

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ
Кафедра телебачення і радіомовлення

Кваліфікаційна робота

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
на тему:

**«Спортивні медіа України: створення, підтримка та просування у
соціальній мережі «Телеграм»**

Терміни реалізації проєкту:

початок 14 квітня 2022 р.

закінчення 20 грудня 2022 р.

Виконала

студентка магістратури
денної форми навчання
спеціальності 061 – журналістика
освітньо-професійної програми
«Спортивна журналістика»
Діана КОНДРАТЮК

Керівник

кандидат філологічних наук,
доцент
Людмила ФЕДОРЧУК

ЗМІСТ

I. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ

1. Загальні відомості.....	3
2. Характеристики проекту.....	5
2.1. Ключові слова	5
2.2. Реферат проекту.....	5
2.3. Масштаб проекту	9
2.4. Спрямованість проекту	9
2.5. Ступінь новизни	9
3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва	9
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення	9
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.....	10
3.3. Організація заходів.....	10
4. Очікувана ефективність проекту.....	11
4.1. Економічна ефективність проекту	11
4.2. Соціальна ефективність проекту	11
5. Аналіз потенційних ризиків проекту	11
5.1. Основні фактори ризику проекту	11
5.2. Управління ризиками.....	12
6. Загальні висновки.....	13
7. Списки використаних джерел.....	13

II. ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ «Спортивні медіа України: створення, підтримка та просування у соціальній мережі «Телеграм».....	16
---	-----------

Додаток 1. Головні налаштування телеграм каналу.....	17
--	----

Додаток 2. Приклади контенту, яким наповнювався канал.....	19
--	----

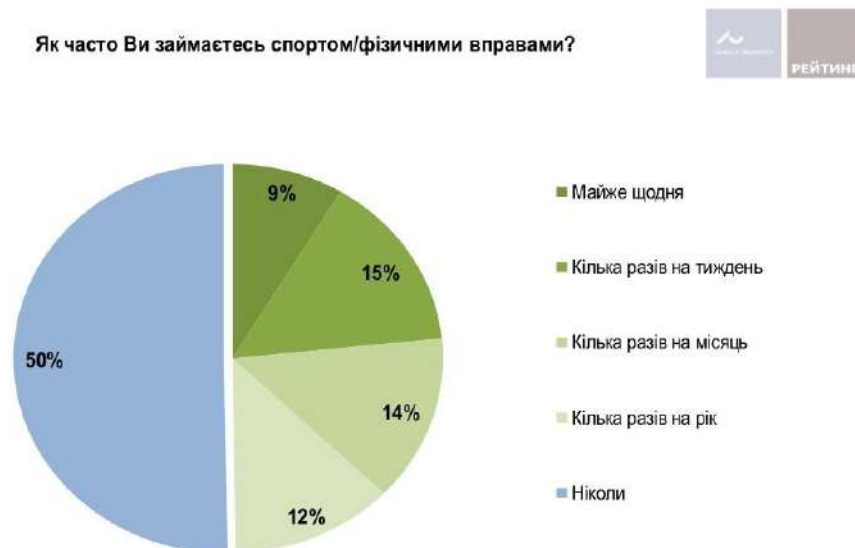
І. ОПИС ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЄКТУ

1. Загальні відомості

Телеграм канал Асоціації спортивних журналістів України. Проєкт створений задля поширення новин спорту. Раніше сторінка АСЖУ існувала лише у Фейсбучі та Інстаграмі. Телеграм із кожним днем набуває все більшої популярності, тому мною була вибрана саме ця платформа для популяризації спорту серед українців. Адже це можливість отримати велику аудиторію людей різного віку і як результат бути почутою та досягти своїх цілей.

Спорт, на жаль, втрачає свої позиції, люди все менше цікавляться ним, вони не знають наших Чемпіонів, не дивляться Олімпійські Ігри. Крім того, діти менше відвідують спортивні гуртки. Все це призводить до того, що у майбутньому ми матимемо нездорову націю та країну, в якій спорт не відіграє жодної ролі.

За даними соціологічної групи «Рейтинг» за 2017 рік [7] щоденно займаються спортом лише 9 % українців працездатного віку (чоловіки 18-65, а жінки 18-60 років). Половина – абсолютно не займається спортом. Це катастрофа для країни, і великі проблеми в майбутньому.



Крім цього, 15% опитуваних заявили, що кілька разів на тиждень долучаються до фізичних активностей, 14% - декілька разів на місяць, 12% - декілька разів на рік.

Людам потрібно розповідати про спорт, потрібно виховувати любов до фізичних навантажень.

Метою цього проекту є знайомство людей із вітчизняними спортсменами, розповідь про їхні досягнення. У моєму дитинстві кумиром дітей був Андрій Шевченко, то чому б зараз їм не мати свого кумира, ту людину, яка буде показувати приклад та надихати на нові звершення. Крім того, буду висвітлювати новини, аби люди дізнавались про перемоги наших спортсменів. У нас чомусь цікавляться спортом лише під час Олімпійських Ігор, або важливих змагань, на кшталт Чемпіонату Європи з футболу, так чому не розповідати людям про Чемпіонати України, про Гран Прі, про Кубки світу, Діамантові ліги, де наші атлети змагаються за найвищі позиції.

Цей проєкт дасть нове «дихання» спорту в нашій країні та виведе його на новий рівень. Хочу, аби відсоток людей, які займаються та цікавляться спортом, збільшився як мінімум, у два рази.

Війна в Україні

24 лютого росія розпочала повномасштабне вторгнення на територію України. Якщо говорити про український спорт, то проблеми, з якими він зіштовхнувся, є не баченими раніше, а саме:

- проблема організації та проведення регіональних, всеукраїнських та міжнародних змагань;
- проблема актуальності спортивних подій для українців;
- знищення спортивної інфраструктури України.

З початку повномасштабного вторгнення частина спортсменів змогла виїхати закордон для того, щоб готуватися до змагань. Інші ж і далі знаходяться в Україні, але намагаються тренуватись подалі від зони ведення бойових дій - на заході України.

Спортивні новини втратили свою актуальність, відійшли так би мовити на другий план. В пріоритеті українців – новини про війну, політику, економіку.

Якщо проаналізувати аудиторію передових новинних телеграм каналів, які писали про військові чи політичні події, то їх кількість з початку війни

збільшилася щонайменше в 4-5 разів. Для прикладу, за перший тиждень повномасштабного вторгнення сторінка видання «Уніан» в Телеграм збільшила кількість підписників з 34 800 до 564 000 людей. Станом на листопад 2022 року сторінка налічує понад 876 тисяч підписників. І це не єдиний випадок. Сторінка «Суспільного» в Телеграм за перший тиждень повномасштабного вторгнення збільшила кількість підписників з 16 295 до 206 295 людей. Для порівняння, аудиторія сторінки «Суспільне Спорт» протягом останніх півроку зросла з 1 778 до 3 170 підписників.

2. Характеристики проєкту

2.1. Ключові слова

Спорт, новини, спортивна журналістика, люди, чемпіони, Асоціація спортивних журналістів України, Телеграм, кумири, спортсмени, змагання.

2.2. Реферат проєкту

- **Назва проєкту**

«Спортивні медіа України: створення, підтримка та просування у соціальній мережі «Телеграм»

- **Стислий опис проєкту**

Спортивна журналістика у світі задає високу планку, яку вітчизняні журналісти поки що не в силах підкорити, тому з метою популяризації спорту в Україні ми з моїми колегами-однокурсниками будемо вести сторінки Асоціації спортивних журналістів у соцмережах.

Я обрала для себе саме сторінку у Телеграмі. Чому? По-перше, в Асоціації спортивних журналістів вже є сторінки в Інстаграмі та Фейсбуці, а от у Телеграмі такої сторінки немає. Це виклик: підняти її з 0. Більше того, ставлю собі за мету зробити цю сторінку найактивнішою. Телеграм зараз на піку своєї популярності, тож це шанс вистрілити.

По-друге, Телеграм – це новий щабель, нова аудиторія та нові погляди. Якщо ми говоримо про телебачення, то зрозуміло, що орієнтовний вік людей, які є цільовою аудиторією: 45+. Коли ж мова йде про соціальні мережі, тут

«цільова» зовсім інша. У Фейсбучі – це публіка більш усвідомлена, це люди віком 18+. Але найактивніші там люди віком орієнтовно 35-50 років. В Інстаграмі набагато молодша аудиторія, починаючи орієнтовно з 14 років і десь до 30-40 (я говорю про активних користувачів). Телеграм же притягує освічену спільноту і збільшує віковий показник. Активні користувачі віком від 18 до 60 років.

Ще одна перевага Телеграму – фідбек від підписників – люди можуть коментувати публікації, себто писати свої як позитивні, так і негативні відгуки, давати рекомендації мені, як людині яка безпосередньо веде цю спільноту, а також обмінюватись інформацією із людьми зі спільними поглядами та інтересами.

Головною метою даного проєкту є ознайомлення якомога ширшої аудиторії з діяльністю Асоціації спортивних журналістів України та створення ком'юніті для тих, хто любить спорт, через соціальну мережу Телеграм.

Поставленій меті підпорядковані наступні **завдання:**

- створення Телеграм каналу для інформування аудиторії про діяльність АСЖУ та спортивні події в Україні й світі;

- висвітлення українських та міжнародних провідних спортивних заходів (написання звітів, репортажів, інтерв'ю, оглядів про змагання тощо);

- популяризація через мережу Телеграм діяльності Асоціації спортивних журналістів України, здорового способу життя, занять фізичною культурою і спортом;

- спілкування з однодумцями через коментарі у соціальній мережі Телеграм.

Місія проєкту – знайомити аудиторію зі спортом України та світу для подальшої популяризації фізичної активності.

Інноваційний проєкт був створений у вигляді Телеграм каналу на базі клауд-месенджеру Телеграм, де на постійній основі висвітлюються останні новини із спортивного життя України та світу, головні виклики, з якими зіштовхується український спорт на міжнародній арені.

Результатом дослідження очікується отримати якісний продукт Асоціації спортивних журналістів України на платформі клауд-месенджера Телеграм, а також збільшення відсотку людей, які цікавляться та розуміються на спорті.

- **Вирішення проблем загальнодержавного, регіонального або галузевого рівня;**

Проект створений задля того, аби вирішити проблему популяризації спорту серед українців, країна повинна знати своїх чемпіонів, також завдання проекту виховати у молоді любов до спорту та таким чином виховати нових чемпіонів.

- **Основні техніко-економічні показники проекту;**

Асоціація спортивних журналістів України вже має сторінки у Фейсбуці та Інстаграмі, аби розширити аудиторію було створено даний проект у Телеграмі. Створення каналу не викликало жодних проблем, крім того лого, кольори та багато іншого не потребує додаткового фінансування, адже все це вже давно створено і належить Асоціації спортивних журналістів України. Тому у Телеграм каналі будуть використовуватись уже всім відомі лого та дизайнерські моменти, які аудиторія могла бачити на сторінках АСЖУ у Фейсбуці та Інстаграмі.

- **Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;**

Телеграм канал Асоціації спортивних журналістів України створений задля того, аби збільшити аудиторію та популяризувати спорт серед населення України різних вікових груп. Цей проект має на меті довести популярність та актуальність цієї платформи, що врешті-решт дасть поштовх для створення інновацій у цій галузі.

- **Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери.**

Асоціація спортивних журналістів України носить соціальнозначущий характер, саме тому комерційна складова виробництва не є головним пріоритетом самого комунікаційного проекту.

Найголовнішими рішеннями для поліпшення якості виробництва та соціальної сфери є: звітування про активність каналу у вільному доступі для споживачів та можливість реагування на цей процес через надсилання відповідного запиту або коментарів, проведення опитувань та регулярна публікація інтерактивних матеріалів.

- **Термін реалізації проекту**

Щодо термінів реалізації, то проект стартував 14 квітня. Термін реалізації: кінець 2022 року. Але поняття терміну реалізації дуже розмите. Адже, коли я говорю про реалізацію, то маю на увазі більшу кількість підписників, ніж на сторінках в інших соцмережах. Я ж планую зробити цей проект «вічним», тобто постійно розвивати його, робити публікації, зробити так, щоб він був «на слуху» у кожного.

- **Витрати на реалізацію проекту і строк його окупності;**

Робота над проектом здебільшого здійснюється на засадах волонтерства (без оплати праці) та частково як стартап (для подальшого його існування з метою монетизації); для реалізації необхідні камера, звукова петличка, програмне забезпечення для відеомонтажу та комп'ютер;

- **Фінансово-економічні показники:**

- проект має практичний характер, витрати на який не передбачені;
- проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт - один місяць, витрати не передбачені;
- тестування – від трьох до шести місяців, витрати не передбачені.

- **Джерела і умови фінансування проекту**

Потреба в джерелах фінансування проекту відсутня.

- **Оцінка ефективності проекту**

Головним показником ефективності проекту стане активність підписників, їхні позитивні коментарі. Без реклами, просування і т.п. набрали 200 підписників

з нуля. Піковою кількістю підписників на каналі була 227 людей. Це відбулося під час матчів відбору збірної України з футболу.

Економічний ефект: у разі успішної реалізації його як стартапу проєкт зможе стати прибутковим (реклама, спонсори);

Соціальний ефект: проєкт може стати успішним прикладом конвергентної журналістики; привернення уваги керівних спортивних органів країни.

2.3. Масштаб проєкту

Проєкт має галузевий масштаб. Шляхом створення проєкту вирішуються проблеми однієї галузі.

2.4. Спрямованість проєкту

Проєкт спрямований на популяризацію спорту в Україні.

2.5. Ступінь новизни

Проєкт має аналоги у вигляді Телеграм каналів зі спортивною тематикою. Ступінь новизни - перевищує рівень вітчизняних аналогів за усіма показниками або частково.

3. Організаційний план розробки проєкту та організації виробництва

3.1. Стан виконання робіт за проєктом до моменту його схвалення.

- досліджено та обґрунтовано наукові аспекти	90 %
- досліджено та обґрунтовано технічні аспекти	100 %
- проведено теоретичні та експериментальні дослідження	50 %
- розроблено технологію, ескізний і технічний проєкт	80 %
- розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки	50 %
- наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності	100 %
- проведено соціальні дослідження	90 %
- наявність матеріально-технічної бази	100 %
- наявність необхідного персоналу	100 %
- визначено та узгоджено фінансування проєкту	100 %
- визначено та узгоджено місце виконання проєкту	100 %

3.2. Календарний план виконання робіт за проектом**Таблиця 2. План виконання робіт за проектом.**

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. Гривень
1.	Дослідження функціоналу необхідного для проекту.	Кондратюк Д.А., Шендеровський Н.Р.	1,5 місяці	0
2.	Технічні роботи.	Кондратюк Д.А., Шендеровський Н.Р.	2-3 тижні	0
3.	Ведіння самого Телеграм каналу	Кондратюк Д.А. Шендеровський Н.Р.	Мінімально 10 місяців і далі	0

3.3. Організація заходів

- **Стислий перелік технологічних процесів;**

1. Дослідження функціоналу необхідного для проекту.
2. Технічні роботи.
3. Ведіння самого Телеграм каналу.

- **Опис наявних і необхідних для виробництва устаткування і приміщень:**

1. Кабінет (кімната), в якому є Wi-Fi та освітлення притаманне для роботи за комп'ютером;
2. Ноутбук\смартфон

- **Кількість і кваліфікація виробничого персоналу (детальні відомості щодо прогнозованої потреби в кадрах):**

1. Редактор-засновник Телеграм каналу – пошук та створення контенту, вичитка матеріалів;
2. Журналіст – людина, з досвідом роботи від 2 років, освіта – вища (журналіст\редактор) – створення контенту, інтерв'ю зі спортсменами і людьми спорту.

4. Очікувана ефективність проекту

4.1. Економічна ефективність проекту.

- Економічна доцільність реалізації проекту: у разі правильного використання існуючих ресурсів, можливо заробити на проєкті за рахунок продажу реклами.

- Термін окупності проєкту – 1 рік.
- Прибутковість проєкту – новинні Телеграм канали приносять прибуток з розрахунку: 200 грн за один пост в групі за кожну тисячу підписників. [11]

4.2. Соціальна ефективність проекту.

Телеграм канал Асоціації спортивних журналістів України створений для того, аби збільшити аудиторію та популяризувати спорт серед населення України різних вікових груп. Цей проєкт має на меті довести популярність та актуальність цієї платформи, що врешті-решт дасть поштовх для створення інновацій у цій галузі.

5. Аналіз потенційних ризиків проекту

Основні фактори ризику проекту

Проєкт створений задля того, аби вирішити проблему популяризації спорту серед українців, країна повинна знати своїх чемпіонів, також завдання проєкту виховати у молоді любов до спорту та таким чином виховати нових чемпіонів.

Основними факторами ризику проєкту є його створення з 0. Погодьтеся, працювати з проєктом, який уже на слуху набагато легше, аніж розвивати його з 0. Тому дуже важко набрати велику кількість підписників.

Також є ризики, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації (політична нестабільність, перспективи економічного розвитку в цілому,

поганий імідж соціального інституту, внутрішні конфлікти) – у випадку погіршення іміджу асоціації спортивних журналістів, можна очікувати й погіршення іміджу телеграм каналу, який буде створено на базі асоціації.

Крім того, через фактор політичної нестабільності, можна очікувати зменшення попиту на цей вид продукції. А саме, в країні війна, і погодьтесь, новини зі світу спорту точно відходять на задній план. Те саме стосується й економічного фактору.

Є також ризик виникнення конфлікту між людьми, які створюють контент. Адже у кожного свої погляди, свій почерк і своє бачення подачі матеріалу.

Виробничі ризики (відсутність кадрів, неготовність колективу) – є ризик того, що наявна кількість кадрів не зможе покривати всі потреби для ведення проекту. Новин багато, нас можна порахувати на пальцях однієї руки. Але з свого досвіду скажу, що закрити основні новини цілком реально з такою кількістю людей. Головне професіоналізм, витривалість та бажання.

5.2. Управління ризиками

Найбільшим ризиком є набуття популярності проекту і зацікавленість аудиторії. Через війну спортом продовжують цікавитись лише його найбільші фани, тож привернути увагу людей до свого Телеграм каналу буде по особливому важко. Тому, для того аби глядачі, дійсно, цікавились нашим контентом, треба дуже оперативно подавати інформацію та робити її ексклюзивною та цікавою для глядача. Спершу, варто буде «знайти» ту саму інформацію, яка «зайде» читачу. А вже потім робити собі ім'я на цьому.

6. Загальні висновки

Проект «Спортивні медіа України: створення, підтримка та просування у соціальній мережі «Телеграм» – це новий виклик особисто для мене та нашої команди.

Я вважаю, що цей проєкт справді дав нове «дихання» спорту в нашій країні і поставить спорт на новий високий рівень. Головне завдання, аби молодь цікавилась спортом, черпала натхнення з нашого каналу і була ближче до своїх кумирів. Новини подаються простою, зрозумілою для всіх мовою.

Тож, я щиро вірю і сподіваюсь, що Україна буде вільною державою, в якій живуть найкращі люди на Землі, де є найкраща армія на Землі, і що стосується проєкту, де є найсильніші спортсмени та здорова нація.

7. Списки використаних джерел

1. Базарова А. А. Гипертекстуальность как базовая характеристика интернет СМИ // Актуальные вопросы филологических наук: материалы междунар. науч. конф. Чита : Издательство Молодой ученый, 2011. С. 151-152.
2. Богославец О. Проблеми нормування і правового регулювання в сфері спорту. Молода спортивна наука України: Зб. наук. пр. з галузі фіз. культури і спорту. Львів, 2000. Вип. 4. С. 64–66.
3. Броварська О. А. Мультимедійність, знак та інтерпретація тексту : до проблем семіотичних студій у публіцистиці [Електронний ресурс] // Хмельницький інститут соціальних технологій Університету «Україна». 2015. URL: goo.gl/iV4k4gs.
4. Василенко М. К. Динаміка розвитку інформаційних та аналітичних жанрів в українській пресі. Київ. 2006.
5. Галлер М. Репортаж: навч. посіб. / пер. з нім. В. Климченко, В. Олійник; за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр Вільної преси, 2011. 104 с.
6. Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики / Э. Гриффин ; пер. с англ. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 688 с.
7. Далецька Ю. Як часто українці займаються спортом – соціопитування – Київ: Український інтерес, 2017. [Електронний ресурс]. URL: <https://uain.press/news/yak-chasto-ukrayintsi-zajmayutsya-sport-sotsopytuvannya-4433> .

8. Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво : навчальний посібник / Т. О. Приступенко, Р. В. Радчик, М. К. Василенко та ін. ; за ред. В. В. Різуна. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2010. – 287 с.
9. Захарченко А. П. Інтернет-медіа : інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». Тернопіль : Крок, 2014. 198 с.
- 10.Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості/ 2-ге вид. Львів: Таїс, 2004.
- 11.Зуболій М. Д. Соціально-культурні фактори розвитку фізкультурно-спортивної активності молоді // Соціологічна наука і освіта в Україні: Зб. наук. пр./ Укл. В. І. Судаков, М. В. Туленков. – К.: МАУП, 2000. – Вип.
- 12.Іванов. О.О. Реклама у телеграм каналах - новий та ефективний вид просування – Київ – Interfax – Україна, 2022. [Електронний ресурс]. URL: <https://interfax.com.ua/news/press-release/848544.html> .
- 13.Капелюшний А. О. Практичний посібник-довідник журналіста. Львів: ПАІС, 2004. 576 с.
- 14.Костенко М. П., Карленко В. П. и др. Законодавче та нормативно-правове забезпечення розвитку спорту вищих досягнень в Україні // Зб. наук. праць: Актуальні проблеми фізичної культури і спорту. Киев: «Наук. Світ», 2003, Вип.1, с.12-30.
15. Мічуда Ю. П. Нормативно-правове забезпечення олімпійської підготовки в Україні: Проблеми та шляхи вдосконалення // Актуальные проблемы физической культуры и спорта: Сб. науч. Робот. Київ, 2004. Вып. № 2, с.10–16.
16. Мухамад Т. Медіатизація та мультимедійність екранної культури в інформаційному суспільстві. Київ : Логос, 2014. 242 с.
- 17.Різун В. В., Трачук Т. А. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства: моногр. / Київ. над. Ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2005. 232 с.

18. Різун В. В. Основи журналістики у відповідях та заувагах / Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ, 2004. 80 с.
19. Різун В. В. До постановки наукової проблеми про особливий статус медіакомунікацій (масового спілкування) в системі соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики : [сайт] / — Електронні дані. — Київ, 2012.
20. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: провідні персоналії та основні газетно-журнальні видання (XIX–XXI ст.): моногр. Миколаїв, 2020. 256 с.
21. Уроки журналістики і життя. Книга роздумів, спостережень, спогадів випускників одного курсу. Київ: Вид-во «Київська правда», 2002.
22. Чабаненко М. В. Застосування слайд-шоу в рубриках новин популярних інтернет-видань як один із напрямів розвитку мультимедійності // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. 2010. № 4. С. 84–88.
23. Чабаненко М. В. Образність в інтернет-журналістиці на прикладі матеріалів львівського інтернет-видання «Zaxid.net» // Наукові записки інституту журналістики : наук. збірник [за ред. В. В. Різуна] ; КНУ імені Тараса Шевченка. Київ, 2014. Т. 54. Січ.–берез. С. 241–245.
24. Черемних І. В. Дослідження контенту українського медіаринку/ І. Черемних// Актуальні питання масової комунікації. 2017.- Вип.21. С. 36-50.
25. Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики: підручник-практикум Київ: ВПЦ «Київ. ун-т», 2004. 129 с.
26. Шнайден В., Рауе П. Новий посібник з журналістики та онлайнжурналістики / пер. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2014. 153 с.
27. Шутяк Л. М. Жанрово-стилістичні ознаки «нового журналізму» в українських інтернет-ЗМІ та блогосфері Київ: Освіта, 2013. С. 112–116.

28. Яцура В. В., Жук О. П. Менеджмент: Навчальний посібник. Львів: Видав. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2008. 444 с.
29. Andrews P. Sports journal: A practical introduction. SAGE Publications, Ltd, 2013. 200 p.
30. Boyle R. Sports Journalism: Context and Issues. SAGE Publications Ltd; 1st edition, 2006. 208 p.

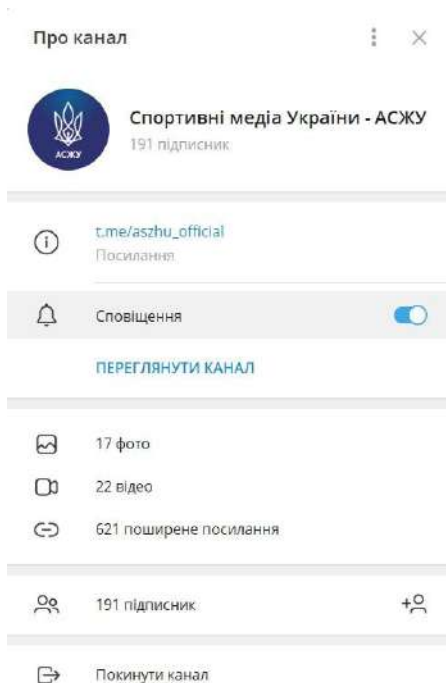
ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОЕКТ «Спортивні медіа України: створення, підтримка та просування у соціальній мережі «Телеграм»

За більше, ніж півроку існування проєкту, нашій команді вдалось набрати позначку в майже 200 підписників, не використовуючи при цьому реклам та просування.

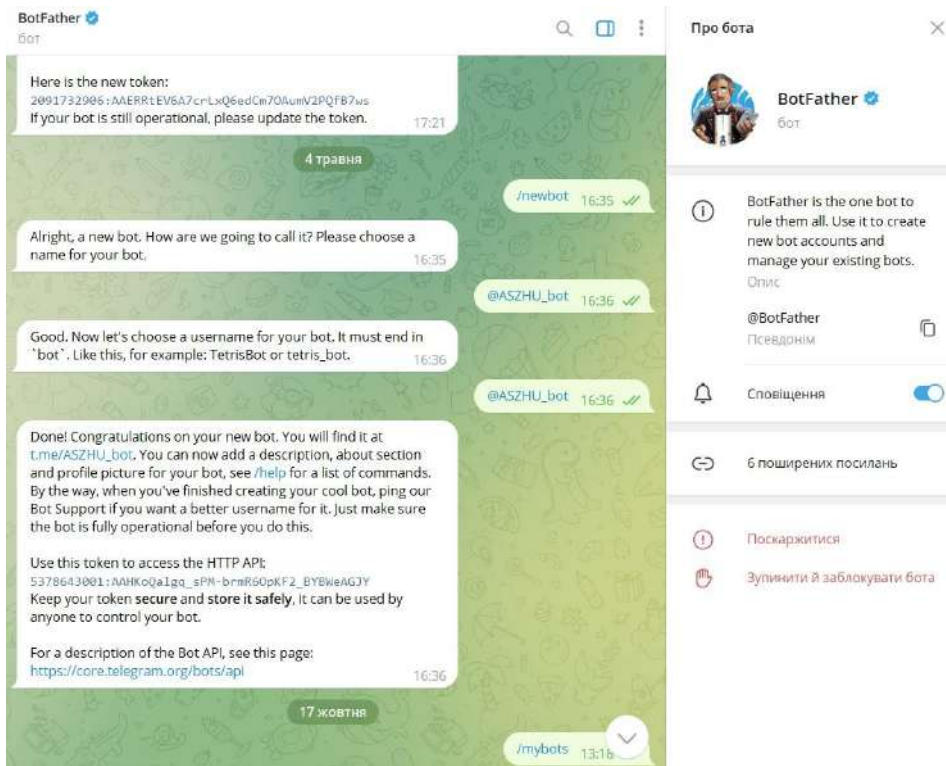
Контент Телеграм каналу був різноманітний: оперативні новини, сенсації, інтерв'ю, проводились навіть опитування та текстові трансляції футболу та Формули-1.

У вересні за проханнями читачів було прийняте рішення змінити наповнюваність каналу: замість нагромадження новин – писати ранкові та вечірні дайджести, з найголовнішими подіями за день, головні ж новини продовжують видаватись моментально.

Додаток 1. Головні налаштування Телеграм каналу.



Зобр. 1.1 – створення каналу на платформі Телеграм



Зобр. 1.2 – створення та налаштування бота для постингу на каналі

Обговорення

Усі підписники бачать у вашому каналі кнопку «Обговорення», яка веде до групи АСЖУ. Коментарі.



АСЖУ. Коментарі

приватна група

ВІДВ'ЯЗАТИ ГРУПУ

Усі нові публікації в каналі пересилатимуться до цієї групи.

[Закрити](#)

Зобр. 1.3 – створення функції обговорення для каналу



Зобр. 1.4 – функціонал боту для постингу на каналі

Додаток 2. Приклади контенту, яким наповнювався каналу

Спортивні медіа України - АСЖУ

🔥🇺🇦 Україна встановила особистий рекорд за кількістю золотих нагород на Дефлімпіаді

🏆 За п'ять змагальних днів Ігор-2021 українці завоювали 58 медалей, серед яких 29 золотих, 13 срібних та 16 бронзових.

Попередній рекорд України за кількістю золотих нагород - 21 медаль. Це досягнення українці повторювали у 2005, 2013 і 2017 роках.

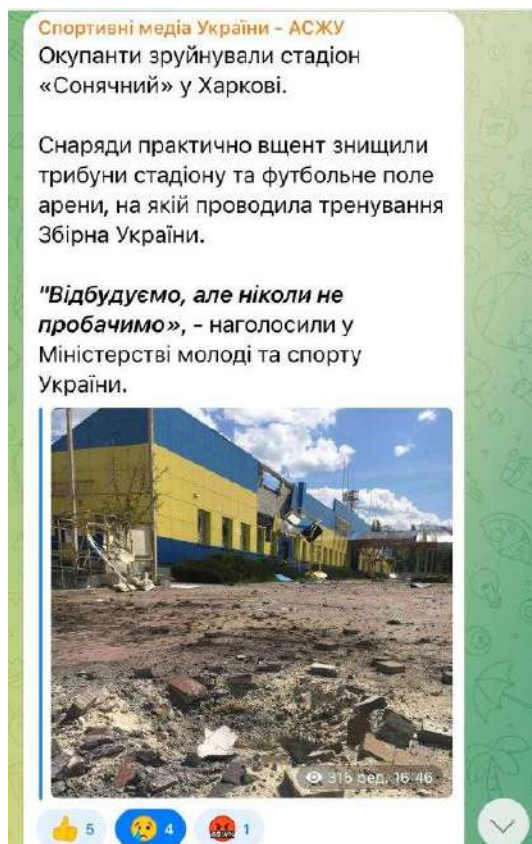
Україна продовжує лідирувати в командному заліку. Відзначимо, що сьогодні українці здобули 12 медалей !



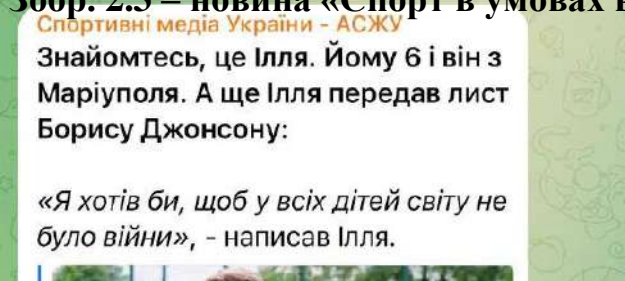
Зобр. 2.1 – подієвий пост, присвячений Дефлімпіаді від 7.05.2022



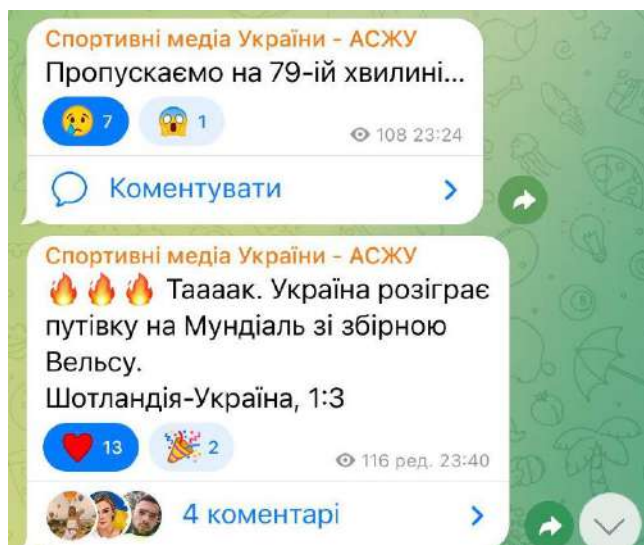
Зобр. 2.2 – Подієвий пост, який було розміщено в момент змагань від 13.05.2022



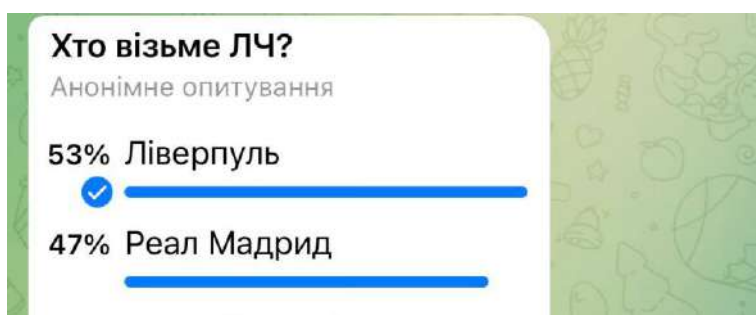
Зобр. 2.3 – новина «Спорт в умовах війни» від 21.05.2022



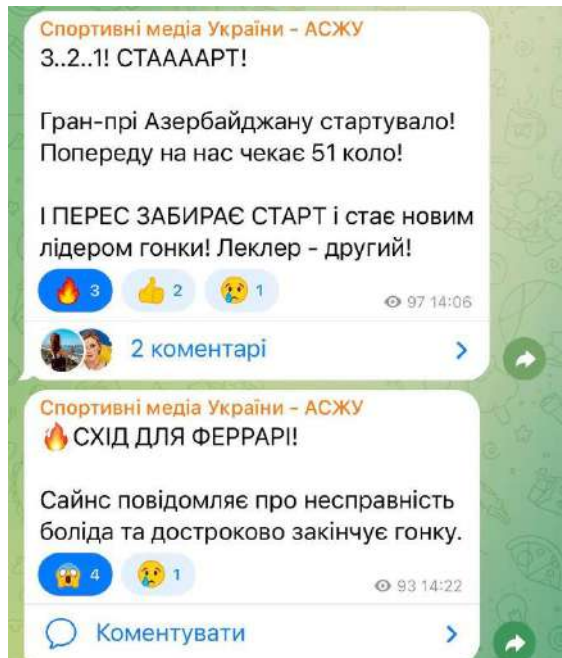
Зобр. 2.4 – Пост «Історія дня» від 27.05.2022



Зобр. 2.5 – текстова трансляція матчу Україна-Шотландія від 1.06.2022



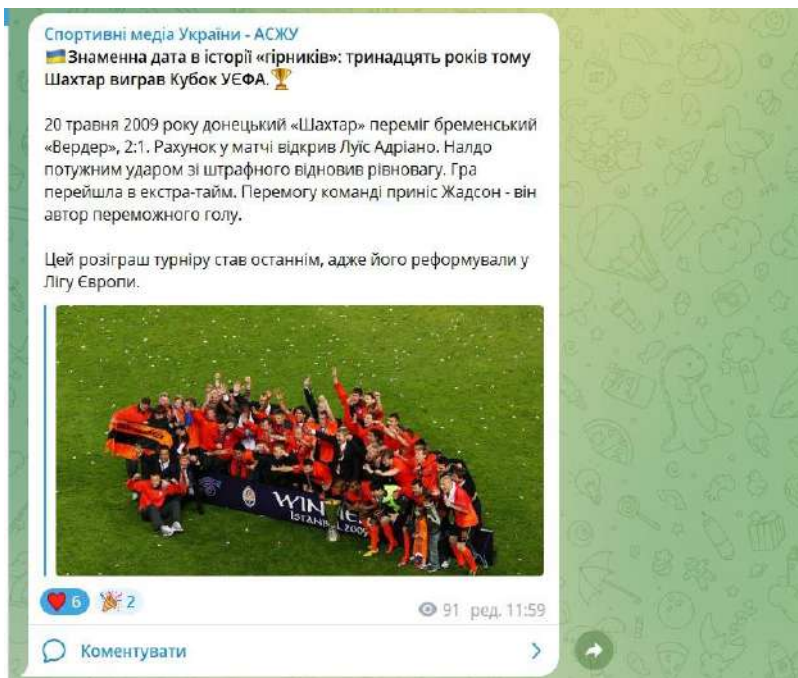
Зобр. 2.6 – приклад опитування серед читачів каналу 28.05.2022



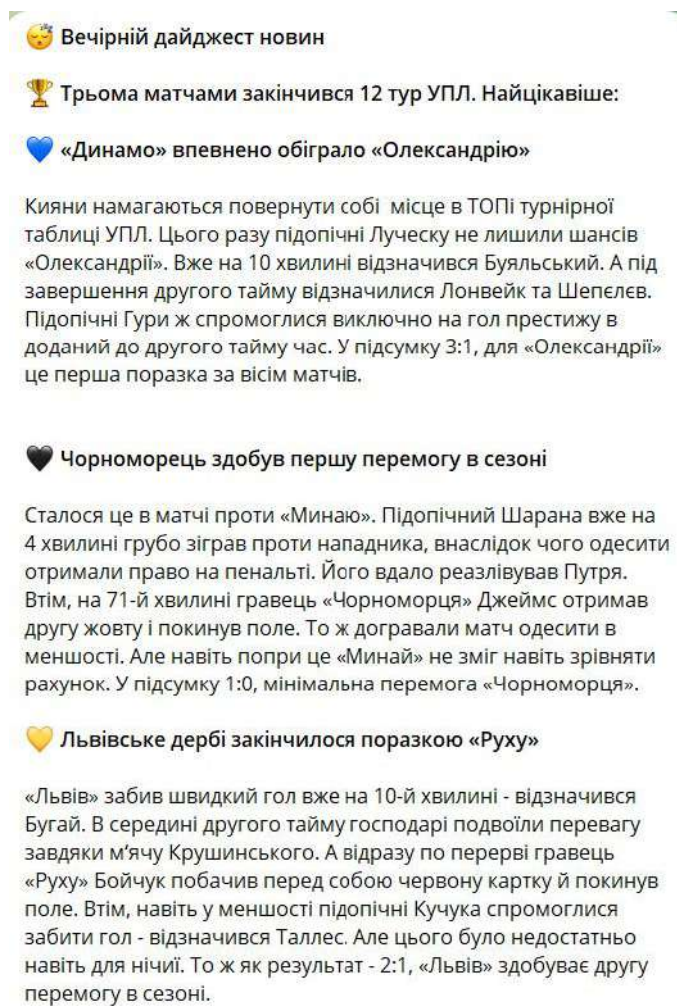
Зобр. 2.7 – текстова трансляція Формули-1 від 12.06.2022



Зобр. 2.8 – подієва новина, одразу після перемоги Усика над Джошуа від 21.08.2022




Зобр. 2.9 – пост про історичну для українського спорту подію від 20.05.2022





Зобр. 2.10 створення вечірнього дайджесту новин для каналу від 10.11.2022

 Ранковий дайджест новин:

 Європа дізналася імена найкращих. УЄФА оголосила переможців в особистих номінаціях сезону 2021/22.

Найкращим тренером став Карло Анчелотті, який привів «Реал» до перемоги в минулорічному розіграші Ліги чемпіонів. Його підопічний Карім Бензема отримав нагороду гравця року, він випередив голкіпера «вершкових» Тібо Куртуа та півзахисника «Манчестер Сіті» Кевіна де Брюйне.

У жіночому футболі найкращою стала тренерка збірної Англії – Саріна Вігман, а кращою гравчиною — півзахисниця збірної Іспанії та «Барселони» – Алексія Путельяс.

  У столиці Туреччини сьогодні будуть відомі імена опонентів для київського «Динамо» у Лізі Європи УЄФА.

Після поразки в 4-му раунді кваліфікації ЛЧ проти «Бенфіки», «біло-сині» гарантували собі путівку до ЛЄ. «Динамо» потрапило до першого кошику посіву. Тож киянам точно не попадеться «Рома», «Лаціо», «Манчестер Юнайтед», «Арсенал», «Брага, «Црвена Звезда», «Феєнорд» або «Олімпіакос».

Церемонія розпочнеться о 14:00 за Києвом.

🟡 У Нью-Йорку зібралися головні зірки українського та світового тенісу. Все це заради України.

Організатори Відкритого чемпіонату США провели благодійний захід під гаслом «Теніс грає за мир». Участь у виставкових матчах взяли Даяна Ястремська, Катаріна Завацька та Дарія Снігур. Серед світових зірок відмітимо Рафаеля Надаля, Стефаноса Ціціпаса та першу ракетку світу Ігу Шв'юнтек.

Основна частина US Open цього року стартує в понеділок, 29 серпня.

🥊 Олександр Усик очолив рейтинг Р4Р за версією престижного журналу The Ring.

Володаря поясів WBA, WBO, IBF, IBO у надважкій вазі вважають *найкращим боксером світу незалежно від вагової категорії*. До речі, це досягнення історичне, понад 30 років цей рейтинг не очолювали бійці-супертяжі.

Українець став першим боксером надважкої ваги з часів пікового Майка Тайсона, якому підкорився цей успіх.



Зобр. 2.11 створення ранкового дайджесту новин для каналу від 26.08.2022