зручним інструментом для координації активістів – у 2020 році в телеграм спілкувалися продемократичні протестувальники в Білорусі та Гонконгу. Масові демонстрації проти Covid-обмежень у Берліні та акції на підтримку президента Бразилії правого популіста Жаїра Болсонару не обійшлися без телеграм.

У січні 2021 року кількість щомісячних активних користувачів телеграм перевищила 500 мільйонів. У січні 2021 року це був додаток із найбільшою кількістю завантажень у світі, станом на кінець серпня 2021 року його було завантажено 1 мільярд. Дослідження показують, що сплеск популярності телеграм у січні 2021 року частково відбувся через перехід великих технологічних компаній на платформу Parler. У червні 2022 року кількість активних користувачів телеграм перевищила 700 мільйонів щомісяця. У цьому ж місяці був запущений телеграм преміум - опціональна платна підписка з рядом додаткових функцій. Телеграм обійшов вотсап і фейсбук месенджер і став найпопулярнішим додатком для обміну миттєвими повідомленнями в

Азербайджані, Білорусі, Вірменії, Ефіопії, Йорданії, Казахстані, Камбоджі, Киргизстані, Молдові, Росії та Україні.

У червні 2022 року месенджер представив додаткову підписку Телеграм преміум. Підписка надає користувачам додаткові функції, такі як спеціальний тег у профілі та збільшені ліміти. Після виходу оновлення Павло Дуров заявив, що навіть невелика частина користувачів з підпискою зможе покрити витрати телеграм.

Месенджер телеграм у 2022 році випустив оновлення, яке включає низку нових цікавих функцій для користувачів. Відтепер «групи» в телеграм можуть підтримувати величезні спільноти з сотнями тисяч користувачів. Щоб полегшити читання цих чатів, групи, що налічують понад 200 учасників, тепер можуть увімкнути розгалуження та створювати окремі кімнати для обговорення кожної теми.

Псевдоніми також полегшують зв'язок з іншими або знаходять публічні групи та канали. На додаток до основного псевдоніма, користувачі телеграм тепер можуть призначати кілька колективних псевдонімів кожному зі своїх облікових записів або публічних чатів [9, с. 20].

Серед іншого, телеграм додав перетворення голосу в текст для відеоповідомлень для преміум-користувачів, нові пакети емодзі, оновлений нічний режим для iOS і зміну розміру тексту на Android.

У Месенджері також є незначні покращення дизайну.

Як повідомляв Укрінформ, незабаром запрацює нова функція соціальної мережі інстаграм, яка має допомогти у пошуку зниклих дітей. На вимогу Apple і Google телеграм заблокував ряд білоруських і російських так званих «патріотичних» каналів, що поширюють російську пропаганду. Першим локдаун помітив «журналіст» RT Костянтин Придибайло. Він виявив, що його канал відкритий не лише для користувачів пристроїв Apple, серед заблокованих каналів, наприклад, канал білоруського пропагандиста Григорія Азаренка, а також підрозділи ДСГР «Русич» (нещодавно вони опублікували посібник, як не дає жити полоненим військовослужбовцям ЗСУ) та ін.

За словами Придибайла, «дописи, які нібито порушують правила телеграм, стосуються України. Загалом все. Деякі матеріали виключно з майданчиків «СВО», про Донбас, десь просто думка». При цьому деякі канали з iOS недоступні, інші повністю видалені.

Український досвід блокування кремлівських рупорів нещодавно використала Німеччина для блокування YouTube-каналів пропагандистських ресурсів Russia Today і DFP.

Телеграм-канали потребують свого розвитку в Україні, тому що, по-перше, не потрібно щоразу відкривати та шукати електронну версію свого медіа та шукати там щось цікаве. По-друге, завдяки звуковим сповіщенням про нову публікацію на каналі користувач швидше дізнається нове. Звичайно, якщо ви хочете, ви можете вимкнути звук на певний час або назавжди. По-третє, канали телеграм не люблять багато тексту та інформації. Коротко, ясно і по суті. Що цікавить глядачів у 21 столітті. Адже темп життя постійно зростає. Тому у читачів немає часу гортати довгі статті, для них головне – це головне. І якщо вони самі хочуть дізнатися більше про новини, ви можете легко створити посилання, яке переведе читача на головну сторінку та прочитає більш розширену інформацію[1].

По-четверте, телеграм не вимагає грошей на створення свого каналу. Будь-хто може створювати та просувати власний контент. По-п'яте, телеграм не піддається цензурі. Звичайно, згідно з «Конституцією України» будь-яка цензура заборонена, але згідно з правилами багатьох додатків контент різного сексуального, небезпечного та насильницького характеру не випускається в маси. Телеграм, з іншого боку, не має цієї функції та нічого не пропускає. Бувають випадки, коли такий безконтроль не дуже впливає на користувачів, оскільки стає хорошою можливістю для поширення фейків, пропаганди, закликів до насильства, жорстокості та знущань. Це одна з головних проблем програми. І подальша її доля поки невідома. Зрештою, телеграм залишається простим месенджером, а не великою соціальною платформою, як «Інстаграм», «Ютуб», «Твіттер», «Фейсбук» тощо.

По-шосте і, можливо, останнє, у телеграм є досить зручна функція хмарного сховища, про яку вже йшлося в одному з попередніх підрозділів. Тобто не тільки текст, але і всі медіафайли зберігаються в додатку до повного їх видалення з самого додатка.

Тому аудиторія телеграм продовжує зростати. Телеграм-канали активно формуються і розвиваються на різні теми. Вони також не мають мовних обмежень. А сам додаток продовжує доводити свою зручність і простоту використання. Його може освоїти як підліток, так і людина старшого віку. Все, що вам потрібно для використання, це смартфон і доступ до Інтернету.

## **1.2. Типологія телеграм-каналів та їхні технічні можливості**

Вміст у каналах телеграм може відрізнитися залежно від типу самого каналу. Це так звана різновид телеграм-каналів. Залежно від тематичного наповнення телеграм-канали можуть бути:

- новини;
- експерти;
- автор;
- відбір;
- канал бренду[15, с. 28].

Створюючи телеграм-канал, необхідно ретельно продумати тематику, цільову аудиторію та способи просування.

Здебільшого канал є конкурентоспроможним лише тоді, коли інформація публікується в ньому першою (краще підходить для каналів новин), є унікальною та оригінальною, а також містить трохи гумору, тому що, хоча аудиторія телеграм набагато менша, це все ще унікальний і вимагає іншого способу подання інформації. І гумор у телеграм сприймають досить добре. Тільки тоді можна успішно розвиватися, рекламувати і заробляти на каналі. Але на початку, щоб розкрутити телеграм-канал і отримати реальну аудиторію, потрібно докласти трохи зусиль і попрацювати безкоштовно. У

цьому може допомогти так зване «Сарафанне радіо», тобто усна реклама станції [16]. Друзі, родичі, будь-хто може розповісти іншим про канал і заохотити інших підписатися на нього.

Крім того, канал телеграм можуть рекомендувати інші канали телеграм або блогери, які відвідали його та їм сподобався контент. Не слід плутати з рекламою, оскільки реклама доступна тільки за гроші, тобто якщо власник каналу замовляє її у когось із більшою аудиторією. А рекомендація виноситься за рішенням самого блогера або адміністратора іншого телеграм-каналу, якому це не вигідно. Якщо з'являються підписники, їх потрібно тримати і не дозволяти їм залишати канал. Також не варто забувати включати їх у діяльність, адже кількість переглядів і реакцій є показником якості та того, що канал «живий» і контент не йде в одному напрямку без розгляду. Тому у каналу повинен бути свій так званий чіп [12, с. 19]:

- «незвичайний стиль публікацій (оригінальна мова тексту, підхід до подачі публікації, зміст одразу привертає увагу та зацікавлює читача до перегляду);

- внутрішня брендова кулінарія (контент не повинен бути нудним і тривіальним, тому що він мало чи взагалі зацікавить передплатників);

- подавати інформацію з гумором у власному стилі (фішкою каналу в даному випадку може виступати власний стиль, завдяки якому він буде впізнаваний скрізь, навіть якщо той, хто переглядає пост, не є підписником каналу.

Наприклад, ваш пост може бути репост з інших каналів телеграм. Ця фішка може бути привітанням на початку публікації або опублікувати власне фото чи колаж до створеного адміністратором тексту);

- екстрені новини вузького спрямування (книги, машини, фільми) (якщо ви обрали конкретну тематику каналу, то весь контент, який там з'являється, має бути актуальним і свіжим для читача, викликати інтерес);

- експертність – якщо ти професіонал своєї справи і маєш, що сказати читачам» [22, с. 20].

На жаль, телеграм – це лише месенджер, тому ви не можете відформатувати текст у каналі телеграм за зразком різноманітних блог-платформ. Єдине, що ви можете там зробити, це розділити текст на різні абзаци та зробити текст різними шрифтами. І це можна зробити через комп'ютерну версію програми, оскільки через телефон взагалі зробити абзац набагато складніше. У телеграм також немає можливості пошуку за тегами. Якщо ви використовуєте хештег у публікації в каналі телеграм, користувач зможе шукати його лише у власних чатах. Тобто інші користувачі, які не підписані на певний телеграм-канал, не можуть знайти ваше видання навіть за тим самим хештегом. Отже, канали телеграм – спірне питання, чи можна їх класифікувати як блоги чи ні. Тим не менш, вони мають масу переваг і недоліків. Телеграм-канали все більше стають майданчиком для заробітку, тому не виняток, що незабаром можна буде заробляти не тільки на розміщеній в них рекламі, а й на монетизації різного роду публікацій[12, с. 24].

Телеграм-канали в умовах конвергентної журналістики стали одним із медіа-інструментів, які дозволяють урізноманітнити донесення інформації до користувачів. До позитивних переваг такої платформи можна віднести швидкість подачі інформації, стислість, можливість подачі мультимедійних матеріалів, відносну простоту, доступність і дешевизну розповсюдження інформації через телеграм. В умовах авторитарного суспільства анонімність таких каналів і практична неможливість їх повного блокування також є перевагою інструменту. Серед мінусів анонімних Телеграм-каналів, на мою думку, – суб'єктивність публікацій, наявність політичних упередженості, маніпуляції, фейкової інформації та згадати про можливість їх використання в арсеналі інформаційної війни. Це ще один аргумент для підвищення медіакомпетентності споживачів інформаційних продуктів, незалежно від каналів трансляції.

Що стосується телеграм-каналів політиків, то це лише форма інтерактивного спілкування з громадянами, яка доповнює інші способи інформування громадян, формування громадської думки тощо.

Офіційні телеграм-канали обслуговують прес-служби Президента України, Прем'єр-міністра України, депутатів Верховної Ради України та окремих політиків. Телеграм-канали політиків використовують не як основний, а як допоміжний інструмент для поширення інформації. Такими каналами користуються чиновники, політики, лідери думок, експерти тощо.

Анонімні телеграм-канали – явище, яке дає про себе знати в українському інформаційному просторі приблизно з 2019 року. Через можливість нерозголошення інформації про кінцевого бенефіціара такі канали часто використовуються для публікації компромату.

Медіа-канали телеграм також частіше сприймаються позитивно. Зрештою, вони сприяють поширенню медіаконтенту та урізноманітнюють способи передачі інформації, розширюючи тим самим власну аудиторію.

Підсумовуючи, зазначимо, що найбільш дискусійною є оцінка анонімних телеграм-каналів, які, з одного боку, якісно виконують роль «охоронця демократії», а з іншого – можуть навіть зруйнувати кар'єру невинних людей, не кажучи вже про ефективний інструмент інформаційних війн не лише між політиками, бізнесменами, окремими громадянами, а й між державами.

Телеграм стає особливо деструктивним, коли його диверсифікований контент цитується традиційними ЗМІ, тим самим узаконюючи фейки.

Як би ми не оцінювали роль телеграм-каналів у медіапросторі України, цілком очевидно, що вони вже стали визначним явищем, популярним інструментом інформації. Це вже підтвердило питання корисності функціонування каналів телеграм на практиці. Окремі правила їхньої роботи є технічно складними для виконання та невиправданими з точки зору демократичних засад. Але вся журналістська спільнота має з великою відповідальністю ставитися до цього каналу як до джерела інформації, уважно вивчати контент, який привернув увагу аудиторії, бути соціально відповідальним та медіаграмотним. І в майбутньому можна сподіватися на розвиток телеграм-каналів з метою прийняття певних етичних форм їх роботи.

Інтернет дав змогу швидко шукати інформацію, зробив її доступною. Водночас користування ним, як уже згадувалося, відкриває широкі можливості створювати контент та оперативно поширювати його. На роботу в інтернеті перейшли традиційні медіа, паралельно з'явилися незалежні від них нові інформаційні ресурси, створені найчастіше не пов'язаними з професійною журналістикою користувачами мережі[20].

### **1.3. Аналіз конкурентних телеграм-каналів про спорт**

Досить перспективним маркетинговим напрямком є спортивні Telegram-канали. В Україні Telegram-канали є популярним засобом швидкого медіа, орієнтованого на релевантну аудиторію. До вашої уваги телеграм-рейтинг каналів спортивного контенту:

1. ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 71 921 підписників
2. Труха Спорт = 48 630
3. КОЛЕСНИК=39 068
4. Tribuna.com Україна = 35 811
5. Футбол України та світу = 35 778
6. ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 33 934
7. ДИНАМО КИЇВ = 32 281
8. Планета футболу =28 715
9. Sport.ua = 25 238
10. Бокс України = 24 924

Також слід відзначити канали: ВЗБІРНА (2 376 підписників, є можливість коментувати), та ТРЕНДЕЦЬ (23 076 підписників).

До мінусів у цьому сегменті можна віднести футбол, конфіденційність, а також відсутність творчої співпраці, що тягне за собою слабкий маркетинговий ефект. Аудиторія не розширюється, а лише зменшується – адже фактично, крім повідомлень, вони нічого не отримують, хоча розіграш призів та бонусів ніхто не відміняв.



Sky Sports Football – один із найвідоміших і найавторитетніших Telegram-каналів у світі. Пропонує останні футбольні новини та інформацію, а також ексклюзивний вміст. Це обов'язковий канал у Telegram для всіх, хто любить футбол і хоче бути в курсі останніх футбольних новин.

«Football Gate» включає головні новини у світі футболу. Тут можна зустрітись з офіційною та неофіційною новиною про цей вид спорту.

«Fitness Me» - тут зібрана цікава та корисна інформація для шанувальників активного способу життя. На цьому каналі можна знайти багато програм для тренувань, інтенсиві вправи для різних частин тіла.

«Ногибоги» - канал присвячений бігу та здоровому образу життя. Тут можна дізнатись про правильну техніку для бігу, виробити правильне дихання під час тренувань та багато іншого неймовірно цікавого.

«Бокс України» - тут зібрана вся інформація про бокс, розклад поєдинків та цікава інформація зі світу боксу.

«Made in Ukraine.ua» - цікаві та найголовніші події у світі боксу та інших єдиноборств України.

Видання Tribuna.com всебічно висвітлює спортивне життя України та світу і не обмежує свою інформаційну діяльність лише сайтом. Мобільний додаток, YouTube-канал і низка Telegram-каналів – Трибуна зробила все, щоб ви вчасно отримували найважливішу та достовірну інформацію у сфері спорту[10].

Tribuna.com Україна — основний канал впливового спортивного видання. Окрім цього, є низка онлайн-майданчиків для тих, хто обоожнює футбол:

Трендець — канал, на якому можна дізнатися про весь бекстейдж українського футболу;

Ми — це Динамо, Динамо — це ми — ресурс, на який обов'язково треба підписатися шанувальникам легендарного столичного клубу;

Металіст | Харківський футбол — канал футбольних корифеїв із Харкова;

Український футбол 3.0 — платформа, завдяки якій ви можете дізнатись ще більше про український футбол, не лише про відомі спортивні клуби, а й про невеликих медійних фігур у спорті;

Футбол світу — платформа, яку зосередили не тільки на українських, але й на світових футбольних подіях;

Трансфери — тут можна почитати найцікавіші чутки й новини щодо переходів футболістів із одного клубу до іншого;

Олдскул на Трибуні — місце для справжніх знавців історії українського футболу.

Трибуна пропонує не лише канали футбольних новин, а й сайти, присвячені іншому виду спорту чи загальному напрямку:

Boxing Ukraine;

Біатлон та зимові види спорту;

НБА | Український баскетбол;

Український спорт | Олімпіада.

А якщо вас також цікавлять ставки на спортивні події, приєднуйтеся до інтернет-ресурсу Ставка Горить. Нарешті, особливої уваги заслуговує канал у телеграм, створений заступником головного редактора Tribuna.com Олександром Сажком – понаднормово.

Ресурси видання Tribuna.com мають особливий авторитет у сфері спорту, оскільки пропагують найвищі стандарти спортивної журналістики та забезпечують всебічне висвітлення найважливіших подій українського та світового спорту.

Важливим напрямком діяльності цього каналу також є благодійність та волонтерство. Компанія допомагає зібрати кошти на підтримку українських військових, їхніх сімей та постраждалих від російської агресії.

## **Висновки до розділу 1**

Телеграм набирає обертів у своєму розвитку. Також на телеграм переходять багато ЗМІ, блогери та ті, хто просто хоче створити власний канал

на будь-яку тематику. Тобто, окрім інших платформ, у цьому месенджері також можна транслювати весь доступний контент. А все через відсутність цензури контенту. Тому можна сказати, що телеграм дає кожному свободу висловлювати свою думку. Через це багато людей заходять туди й публікують там речі, які можуть не перевірятися в інших програмах (наприклад, цензура, авторське право тощо). Але поки телеграм ще не став повноцінною платформою для заробітку. Адже є багато мінусів, які не дозволяють власникам каналів, ботів і груп заробляти на контенті. На даний момент можна заробляти на рекламі, яку інші бренди купують у власника. Але також великим плюсом телеграм є те, що він дає своїм користувачам можливість швидко отримувати інформацію, наприклад, новини. Адже найчастіше в месенджері публікується швидке змістовне повідомлення, яке має лаконічно донести свою суть до читача. З цієї причини багато людей віддають перевагу месенджерам, оскільки вони швидкі та зручні.

Вміст у каналах телеграм може відрізнятись залежно від типу самого каналу. Це так звана різновид телеграм-каналів. За своїм тематичним наповненням телеграм-канали можуть бути: новинними; Експерт; автора; Відбір; канал бренду. Створюючи телеграм-канал, необхідно ретельно продумати тематику, цільову аудиторію та способи просування.

Досить перспективним маркетинговим напрямком є спортивні телеграм-канали. В Україні телеграм-канали є популярним засобом швидкого медіа, орієнтованого на релевантну аудиторію. Представляємо телеграм-рейтинг каналів спортивного контенту: ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 71 921 підписників, Труха ⚡ Спорт = 48 630, КОЛЕСНИК=39 068, Tribuna.com Україна = 35 811, Футбол України та світу = 35 778, ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 33 934, ДИНАМО КИЇВ = 32 281, Планета футболу =28 715, Sport.ua = 25 238, Бокс України = 24 924. Також слід відзначити канали: ВЗБІРНА (2 376 підписників, є можливість коментувати), та ТРЕНДЕЦЬ (23 076 підписників).

## РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПЦІЯ РОЗРОБКИ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛУ ПРО СПОРТ «ОВЕРТАЙМ»

### 2.1. Загальна характеристика телеграм-каналу про спорт «Овертайм».

Телеграм вже давно не просто месенджер для листування. Це класна платформа для просування особистого бренду, заробітку на рекламі, продажу послуг і використання багатьох інших методів монетизації.

Конкуренція в телеграм стрімко зростає, але при цьому дійсно цікавих і унікальних каналів не так багато. Тому рекомендується створити якісний канал: без води, плагіату та реклами «білими» методами. Тоді успіх забезпечений.

До створення телеграм-каналу, як і до будь-якого проекту, слід підходити відповідально. Необхідно розробити чіткий план дій, оскільки «проект» визначається як послідовність завдань, які необхідно виконати для досягнення конкретного результату» [26, с. 10]. При створенні телеграм-каналу про новини зі світу української культури ставиться мета не тільки створити телеграм-канал і наповнити його тематичним контентом, а й успішно просувати його в маси та забезпечити розвиток.

По-перше, формування концепції має базуватися на дослідженні ринку, а саме тенденцій його розвитку, проводити різноманітні маркетингові цільові дослідження, розробляти стартовий план, формувати кількість членів команди, розподіляти роботу, і слід знайти спосіб для інвестицій у канал телеграм. Не менш важливі інвестиції для розвитку проекту [29, с. 13]. Однак на початку буде достатньо власних коштів, адже в принципі створення телеграм-каналу та його просування не вимагає великих грошових вкладень.

Телеграм не є складною платформою для відкриття та ведення власного бізнесу, єдине, що може потребувати грошей, це створення унікального контенту, напр. відео (хоча це більш актуально для ютуб), але сценарій,

зйомка, монтаж тощо потребують спеціалістів, яким за це потрібно платити. А також купити рекламу. Незважаючи на це, відеоматеріали більше не для телеграм, оскільки вже повідомлялося, що на момент роботи телеграм додаток не містить налаштувань монетизації для перегляду контенту. Компанія вже тестує монетизацію вбудованого контенту і, швидше за все, запровадить її найближчим часом. У додатку є тільки реальний потенціал заробітку за допомогою реклами. Звичайно, чим популярніший канал, тим вище ціна реклами. А щоб залучити рекламодавців, потрібно провести неймовірну роботу з розвитку та підвищення активності аудиторії на каналі[28, с. 12]. Для отримання ексклюзивної інформації з різних джерел можуть знадобитися кошти. Адже принцип телеграм і новинних каналів зокрема – конкуренція в публікації та ексклюзивність контенту. Хто швидше опублікує новину, той зібрав усі «вершки». Інвесторами стартапів можуть бути не тільки окремі зацікавлені особи, а й спеціалізовані компанії, що спеціалізуються на інвестуванні в розвиток різноманітних проектів.

Для наступного етапу варто продумати правильне оформлення самої ідеї та її реалізацію. Для правильного вибору вектора розвитку каналу можна скористатися послугами профільного SMM-спеціаліста і SEO. На початку було б добре створити прототип сторінки, щоб ви могли ретельно продумати всю концепцію свого блогу. Після виходу каналу починається етап бета-тестування, під час якого команда перевіряє ефективність поставленої мети.

Керівництво каналу перевіряє продукт на валідність і інтерес до нього з боку великої кількості активних читачів. Починати роботу каналу варто зі знайомства з аудиторією та короткої розповіді про проект. В телеграмі це можна написати в описі. Далі можна поступово наповнювати його барвистим спортивним контентом, створюючи розділи і розвиваючи ті, які «лізуть» читачам [21, с. 22]. На кожному етапі життя мовника може статися так, що той чи інший розділ перестане бути цікавим для аудиторії. Це нормально. Нарешті, ви можете чітко побачити та зрозуміти свою аудиторію та її потреби з таких помилок. Коли їй більше не цікаво читати якийсь матеріал, це нормально, що

він або перестає існувати, або перетворюється на щось інше, більш цікаве. Необхідно розуміти, що в міру того, як блог розвивається, повинен розвиватися і контент, який споживає аудиторія цього блогу. Тому дуже важливо аналізувати зміст і потреби своїх читачів. Багато блогів зникають через поганий аналіз своєї аудиторії, тому цей момент дуже важливий при розробці блогу.

І тепер, коли спортивний проект нарешті запрацював і починає приносити плоди, його можна сміливо презентувати команді та інвесторам. Це допоможе показати, що все працює успішно, канал має право на існування і розвиток, що він дійсно унікальний і платоспроможний[27, с. 12]. Якщо спонсорам сподобаються результати, вони можуть бути зацікавлені інвестувати в розвиток каналу. Крім того, мета менеджменту – утримати увагу читача та викликати у нього бажання повернутися на канал.

Telegram-канал може стати зручною платформою для читачів, щоб дізнаватися щось нове зі світу спорту в Україні, тобто дозволяє не лише листуватися з друзями, а й бути в курсі новин.

Якщо говорити про створення та розвиток телеграм-каналу про спорт «Овертайм», то це своєрідний унікальний телеграм-канал, тематикою якого є новини про спорт.

Відомо, що спорт позитивно впливає на людину і приносить користь здоров'ю дорослих і дітей. Контрольована і правильно розрахована фізична активність - відмінний спосіб зберегти здоров'я, молодість, силу і впевненість у собі. Користь спорту в житті людини важко переоцінити - у багатьох випадках тренування є частиною лікувальних заходів, програм реабілітації та профілактики захворювань. Наявність різноманітних видів спорту дає можливість кожному підібрати оптимальний варіант занять та їх інтенсивності.

Згідно з дослідженнями світових вчених, спорт сприяє здоровому та спокійному сну. Фізична активність, підібрана відповідно до індивідуальних даних людини, допомагає зняти м'язові спазми, позбутися хронічного болю і

втоми, що благотворно позначається на відпочинку і сні. Вправи покращують здатність швидко і міцно засинати. В результаті людина отримує можливість повноцінно і краще відновитися [12, с. 15].

Користь спорту полягає ще й у «продовженні життя» внутрішніх органів. Активація нейромедіаторів у мозку, викликана фізичною активністю, призводить до багатьох позитивних наслідків. До переваг спорту для поліпшення стану мозку можна віднести:

- оптимізація запису нового матеріалу;
- покращити концентрацію;
- сприяння генерації нових ідей;
- посилення здатності до концентрації;
- сприяння збереженню спогадів (покращення пам'яті).

Деякі фізичні вправи включені в реабілітаційні програми, рекомендовані після важких захворювань в період післяопераційного відновлення. За статистикою, регулярні заняття спортом підвищують опірність організму вірусним і бактеріальним інфекціям і раковим клітинам.

Унікальність цього каналу в тому, що це канал не тільки про новини спорту. В даному каналі публікуються фізичні вправи для оздоровлення, а також є публікації про історію різних видів спорту.

Завдання телеграм-каналу «Овертайм»:

- знайомити читачів з останніми новинами зі світу українського спорту;
- поширювати спортивне надбання України;
- Популяризація української спортивної культури серед користувачів телеграм.

Цільова аудиторія телеграм-каналу – це всі, хто цікавиться темою спорту, хто хоче бути в курсі всіх основних спортивних подій. Кожен, хто хоче дізнатися про спортивну культуру, хоче знати, що відбувається в масовому спортивному середовищі.

Формат – телеграм-канал.

Інформаційна ніша, яку він займає, – це спортивні новини з України.

Ідея полягає в поширенні новин про важливі події, які відбуваються чи відбулися у спортивному середовищі України.

Місія – поширювати знання та показувати новини про українських спортсменів у месенджері телеграм.

Мета – об’єктивне повідомлення новин та популяризація спортивного життя серед користувачів телеграм. А також створення власного спортивного проекту на основі отриманої інформації. Частота залежить від того, скільки разів на тиждень у світі спорту відбувається щось нове. Публікуйте новини та поради для читачів, як займатися спортом (заняття, вправи) хоча б раз на тиждень і знайомитися з тим чи іншим видом спорту. Ви також можете публікувати підсумки спортивних новин, що відбулися протягом тижня. Про назву телеграм-каналу «Овертайм»: канал про поширення новин у світі спорту.

## **2.2. Контентне наповнення телеграм-каналу як найважливіша складова проекту**

Телеграм завдяки широкому використанню та чіткій близькості до повідомлень від друзів тощо, а також опції «Повідомлення» максимально точно та швидко передасть необхідну/важливу інформацію про різноманіття. Тут також можна легко прикріпити посилання. Ця соціальна мережа месенджерів — чудовий спосіб розміщувати різноманітні повідомлення, які потрібно швидко доставити.

Канал “Овертайм” тільки україномовний. При написанні змісту використовується сучасний український правопис з усіма виправленнями. Українськомовний контент також допомагає аудиторії віднести себе до окремої нації, а також допомагає російськомовному читачеві звикнути до рідної мови, візуально вивчати слова та їх написання.

Адміністратор телеграм-каналу пропонує такі рубрики:



- Спортивні новини України – тобто висвітлення подій, що відбулися у світі українського спорту;

- «Світовий спорт» – висвітлення спортивних новин Європи та світу;

- «Автор рекомендує» – поради читачам щодо ознайомлення з кожним видом спорту;

- «Знайомся з новим» - це спортивні вправи та курси для оздоровлення.

Інформацію можна розмістити в розділі спортивних новин України, наприклад:

«Кременчук повернув Україні лідерство в чемпіонаті». Кременчук розгромив киян

Віце-чемпіон України Кременчук забив дев'ять голів у ворота киян і продовжив свою переможну серію до восьми матчів поспіль.

Перемога дозволила «Кременчуку» повернутися на вершину чемпіонату.



Рис. 2.1. Новина на каналі «Овертайм» супроводжується фото Чемпіонат України 18 лютого Київ - Кременчук 1-9 (0-1, 0-6, 1-2)

Шайби: 0-1 – Лялька (Кривошапкін, Абадзян), 10:32. 0:2 – Лялька (Ігнатенко, Брага, - далі), 32:08. 0:3 – Брага (Середницький, Гніденко), 33:15. 0:4 – Лялька (Матвієнко, Абадзян), 35:31. 0:5 – Брага (Гніденко, Тимченко), 36:07. 0:6 – Кривенко (Гніденко, Т. Савицький), 37:46. 0:7 - С. Тимченко (Середницький, Гніденко, - більше), 39:44. 0:8 – Материкін (Кривенко,

Геворкян), 41:25. 1:8 – Черемнов (Бега, Вол. Гаврилюк), 51:44. 1:9 – Т. Савицький (Кривенко, Материкін), 52:46.

Київ: Бежлібний; Вол Гаврилюк – Лаврик, Хонін – Щербатюк, Горбунов; Черемнов - Швачка - Бондаренко, Яценко - Назарага - Бега, Зик - Істомінов - Шилкін. Тренер – Нужин Сергій.

Кременчук: Макаренко; Матвієнко - Ісаєнко, Ігнатенко - Кругляков, Максименко - Варава, Материкін; Лялька - Кривошапкін - Абаджян, С. Тимченко - Середницький - Брага, Сенік - Федоров - Андрющенко, Т. Савицький - Кривенко - Геворкян. Тренер – Олександр Савицький».



Анжеліка Терлюга здобула «золото» етапу Прем'єр-ліги з карате у Рибаті. Для української каратистки – це перше «золото» Прем'єр-ліги у 2023 році та 14 перемога на турнірі цього рівня загалом.

У фіналі Терлюга здолала суперницю з США з рахунком 2:1, а усього на турнірі здобула п'ять перемог і не зазнала жодної поразки.



Житомирське «Полісся» достроково гарантувала собі вихід в УПЛ за підсумками сезону 2022/23 Першої ліги з футболу!

Уперше в історії в найвищому дивізіоні українського футболу гратиме клуб з Житомира.

У розділі «Світовий спорт» такі новини:





«Манчестер Сіті» – чемпіон АПЛ 2022/23.

Сталося це за тур до кінця чемпіонату після поразки «Арсенала» від «Ноттінгем Форест» (0:1).

Для «Манчестер Сіті» це дев'ятий титул АПЛ в історії. Сім останніх чемпіонств команда здобула упродовж останніх 11 років.



Макс Ферстаппен («Red Bull») – переможець гран-прі Іспанії!

Рекомендації щодо одягу також можна розмістити в зоні «Автор рекомендує», наприклад: волейбольні кросівки не схожі на інші кросівки для бігу чи баскетболу. У них волейболісти повинні вміти:

- бігти швидко
- сильно гальмувати,
- високо стрибати,
- м'яко приземлитися,
- відчутти ідеальне зчеплення з поверхнею,
- відчувати впевненість і безпеку.





Рис. 2.2. Рекомендація супроводжується фото властивостей товару

З урахуванням усіх цих вимог були створені кросівки Mizuno – абсолютні лідери у світі волейбольного взуття.

Вибираємо якісні кросівки для гри в волейбол: 5 важливих параметрів

1. Стійкість і зчеплення є ключовими факторами перемоги у волейбольній грі. Гравці не проводять ні хвилини на одному місці і знаходяться в постійному русі у всіх можливих напрямках, тому їх п'яткові суглоби потребують постійної підтримки.

Технологія SensorPoint від Mizuno використовує спеціальні вставки, які з'єднують «хвилю» безпосередньо з поверхнею корту, що покращує стабільність і зчеплення, а також мінімізує ризик отримання травм.

2. Амортизація: ноги гравця повинні відчуватися добре. Дискомфорт від недостатньої амортизації спричиняє фізичний біль і втому і, як наслідок, психічне виснаження та виснаження.

Розробляючи волейбольні кросівки Mizuno, ми приділяємо особливу увагу амортизації!

3. Без зайвої ваги! Це правило здорового способу життя стосується і робочого взуття. Зайві грами на ногах будуть знижувати швидкість стрибка і заважати встановити необхідну висоту. Тому професійне волейбольне взуття має бути легким!

4. Повітропроникність забезпечує оптимальне поєднання температури і вологості всередині кросівок під час матчу або інтенсивного тренування. Дизайнери кросівок Mizuno використовують технологію Intercool (Cooling), яка створює і підтримує потрібний «клімат» всередині взуття завдяки системі вентиляційних каналів, що проходять по всій довжині центральної частини підошви.

5. Позиція спортсмена на полі Тільки в лінійці професійного волейбольного взуття Mizuno ви можете підібрати волейбольні кросівки, що враховують позицію гравця на полі. Посилання, плеймейкер, центральний блокуючий, діагональний або прибиральний - кожен з них відіграє ключову роль у перемозі, і ми готові запропонувати індивідуальний підхід до кожного з них.

Деякі бренди взуття спеціалізуються на легкій вазі та довговічності, тоді як інші зосереджені на повітропроникності та амортизації. Mizuno - виробник волейбольного взуття №1 у світі - враховує всі ці параметри одночасно!

Як визначити розмір волейбольного взуття? Як ви знаєте, що пара взуття ідеально підходить вам?

Волейбольна взуття повторює всі рухи стопи гравця. А це означає, що він повинен щільно прилягати і надійно охоплювати стопу, яка не повинна вільно рухатися всередині.

Корисна порада при примірці: відстань між кінчиком взуття та кінчиками пальців ніг має бути менше ширини пальця. При цьому спортсмен не повинен відчувати болю і дискомфорту. І ми про це знаємо! Чоловічі та жіночі волейбольні кросівки Mizuno стануть логічним продовженням вашої стопи та вірним союзником на шляху до подіуму!

Чи можна носити волейбольні кросівки на вулиці?

Можна, але ми не рекомендуємо. Для ігор і тренувань варто використовувати тільки волейбольну взуття, тому що рельєфна плитка або бруківка, бетонне покриття і асфальт швидко зношують її унікальну підошву.

Обирайте літні кросівки Mizuno з casual серії, відповідаючи всім трендам літа 2021. Порада! Як тільки ви помітили, що ваше волейбольне взуття починає втрачати свої властивості, повідомте про це свого тренера, щоб він спланував необхідні тренувальні навантаження.

А потім зверніться до експертів Sportbrands – офіційного дистриб'ютора Mizuno в Україні, щоб вибрати наступну пару. Наша особлива гордість - волейбольні кросівки чоловічі та жіночі - про це можна говорити годинами!

Як зрозуміти, що волейбольні кросівки пора замінити?

Час носіння волейбольного взуття залежить від того, наскільки інтенсивно і як часто воно використовується. Професійне взуття має прослужити не менше повного сезону з 4-5 тренуваннями на тиждень.

Двома основними ознаками зносу є втрата опори для стопи та втрата опори для підошви, що призводить до небажаного та травматичного ковзання стопи по поверхні корту.

Порада! Нові кросівки, навіть якщо вони ідеально підібрані професіоналами, потребують невеликої «обкатки» - двох тижнів активних тренувань цілком достатньо. Плануйте придбання нового взуття з урахуванням графіка важливих змагань».



Також в розділі «Автор рекомендує» буде розміщено історію та історичні факти різних видів спорту:

Назад

## ОВЕРТАЙМ

17 подписчиков





**Футбол - одна з найстаріших спортивних ігор, походження якої віноситься до далекого минулого. Історія не знає ні року, ні місця народження футболу. Археологічні розкопки довели, що «працюр» футболу існував ще в Давньому Єгипті: вчені знайшли тут не тільки зображення людей, які грають у м'яч, але й самі м'ячі. Історики стверджують, що гра в м'яч ногами була улюбленою грою китайських воїнів у 2 000 році до н.е., і те, що прабатьків футболу слід шукати в Стародавньому Римі і древній Греції.**



### М'яч та правила гри

М'яч був набитим кіньським волосом і оббитий шкірою. Надували м'ячами почали грати вже у XVIII столітті.

- Архівні дані свідчать, що змагалися між собою дві команди, завданням яких було потрапити м'ячем у отвір в стіці, натягнутій між двома бамбуковими жердинками.
- Переможців нагороджували щедрими подарунками.





Згідно з китайськими легендами, футбол винайшов Жовтий імператор Хуанді близько 5 тисяч років тому. Також існують думки, що китайську гру «куджу» могли вигадати за часів Цинь Ші Хуанді або Ву Ді з династії Хань. Достеменно відомо, що вже у період династії Сун існували майже закриті клуби «куджу», куди було дуже важко потрапити. У китайському романі «Річкові заплави», датованого XV сторіччям, зображено, як грають у куджу в епоху династії Мін (1366–1644).



У 1313 р. англійський король Едуард II забороняє проведення гри в межах міста. – Так як штовхання з великим м'ячем заходило в міста великий шум і має згубну дію». Часті заборони пояснювалися не тільки заворушеннями при іграх, але і тим, що футбол відволікає городян від занять сільською та навіть ремеслом. З цієї причини англійський король Едуард III в 1349 р. також видає указ, що забороняє футбол в Лондоні.



У Середньовіччя в Франції грали в «м'яч» на політри або землі між церквами, а в італійських містах Флоренція та Падуя популярною була «маччо» – м'ячова гра, де м'яч було вимаршувати для відбивання м'яча і грати в м'яч, що часто замирялося проковтати укусом. В італійській мові сучасний футбол зберіг старе ім'я та називається італ. «calcio». Ця гра розповсюдилася по всьому світу завдяки морським торговцям, які брали м'яч з собою в кожну країну, де вони відпочивали.



- В той час Середньовіччя у «calcio» грали переважно з м'яча білосніжної та чорної, але там уже існували дані правила гри. Так, визначалася кількість учасників в команді, ставилися певні вимоги до розташування гравців, що визначалися окремими технічними системами.
- Перший полемічний текст «футбол нотат» вже має два розділи:
- з м'ячем тільки ногами (футбол);
- гра з м'ячем руками та ногами (регбі).



Новий етап в історії футболу починається з XIX в., особливо з другої її половини, коли спортивний м'яч відзначається найбільш докладним методом фізичного виховання, а спорт і спортивні ігри стають ефективними засобами фізичного розвитку.

У 1863 р. футбольні асоціації увеличили рішення культивувати гру з круглим м'ячем і грати тільки ногами. Гра вільно вивести м'яч за межі поля ставився забороненою. Університет міста Ріобі, де було прийнято рішення грати в овальний м'яч, призначив і вправи, і м'ячки.



**Правила гри в футбол**

- Довжина поля не більше 200 ярдів (183 м), ширина – не більше 100 ярдів (91,5 м). Ворота складаються з двох стовпів, без поперечини.
- Після м'яча не може бути зайвий у вороті, нападники повинні стріляти.
- Ворота повинні бути відкритими, якщо м'яч проходить між стовпами або між їх продовженнями, якщо м'яч не був не був ніким, відражений або вилетів з воріт.
- Гравці не можуть бігати з м'ячем у руках.
- Гравці і воротарі забороняються, також забороняється зупинити або затримати гравця руками.
- Забороняється грати у футбол з металевими або електричними допоміжними пристроями.
- Якщо м'яч вилетів за межі поля, гравець, який першим торкнувся м'яча, повинен його підняти і грати в ньому, де він потрапив, а не відводити в гру, як тільки він потрапив на поле.



Суддя на футбольному полі'яперше з'явився в 1800 - 1801 рр. У його обов'язки вже тоді входило провадити гру відповідно до встановлених правил, визначення числа забитих голів і т.п. З 1871 р. суддя став виходити на поле з двома помічниками.



Починаючи з 1920 і кожні 4 роки проводяться чемпіонати світу з футболу, а з 1958 р. – чемпіонати Європи, в яких беруть участь національні збірні команди.

З 1900 р. футбол став офіційним видом спорту, але офіційно він був включений в програму Олімпійських ігор тільки в 1908 р. Першим чемпіоном УЄФА розглядається наступний клуб: Клуб європейських чемпіонів (з 1958 р.), Клуб володарів кубків (з 1967 р.) і Клуб чемпіонів (з 1958р.), який і до сьогодні називається Кубком УЄФА.



## «Автор рекомендує»

В даному пості пропонуємо краще познайомитись з одним із найпопулярніших видів спорту у світі – футболі


20 23:53


Спортивні вправи та курси для оздоровлення розміщені в розділі «Знайомство з новим»:

«Легкі вправи для початківців - повна практика».

Виконайте 2 підходи по 10-15 повторень кожної вправи. Між кожною вправою - хвилина відпочинку.

Це має зайняти близько 15 хвилин. Гарний початок!

### 1. Присідання на стілець



Рис. 2.3. Присідання на стілець

Присідання зміцнюють ноги, прикріплені до тіла, що полегшує щоденні рухи.

Присідання зі стільцем під собою — гарне місце для початку, щоб покращити вправу.

Встаньте перед стільцем, ноги на ширині плечей, пальці ніг трохи спрямовані вбік.

І почніть присідати, зігніть коліна, опустіться до торкання сідницями стільця, руки можна покласти перед собою;

Відштовхніться п'ятами і поверніться у вихідне положення.

Віджимання з колін

Віджимання для початківців допомагають зміцнити тіло перед початком класичних віджимань.



Рис. 2.4. Відтискання від колін

Встаньте у вихідне положення: долоні міцно на підлозі, опора на колінах;

Зберігаючи пряму лінію від голови до колін, зігніть лікті й опустіть їх на підлогу. Коліна повинні бути під кутом 45 градусів.

Поверніться у вихідне положення.

#### 4. Випади вперед



Рис. 2.5. Випади вперед

Встаньте правою ногою вперед. Праву ногу необхідно спирати, ліву - на носочки;

Опускайтеся, поки праве стегно не буде паралельно підлозі;

Відштовхніться правою ногою, щоб повернутися у вихідне положення. Зробіть потрібну кількість повторів, поміняйте ноги.

#### 5. Планка-"собачка"



Рис. 2.6. Вправа планка-«собачка»

Вправа особливо корисна для верхньої частини тіла, особливо для плечей.

Прийміть положення планки, руки під плечима, ноги разом;

Задіяти корпус, руки і ноги статичні, підняти стегна і прийняти позу собачки; Тіло має утворювати з підлогою трикутник. Шия не напружена, погляд спрямований на ноги;

Затримайтеся на секунду, поверніться до планки, повторіть.

#### 6. Випади з корекцією ніг

долоні і коліна на підлозі, руки під плечима, коліна під сідницями;

Тримаючи спину прямою, правою ногою відсуньте назад уявну стіну і випряміть ногу.

Стопа повинна залишатися зігнутою, пальці спрямовані в підлогу, у верхній точці вкорочуємо сідницю;

Поверніться у вихідне положення та повторіть потрібну кількість повторень. Повторіть те саме з іншою ногою.

#### 7. Bird Dog

Вправа для всього тіла, яка вимагає балансу:

Встаньте на коліна, руки під плечі, коліна під сідниці;

Шия не напружена, одночасно випрямити ліву руку і праву ногу, затриматися на 2 секунди;

Поверніться у вихідне положення, повторіть вправу з правою рукою і лівою ногою.

#### 8. Ще одна планка

Рух для всього тіла також вимагає рівноваги та стресу для тіла. Стоячи на дошці, руки зігнуті в ліктях, а не на долонях, тіло утворює пряму лінію від голови до ніг;

Переконавшись, що поперек і сідниці не провисають, затримайтеся в цьому положенні від 30 секунд до хвилини.

#### 9. Махи ногами лежачи на боці

Лягти на лівий бік, ліва нога пряма, стопа впертися в підлогу, права нога також пряма;

Піднімаємо праву ногу, корпус залишається статичним, спостерігаємо за сідницями;

Поверніться у вихідне положення, повторіть потрібну кількість разів, повторіть те ж саме з іншого боку.

#### 10. Велосипед

Лежачи на спині, ноги зігнуті під прямим кутом у колінах, руки за головою;

Поверніть правий лікоть до лівого коліна та випряміть праву ногу.

Потім праву ногу зігнути, ліву випрямити, лікоть лівої руки до правого коліна, ліва нога випрямлена.

Повторіть скільки завгодно разів.

Отже, щоб розробити гідний, конкурентоспроможний і цікавий контент, вам потрібно висвітлити основні переваги та недоліки конкуруючих облікових записів. Ці переваги та недоліки були вибрані на основі останніх тенденцій створення візуальних елементів для телеграм. Недоліки:

- два з трьох акаунтів використовують несучасний дизайн;
- в облікових записах занадто багато графічних елементів, що негативно впливає на сприйняття;
- не у всіх правильно оформлені шапки профілю;
- функцією «Гід», яка допомагає структурувати контент за темами, ніхто не користується.

Переваги:

- є чітке позиціонування
- використовувати текст на фото (зрозуміло, про що пост);
- є посилання на інші корисні ресурси (сайт, сторінка з посиланням тощо);
- єдиний дизайн.

Наповнення каналу телеграм контентом – один з найважливіших етапів створення інтернет-проекту. Все залежить від контенту каналу, від того, наскільки він буде наповнений, скільки відвідувачів прийде на ваш сайт і скільки стане покупцями.

Добре написаний текст становить 50% успіху проекту. Канал приділить велику увагу створенню грамотного ТЗ на тексти та контролюватиме процес написання та вичитки фінальної версії перед публікацією. Використовуйте найкращі вдосконалені інструменти аналізу тексту, щоб отримати чудові результати.

Для кращого розуміння досягнення цілей проекту рекомендуємо використовувати систему Smart Goals у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

## Smart Цілі

S – (specific) – конкретна ціль:	Створення телеграм-каналу «Овертайм»;
M – (measurable) – вимірюваність:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- задіяні користувачі;</li> <li>- тематичні та навчальні спортивні заходи в онлайн новинах про спорт;</li> <li>- постійне наповнення контентом.</li> </ul>
A – (achievable) – досяжність:	Ціль досяжна за рахунок: <ul style="list-style-type: none"> <li>- створення телеграм-каналу «Овертайм»;</li> <li>- активне поширення інформації про заснування проекту про спорт через соціальні мережі;</li> </ul>
R – (realistic) – реальність/необхідність:	Створення проекту допоможе підвищити знання про спорт та сприятиме мотивації до заняття спортом.
T – (time-bound) – час для виконання:	4 місяці для створення проекту та необхідного матеріалу, зйомки відео-занять та наповнення контентом. Безперервний час дії.

Підсумовуючи, щоб досягти цілей, повинні виконати такі завдання:

- Створення контенту в телеграм, де споживачі часто проводять свій вільний час;
- Створити власну програму, адаптовану для любителів спорту, де інформація подається в інтерактивному режимі;
- Поширення інформації про діючий проект для залучення нових учасників шляхом розповсюдження тематичної реклами, дзвінків у соціальних мережах та розсилки.

Тобто головна мета: задовольнити потребу в зрозумілому та цікавому процесі, тим самим задовольняючи певні потреби представників сортувальної аудиторії.

Завдання для наповнення проекту змістом:

1. Забезпечення кількості взаємодій з представниками проекту в різних соціальних мережах (створення цікавого та корисного контенту; активне власне крос-просування на всіх платформах).

2. Підвищення якості власних послуг (постійна двостороння комунікація з аудиторією; активна взаємодія з експертами у сфері спорту).

3. Забезпечити юзабіліті проекту (створення інтуїтивно зрозумілого комплексу проекту; спрощення процесу пошуку контенту).

Основні якості вмісту:

1. Легке засвоєння аудиторією спортивного контенту (ретельна підготовка контенту; консультації з експертами; увага до зворотного зв'язку).

2. Якість технічної реалізації (ретельна підготовка змістової складової; консультації з фахівцями; покращення матеріально-технічної бази; увага до зворотного зв'язку).

3. Мотивація процесу занять спортом (пошук знань за навчальною програмою; створення «гачків» – запитань без остаточної відповіді як мотиваційний елемент для самостійного поглиблення знань).

Рекламна фаза «прослуховування» в спортивному проекті починається зі створення візуальної концепції, яка замінює існуючий дизайн, трансформуючи концепцію та виділяючи проект серед інших. Візуальний вміст допоможе вам зрозуміти стилі сторінок, вибрати кольори та знайти унікальні й оригінальні елементи для застосування у власних проектах. Пошук довідкових матеріалів здійснюється на платформі Pinterest, яка включає тематичні онлайн-добірки фотографій. Він містить візуальний контент на різні теми: від фотографій до графіки [6].

Під час цього процесу було відібрано декілька зображень для сайту, а саме: наявність текстових елементів на фото, рівномірність кольору, простір. Вони допомагають привернути увагу, не захаращують сторінку та виглядають чисто. Ці аспекти є основою для подальшої роботи, тому на їх основі створюються фотошаблони як візуальний план наповнення видання.



Візуальна концепція базується на блакитному кольорі, який разом із жовтим є фірмовим кольором проекту. Біррен, видатний вчений у галузі кольору, у своєму підручнику «Психологія кольору та кольоротерапія» визначив, що правильно підібраний колір допомагає впливати на сприйняття та емоції людини чи організації [20, с. 26].

Згодом додаються яскраві кольори: жовтий, помаранчевий, рожевий – для гармонії змісту та уваги, а також «сюжетного» ходу. При плануванні візуального контенту використовувалися не лише фотографії, а й графічні матеріали – елементи з фоторамок, макети і написи. Контент для соціальних мереж створюється самостійно або вибирається з фотогалерей, таких як Pexels або Unsplash. Спочатку створюється шаблон, а потім адаптується до теми.

Окрім тексту, були обрані такі формати: фото та відео. Фотоконтент містить інфографіку, добірку цікавих фактів про спорт, у деяких публікаціях текст на фото дублюється. Наступний формат – відео. Такого контенту у відсотках буде більше, тому що рухомий контент привертає увагу і цікавіший для сприйняття. Такий інструмент буде відповідати за інтерактивну частину, яка включає вікторини, опитування, подачу інформації у вигляді пазлів, коміксів та інших розважальних і розвиваючих ігор. Це допоможе зберегти користувачів в обліковому записі та залучити взаємодію.

На каналі «Овертайм» розміщені короткі відеоролики, які є спортивними інструментами мікронавчання. І важливо розуміти, що це не серія годинних відео, а інсайт, головна думка на 10 хвилин. Переваги таких відео в тому, що за короткий час можна отримати навчальну інформацію та є можливість зацікавити та залучити до спорту. Такий інтерактивний формат навчання зручний для розуміння та допомагає краще запам'ятовувати інформацію. Тому в рамках проекту розроблено студентське відео з цікавими фактами з різних напрямків (футбол, бокс, теніс). Відео публікуються за алгоритмами, щоб потрапити в «рекомендацію», відповідною періодичністю буде публікувати відео щодня. Щоб привернути увагу аудиторії, випускаються ролики як з оригінальними звуковими доріжками, так і з популярними

звуками. Запуск тематичних змагань і закликів до зйомки спільних відео допоможе нам підвищити обізнаність.

У Месенджері створено спільноту, функціонал якої дозволяє поширювати інформацію в текстовому вигляді, отримувати відгуки від аудиторії та надавати їй список найближчих подій. Одним із таких заходів стала наша онлайн-ознайомча зустріч, де ми в інтерактивній формі розповідаємо про особливості та концепцію нашого проекту та переваги приєднання до такого каналу. Важливо підвищити мотивацію до занять спортом, довести, що це цікаво і корисно. Розраховуючи вартість концепції каналу, потрібно це робити за наступними статтями:

- базова заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- одноразовий соціальний внесок;
- витрати на обслуговування комп'ютера;
- витрати електроенергії.

Розрахунок ціни складається з наступних моментів:

- витрати на розробку; - прибуток (рівень рентабельності 30%);
- податок на додану вартість (ПДВ).

Заробітна плата – це винагорода, яку отримують розробники за час розробки концепції SMM. Зарплата на даний момент розраховувалася з точки зору конкуренції на ринку. Наприклад, у digital-агентстві DIZZ розробка маркетингової стратегії (концепції) починається від 1000\$, в digital-агентстві Sales Marketing System їхня послуга починається від 1500\$, ігноруючи той факт, що розробкою займається не агентство, а для наприклад, фрілансером, тож ціна відразу падає, тож конкурентоспроможна заробітна плата за розробку концепції становить 400–500 доларів.

Розрахунок заробітної плати наведено в табл. 2.1.

## Розрахунок основної та додаткової заробітної плати

Посада	Чисельність, чол..	Оклад, грн	Оклад на 1 чол.день, грн.	Кількість днів	Зарплата за рік, грн	Премії та доплати	
						Відсоток, %	Сума, грн
Контент-менеджер	1	8600	344,00	4,00	1376,00	5	68,80
Дизайнер	1	7200	288,00	3,00	864,00	5	43,20
Всього				7,00	2240,00		112,00

Розрахунок вартості і ціни проводиться для одноразової розробки. Ставка одноразового соціального внеску становить 22% основної та додаткової заробітної плати:

$$(2240+112) * 0,22 = 517,44 \text{ грн.}$$

Розрахунок потужності розраховується виходячи з того, що при розробці стратегії передбачається використання двох ноутбуків. Енергоспоживання при змішаній роботі процесора становить близько 60 Вт на годину, робочий день складається з 8 годин.

Загальна трудомісткість розробки концепції становить 64 години.

1,68 грн – ціна за кВт/год в Україні. Тому маємо:

$$1,68 * 64 = 107,52 \text{ грн.}$$

Витрати на технічне обслуговування комп'ютера визначаються: від вартості комп'ютера та часу його експлуатації, після якого він підлягає заміні (зазвичай цей час не перевищує 3 років), протягом року комп'ютер використовується 254 робочих дні.

$$\text{Отже: } (25000 / (3 * 8 * 254)) * 64 = 262,5 \text{ грн.}$$

Проект виконуватиметься одноразово для однієї організації, тому вартість становитиме 3239,46 грн.

Прибуток, виходячи з рівня рентабельності 30%, становить:

$$3239,46 * 0,3 = 971,84 \text{ грн.}$$

Далі розраховується ціна розробки концепції без урахування податку на додану вартість (ПДВ):

$$3239,46 + 971,84 = 4211,3 \text{ грн.}$$

Тепер розраховуємо ПДВ, який становить 20% від ціни:

$$4211,3 * 0,2 = 842,26 \text{ грн.}$$

Розраховуємо вартість сайту з ПДВ:

$$4211,3 + 842,26 = 5053,56 \text{ грн.}$$

Таблиця 2.2.

### Розрахунок вартості і ціни розробки

Стаття витрат	Сума, грн.
Основна заробітна плата	2240,00
Додаткова заробітна плата	112,0
Єдиний соціальний внесок	517,44
Витрати на обслуговування ЕОМ	262,5
Витрати на електроенергію	107,52
Виробнича собівартість розробки	3239,46
Прибуток (рівень рентабельності 30 %)	971,84
Ціна без ПДВ	4211,30
Податок на додану вартість (ПДВ)	842,26
Ціна з урахуванням ПДВ	5053,56

Отже, виходячи з розрахунків, можна зробити висновок, що загальна вартість розробки концепції складе 5053,56 грн., що значно дешевше, ніж у конкурентів, тому цю ціну можна вважати конкурентоспроможною.

### 2.3. Просування та монетизація каналу «Телеграм»

По-перше, слід розглянути переваги запровадження каналу понаднормової роботи. Розроблена стратегія відображає всю креативність за допомогою дизайнерського рішення, дозволяє демонструвати досвід завдяки спортивному контенту тощо. Дизайн і контент розроблені відповідно до

інтересів цільової аудиторії, що призводить до кращої конверсії. Концепція розроблена, щоб бути конкурентоспроможною з каналами, які дуже популярні серед молоді [16, с. 14]. Розмістивши його на відповідних сторінках, можна охопити більшу кількість людей. Позитивним є те, що розміщення каналу «Овертайм» у телеграм безкоштовне, вам не потрібно залучати системного адміністратора, вам не потрібно думати про розміщення сервера, його обслуговування чи перевантаження системи, як у випадку з багато веб-сайтів.

Розкрутка спортивних проектів телеграм-каналу має безліч варіантів. Це перспективний шлях для багатьох компаній, які виходять в інтернет-простір і розуміють, що майбутнє за електростанціями Інтернету. З ефективним використанням Інтернету в управлінні проектами відкриваються необмежені можливості для вашої цільової групи клієнтів. Велика частина з них – майбутні клієнти. При грамотному маркетингу інтернет-проектів це легко можливо. У такій ситуації розширюється аудиторія покупців, поширюється інформація про товар, підвищується рівень продажів. Маркетинг інтернет-проектів і ресурсів пов'язаний з відстеженням і контролем ефективності впровадження та його реалізації. Існує кілька способів фінансування проектів, і кожен вимагає індивідуального підходу, адже тільки методом проб і помилок можна вибрати інший спосіб, який підходить саме вашому бізнесу. Основна мета реклами – максимально зручно представити споживачеві весь асортимент [9, с. 15]. Ця мета також є перевагою перед іншими проектами. Не секрет: чим ширший спектр інформації, тим вища статистика відвідувань.

Серйозне ставлення до просування проекту телеграм про спорт досить швидко призводить до реакції позитивних результатів. Знову ж таки, це важлива функція, яка заслуговує належної уваги. Маркетологи часто звертаються до Інтернету у своїй діяльності. Звичайно, вже вивчені тактики та стратегії, які можна використовувати в поєднанні з Інтернетом для додаткових або основних рекламних можливостей. Основні поняття маркетингу в Інтернет-проектах.

При використанні контекстної реклами враховуються інтереси та потреби того чи іншого споживача контенту. Цей тип реклами має форму банерів, рекламних листів і рекламних повідомлень.

Звичайно, багато з них набридають або просто ігноруються, але це дрібниці в порівнянні з перевагами контекстної реклами. Контентне наповнення сайту повинно враховувати локалізацію та часові проміжки для показу реклами. Це недорогий спосіб залучити потенційних покупців на сайт. Не варто недооцінювати можливості розміщення реклами на ресурсах соціальних мереж (наприклад, у соціальних мережах з великою кількістю користувачів).

Ця форма реклами конкурує з рекламою в пошукових системах. При просуванні проектів, наприклад за допомогою контекстної реклами, ми знаємо лише потреби клієнтів, а реклама через соціальні мережі дає нам інформацію про клієнтів. Правильно таргетована інтернет-реклама означає надання проектам можливостей реклами в обох системах. Маркетингові канали просування через соціальні мережі [14, с. 17].

Говорячи про маркетинг інтернет-проектів у соціальних мережах, важливо не забувати про те, що багато людей намагаються знайти відповіді на свої запитання чи шляхи вирішення своїх проблем. Це спосіб поділитися досвідом і порадами, а чому б не порадити конкретно про продукт або послугу, або принаймні просто дізнатися про пропонований продукт або послугу, отримати деяку інформацію.

В соціальних мережах досить просто займатися моніторингом і маркетингом інтернет проектів. Це також може бути просування товару в окремо взятих соціальних групах або поширення іміджу товару або послуги: чим більше на слуху, перед очима, тим вище ймовірність покупки. Повертаючись до банерів, дуже важливо відстежити не тільки відвідуваність даної реклами, але і її тематику, час демонстрації, особливості територіального сприйняття інформації про проект.

Адже в Мережі є не тільки узагальнені (цікаві більшості) канали, а й маленькі, вузькі з різною кількістю відвідувачів. Клієнт точно знає, на що звернути увагу, і відкидає будь-які сумніви.

Джерелом фінансування телеграм-каналу «Овертайм» є власні кошти адміністратора. Фінансування реклами дозволяє більшій аудиторії дізнатися про ваш канал і підписатися на нього. Також рекламою може стати поширення інформації через телеграм-канал у різних соціальних мережах та через приватні повідомлення.

Важливо не тільки правильно почати, але й грамотно підійти до подальшої роботи каналу і знайти правильний шлях монетизації, адже без грошової вигоди жоден канал не проживе довго і не стане успішним і впливовим.

Цільова аудиторія телеграм-каналу «Овертайм» – це переважно молодь віком 14-45 років, яка користується телеграм в Україні та за кордоном. Але не варто забувати, що у зв'язку зі стрімким розвитком технологій, а також збільшенням їх споживачів, телеграм уже можуть користуватися літнє населення України 45+, яке має смартфони, комп'ютери, ноутбуки та доступ до Інтернету. Тож кожен, хто хоче знати та читати новини українського спорту, може підписатися на канал. Блог ведеться українською мовою, тому логічно сказати, що цільовою аудиторією є жителі України та зарубіжжя, які знають і розуміють українську мову на достатньо високому рівні.

Прикмети за статтю: Підписниками каналу можуть стати як чоловіки, так і жінки. Обмежень в цьому немає, тому що спорт стосується обох статей. Сімейний стан і наявність дітей: Для телеграм-каналу про спорт сімейний стан і наявність дітей та їх кількість не важливі.

Освіта: Все, що потрібно знати та вміти підписникам телеграм-каналу, це читати та розуміти українську мову.

Професія: будь-яка людина будь-якої професії може підписатися на канал.

Рівень доходу: на початковому етапі розвитку каналу це не має жодного значення, хіба що в майбутньому це може стати важливим лише в тому сенсі, що адміністрація каналу ще більше просуває свою роботу за рахунок пожертв передплатників на різні платформи та монетизація. І в цьому випадку пожертви є добровільними. Зробити контент платним поки що не планується. Але якщо виникне така ідея, після реалізації якої передплатникам доведеться платити за контент, ціна буде визначатися вартістю створення контенту та бажанням адміністраторів каналу заробити.

Причини для підписання аудиторії на телеграм-канал: це просто велике бажання знати новини українського спорту та поширювати такий контент у маси. Знаючи портрет своєї цільової аудиторії, ви зможете грамотно створити рекламну кампанію для залучення нових читачів і продовжити розвиток спортивного проекту «Овертайм». Саме визначення цільової аудиторії на перших етапах дозволяє власникам каналів правильно зосередитися на потребах читача та залучити велику частину його аудиторії. Витрачений час, гроші та робота, щоб створити її портрет, варті уваги, оскільки тоді це принесе більше прибутку, ніж вартість аналізу. І в майбутньому це допоможе каналу не стояти на місці, а успішно розвиватися далі. Активність глядачів завжди була важливим показником успішності проекту. Простого існування та публікації контенту ніколи не було достатньо. Головне – віддача.

Кількість підписників не завжди важлива. Багато не означає якість. Якщо аудиторія каналу не виявляє активності, це свідчить про відсутність інтересу до контенту та невідповідність темі. Ви можете побачити, чи взаємодіють ваші підписники з вашим вмістом, на основі статистики, яка показує охоплення, перегляди, поширення та реакцію ваших публікацій. Якщо увімкнути коментарі, кожен також може висловити свою думку щодо прочитаного. Це також досить добре підвищує активність [2, с. 10].

Після створення каналу телеграм потрібно виконати багато завдань, щоб зробити його успішним і прибутковим. Один з них залучає аудиторію і поширює канал з додатком на велику кількість користувачів. Існує багато



методів збільшення підписників, які можна розділити на безкоштовні та платні.

Єдиний платний спосіб просування телеграм-каналу – реклама. Завдяки цьому за допомогою інфлюенсерів або таргетованої реклами можна запросити нову аудиторію як в групах телеграм, так і в інших соціальних мережах. Якщо ви не знаєте таких термінів, варто звернутися до фахівців, які швидко підберуть оптимальний варіант. Головне при виборі звертати увагу на портфоліо, з чим працював фахівець і яку специфіку мала робота;

- платна реклама в каналах телеграм. Його можна замовити, якщо ви погоджуєтесь з адміністратором каналу, на якому ви хочете купити цю рекламу, або на біржі, якщо ви хочете купити рекламу відразу на кількох каналах. Біржа зручна тим, що можна відфільтрувати канали і вибрати найбільш підходящі. Однак цей спосіб рекомендований лише досвідченим користувачам. Якщо канал тільки починає розвиватися, PR краще погоджувати з окремими каналами або з їх адміністрацією. Щоб не помилитися з вибором каналу для просування власного, варто звернути увагу на якість його контенту, перевірити статистику переглядів і активності на ньому, проаналізувати його репутацію. Якщо є можливість, варто просити попередніх рекламодавців зв'язатися та запитати їхню думку щодо того, чи варто рекламувати цей канал.

- Реклама на інфлюенсерах та альтернативних соціальних мережах. Загалом вважається, що віддача від такої реклами гірша, і люди менш охоче переходять з фейсбук та інстаграм на інший ресурс. У цьому є частка правди. Але є дуже великий плюс – це низька конкуренція. Це означає, що ви можете ефективно просувати канали на будь-яку тему та залучати неймовірно активну аудиторію, і в результаті канал буде жити та процвітати. Але найголовніше – звертати увагу не тільки на кількість підписників, але і на якість контенту. Це допоможе не втратити тих, хто підписався на канал ще раніше.

Безкоштовні методи:

- Розповсюдження серед друзів і знайомих та їхні особисті рекомендації іншим є одним із найшвидших способів завоювати перших лояльних читачів каналу. Ви можете або просто попросити своїх друзів підписатися за посиланням, або додати друзів самостійно за допомогою функції в Telegram. Звичайно, краще заздалегідь попередити друзів про те, що ви їх додаєте, щоб потім не було незручних моментів;

- унікальний і цікавий контент, який вже цікавить аудиторію. Тут важко давати конкретні підказки щодо каналу, треба попрацювати уяві. Користувачі, швидше за все, підпишуться на канал, який має особливість, яка виділяє його серед інших каналів. Тому варто інвестувати багато часу в створення якісного контент-плану. Коли приходять нові передплатники, потрібно зацікавити їх новими публікаціями. Канал також потребує постійної рубрики[5, с. 21];

- Реклама через існуючі соціальні мережі (істаграм, фейсбук, ютуб). Також логічно піаритися у власних соціальних мережах. Навіть якщо аудиторія невелика, це досить ефективний спосіб отримати підписників. Звичайно, не всі перейдуть з істаграм на телеграм, але ця аудиторія буде якісною та активною;

- взаємний піар з іншими телеграм-каналами та роздача дзвінків за підпискою у великих телеграм-чатах. Співпраця з іншими невеликими телеграм-каналами на близьку тематику – хороший спосіб залучити аудиторію, яка цікавиться тематикою каналу та є найбільш активною. І якщо правильно налагодити комунікацію з редакцією, це дасть великий поштовх.

Піар у чатах або коментарях великих телеграм-каналів також має сенс, але недоліком цього способу є те, що не всі канали підтримують безкоштовний піар. Тому варто ознайомитися з правилами та заздалегідь уточнити у адміністраторів каналу, щоб ваші повідомлення не сприйняли за спам і вас не заблокували.

При розробці телеграм-каналу «Овертайм» будуть задіяні наступні способи реклами з перерахованих вище:

- розповсюдження серед друзів і знайомих та їх особиста рекомендація іншим;
- унікальний і цікавий контент, який цікавить аудиторію сам по собі;
- реклама через ваші існуючі соціальні мережі (Storiz та запрошені видання);
- взаємний піар з іншими Telegram-каналами та розподіл дзвінків за підпискою у великих Telegram-чатах;
- реклама на інфлюенсерах та альтернативних соціальних мережах (реклама на блогерах з великою аудиторією).

Завдяки розкрутці власного проекту кількість передплатників почала стрімко зростати з кожним днем. А з їх кількістю зросла і сама активність: з'явилося більше реакцій, зросли охоплення та перегляди. В основному ми бачимо з показників, що реклама та самореклама спрацювали добре.

## **Висновки до розділу 2**

Телеграм-канали – це практично публічна сторінка у фейсбук чи інстаграм, але з деякими функціями. На відміну від соціальної мережі, канали висять в загальному діалоговому списку і не виділяються в окрему стрічку новин; «пропихають» новини про нові записи. Отже, ця соціальна мережа месенджерів є чудовим варіантом для публікації різноманітних повідомлень, які потрібно швидко доставити студентам. Спортивні новини на каналі телеграм можуть включати: інформацію про спорт, конференції, змагання, ключові моменти спортивної підготовки. Телеграм, завдяки широкому використанню та значній наближеності до повідомлень від друзів, родичів тощо з можливістю «Повідомлень», максимально точно та швидко передасть потрібну та важливу інформацію. Ви також можете легко прикріпити сюди посилання. Метою телеграм-каналу про спорт є передача важливої та корисної інформації про спортивні події. Для цього достатньо стабільного постінгу з картинками, які були наведені в новинах, або зі стилістично відповідними

картинками. Щоб спростити розміщення, рекомендується розробити шаблони для різних типів повідомлень. Найкращий спосіб поширити цей канал – це пошта. Робота над розробкою концепції є складним і тривалим процесом, який має враховувати наявні знання з питань шкільної освіти та поширення. Створення спортивного проекту неможливе без продуманої ідейної спрямованості, добре розробленої програми тренувань і якісного контенту. При створенні проекту необхідно керуватися критеріями інформаційного дизайну, оскільки основна подача нашого контенту буде у вигляді тексту, зображень і відео.

Інтерес аудиторії до спортивного життя України та його розвиток дає шанс телеграм-каналу «Овертайм» успішно розвиватися та продовжувати, радує читачів контентом, вартим уваги. Особливістю телеграм-каналу «Овертайм» є те, що адміністрація каналу відкрита до співпраці з іншими, хто також хоче брати участь у розвитку як свого каналу, так і «Овертайму». Для співпраці з аудиторією та колегами планується створити пошту та контакти, за допомогою яких можна зв'язатися з адміністратором та запропонувати свою співпрацю. Також, розробляючи телеграм-канал, не забувайте відстежувати статистику каналу. Адже саме вона дає повну картину бачення діяльності аудиторії. Також статистика може бути дуже корисною для розуміння інтересу аудиторії до публікацій і розділів, які пропонує редакція каналу. Нарешті, завдяки цьому ви можете звернути увагу на те, чи рухається канал у правильному напрямку чи ні. Важливо прислухатися до аудиторії, адже завдяки їй канал може жити і перевершувати своїх конкурентів за показниками.

## ВИСНОВКИ

Незважаючи на те, що телеграм як соціальна платформа є просто месенджером, його творці намагаються створити щось на кшталт середнього між месенджером і соціальною мережею. Серед каналів Telegram багато освітніх проєктів, новинних порталів, розважальних барів і т. д. Тобто цей месенджер давно перестав бути просто комунікаційною платформою, ця функція є основною. Виходячи з цього, публікації в телеграм-каналах, наприклад, можуть досягати десятків на день, якщо говорити про новинні портали. Ця функція повинна підтримуватися для каналу відділу. Основні типи контенту можуть бути будь-якими. Телеграм підтримує фото, відео, аудіоконтент, а також текст, анімацію та запис голосу.

Telegram набирає обертів у своєму розвитку. Також на телеграм переходять багато ЗМІ, блогери та ті, хто просто хоче створити власний канал на будь-яку тематику. Тобто, крім інших платформ, цей месенджер також може транслювати весь доступний контент. А все через відсутність цензури контенту. Тому можна сказати, що телеграм дає кожному свободу висловлювати свою думку. Через це багато людей заходять туди й публікують там речі, які можуть не перевірятися в інших програмах (наприклад, цензура, авторське право тощо). Але телеграм ще не став повноцінною платформою для заробітку. Адже є багато недоліків, які не дозволяють власникам каналів, ботів і груп заробляти на контенті. На даний момент можна заробляти на рекламі, яку інші бренди купують у власника. Великою перевагою телеграму є те, що він дає своїм користувачам можливість швидко отримувати інформацію, наприклад новини. Адже найчастіше в месенджері публікується швидке змістовне повідомлення, яке має лаконічно донести свою суть до читача. З цієї причини багато людей віддають перевагу месенджерам, оскільки вони швидкі та зручні.

Вміст у каналах телеграм може відрізнитися залежно від типу самого каналу. Це так звана різновид телеграм-каналів. За своїм тематичним

наповненням телеграм-канали можуть бути: новинними; експерт; автора; відбір; канал бренду. Створюючи телеграм-канал, необхідно ретельно продумати тематику, цільову аудиторію та способи просування.

Досить перспективним маркетинговим напрямком є спортивні телеграм-канали. В Україні телеграм-канали є популярним засобом швидкого медіа, орієнтованого на релевантну аудиторію. Представляємо телеграм-рейтинг каналів спортивного контенту: ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 71 921 підписників, Труха ⚡ Спорт = 48 630, КОЛЕСНИК=39 068, Tribuna.com Україна = 35 811, Футбол України та світу = 35 778, ФУТБОЛ УКРАЇНИ = 33 934, ДИНАМО КИЇВ = 32 281, Планета футболу =28 715, Sport.ua = 25 238, Бокс України = 24 924. Також слід відзначити канали: ВЗБІРНА (2 376 підписників, є можливість коментувати), та ТРЕНДЕЦЬ (23 076 підписників).

Метою телеграм-каналу про спорт є передача важливої та корисної інформації про спортивні події. Для цього достатньо стабільного постінгу з картинками, які були наведені в новинах, або зі стилістично відповідними картинками. Щоб спростити розміщення, рекомендується розробити шаблони для різних типів повідомлень. Найкращий спосіб поширити цей канал – це пошта. Робота над розробкою концепції є складним і тривалим процесом, який має враховувати наявні знання з питань шкільної освіти та поширення.

Створення спортивного проекту неможливо без продуманої ідейної спрямованості, відпрацьованої програми тренувань та якісного контенту. При створенні проекту ви повинні керуватися критеріями інформаційного дизайну, оскільки основна презентація нашого контенту буде у вигляді тексту, зображень та відео.

Інтерес аудиторії до спортивного життя України та його розвиток дає шанс телеграм-каналу «Овертайм» успішно розвиватися та продовжувати, радує читачів контентом, вартим уваги. Особливістю телеграм-каналу «Овертайм» є те, що адміністрація каналу відкрита до співпраці з іншими, хто також хоче брати участь у розвитку як свого каналу, так і «Овертайму». Для співпраці з аудиторією та колегами планується створити пошту та контакти, за

допомогою яких можна зв'язатися з адміністратором та запропонувати свою співпрацю. Також, розробляючи канал телеграм, не забувайте відстежувати статистику каналу. Адже саме вона дає повну картину бачення діяльності аудиторії. Також статистика може бути дуже корисною для розуміння інтересу аудиторії до публікацій і розділів, які пропонує редакція каналу. Нарешті, завдяки цьому ви можете звернути увагу на те, чи рухається канал у правильному напрямку чи ні. Важливо прислухатися до аудиторії, адже завдяки їй канал може жити і перевершувати своїх конкурентів за показниками.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар С. В. Telegram-канал: новий маркетинговий тренд та інструмент для рекламної кампанії. Домінанти соціально-економічного розвитку України в умовах інноваційного типу прогресу. Київський національний університет технологій та дизайну, 2020.
2. Вишнеvsька І. Особливості використання інформації соціальних мереж в інформаційно-аналітичній діяльності. Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, 2015. Вип. 41, С. 521–530.
3. Года М. Telegram: історія створення месенджера, боти та блокування сервісу. 24 канал. 2020 р.
4. Городенко Л. Нові медіа: журналістика чи комунікація? Current issues of mass communication, 2013, Вип. 14, С. 65–69.
5. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. Український науковий журнал «Освіта регіону», № 1-2, 2014. С. 80-85.
6. Жугай В. Й. Особливості телеграм-каналів як новітніх інструментів медіа: український контекст. Вчені записки, 32021120.
7. Кулинич О.І. Політична реклама і політична культура: взаємодія і взаємовплив. 2021. Р. 305-311.
8. Куцан О.І. Роль PR-інструментарію у просуванні брендів українських дизайнерів. Інформаційне суспільство. 2019. Вип. 20. С. 73–78.
9. Куцан О.І. Роль Інтернет-засобів у просуванні брендів українських дизайнерів. Всеукраїнська науково-практична конференція Інституту журналістики «Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту: фундаментальні та прикладні аспекти». Київ : Інститут журналістики, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 7 квітня 2019. С.54-58.
10. Куцан О.І. Соціальні мережі та соціальні сервіси як ефективні канали просування брендів українських дизайнерів. Modern international relations: current problems of theory and practice/ Faculty of International Relations



of the National Aviation University; Lodz Wydawnitsto Naukowe Wyzszej Szkoły Biznesu i Nauk o Zdrowiu w Lodzi, 2021. P. 312-319.

11. Лашкіна М.Г. Глобальні комунікації. Новітня політична лексика (неологізми, okazionalizmi та інші новотвори) / [І.Я. Вдовичин, Л.Я. Угрин, Г.В. Шипунов та ін.] ; за заг. ред. Н.М. Хоми. Львів : «Новий Світ – 2000». 2015. 492 с.

12. Маєвська М.М. Детермінанти емоційновербального впливу в соціальній рекламі. І Міжвузівська студентська науковопрактична конференція «Світові тенденції у сфері реклами і зв'язків з громадськістю: проблеми та перспективи», 11 березня 2021 р. Київ.

13. Максимовська Н.О. Соціально-педагогічна експлікація поняття «сфера дозвілля. Вісник Харківської державної академії культури. Харків, 2012. Вип.38. С.268

14. Ричка М.А. Tone of voice у соціальних мережах міжнародних компаній. The 9th International scientific and practical conference “Scientific achievements of modern society” (April 28-30, 2020) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. 2020. P. 928-939.-276.

15. Рябчун М. Інформаційні Телеграм-канали, як нова медіа-платформа для ЗМІ. Наука онлайн: Міжнародний електронний науковий журнал, 2018. №12, С. 126.

16. Рябічев В. Тенденції розвитку соціальних медіа в Україні протягом 2016 р. Образ, 2016. Вип. 4. С. 129.

17. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: Зб. наук. праць: наук. зап. Рівненського державного гуманітарного університету. У 2-х т. – Вип. 17. – Рівне: РДГУ, 2011. – Т. 1. – 319 с. (29.05)

18. Чернявська Л. В. Телеграм-канали як інструмент диджиталізації українських масмедіа. вчені записки, 32021192.

19. Харченко В.М., Чеботарьова І.Б., Яценко Л.О. Аналіз електронної реклами закладів вищої освіти Харкова у соціальній мережі Instagram // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: матеріали Молодіжної школи-

семінару VI Міжнар. наук.-техн. конф. (18-22 травня 2021, м. Харків). 2021. Т2. С. 135.

20. Васильченко В. М. Громадянська медіадипломатія в реаліях сучасності // Матеріали Міжнародної науково-технічної конференції "АВІА-2023»(18–20 квітня 2023 року). – Київ: ФМВ, 2023. – С. 28.48– 28.52. URL:

<https://conference.nau.edu.ua/index.php/AVIA/AVIA2023/paper/view/9677/7827>

21. Baranova, V., Zeleniy, O., Deineko, Z., & Lyashenko, V. (2019, October). Stochastic Frontier Analysis and Wavelet Ideology in the Study of Emergence of Threats in the Financial Markets. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T) (pp. 341-344). IEEE.

22. Baranova, V., Zeleniy, O., Deineko, Z., Bielcheva, G., & Lyashenko, V. (2019, October). Wavelet Coherence as a Tool for Studying of Economic Dynamics in Infocommunication Systems. In 2019 IEEE International Scientific-Practical Conference Problems of Infocommunications, Science and Technology (PIC S&T) (pp. 336-340). IEEE.

23. Burlakov S. Щодо необхідності удосконалення адміністративно-правових засад діяльності ЗМІ в розрізі розвитку популярності інформаційних telegram-каналів. *Juridical science*, 2020, 6 (108): 56-63.

24. Dadkhah, M., Jazi, M., & Lyashenko, V. (2014). Prediction of phishing websites using classification algorithms based on weight of web pages characteristics. *Journal of Mathematics and Technology*, 5(2), 135.

25. Dadkhah, M., Jazi, M. D., Mobarakeh, M. S., & Lyashenko, V. (2015). Developing expert system in order to detect the journal phishing attacks. *Journal of Mathematics and Technology*, 6(1), 70-73.

26. Jon R., Ingrid L. Telegram Suffers DDOS Following Criticism For Enabling Human Rights Lawyers In China. *TechCrunch*, 2015. No 5. P. 31-34

27. Lister M., Dovey J. *New Media: A Critical Introduction*. New Jersey: Taylor&Francis. 2003, 202 p.
28. Rusbridger A. The splintering of the fourth estate, *The Guardian*, 2010. No. 2, P. 32-38.
29. Paine K. D. *Measure what matters: Online tools for understanding customers, social media, engagement, and key relationships*. New York: John Wiley & Sons, 2011, 432 p.
30. Thornborrow J. *The Discourse of Public Participation Media. From talk show to Twitter*. London: Routledge, 2015, 278 p.