Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Факультет управління
Кафедра журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему «Комунікативні технології популяризації спорту серед молоді у соціальних мережах: контент і платформи»

Виконала: студентка групи ЖР22-1
спеціальності 061 «Журналістика»
Кісилиця А.О.

Керівник:
д. н. з держ. упр., професор Дрешпак В.М.

Дніпро 2026

АНОТАЦІЯ

кваліфікаційної роботи на тему:

"Комунікативні технології популяризації спорту серед молоді у соціальних мережах: контент і платформи"

Виконавець: студентка групи ЖР22-1 Кісилиця А.О.

Керівник: д. н. з держ. упр., професор Дрешпак В.М.

Кваліфікаційна робота: 59 с., 16 рис., 1 табл., 32 джерела, 1 додаток.

Інформаційний продукт: спортивний блог "Хід конем" та контент для нього.

Мета кваліфікаційної роботи: розробити та обгрунтувати концепцію популяризації спорту серед молоді в цифровому середовищі та створити серію мотиваційного контенту для найбільш ефективних платформ.

Актуальність і новизна інформаційного продукту: Неефективність традиційних підходів з мотивування молоді до активних форм зайняття спортом потребує використання цифрових технологій, що здатні перетворити пасивне споживання контенту спортивної тематики в активну рухову дію. Новизна полягає у використанні інструментів блогингу для реалізації просвітницької функції спортивної журналістики на основі: авторського досвіду рухової активності, комплексному поєднанні контенту різних форматів і використанні методів мережевої і позаплатформної комунікації.

Зміст інформаційного продукту: "Щоденник руху" – рубрика з відео та текстовим контентом; аудіосторія "Пульс руху" у 3-х частинах; трейлер спортивного блогу "Хід конем"; візуальні промоматеріали для промокампанії секції настільного тенісу УМСФ; візуальні матеріали спортивного коміксу "Хід конем".

Інформаційний продукт опубліковано на платформах блогу "Хід конем": телеграм, ютуб, тік-ток (2025-2026 роки).

Ключові слова: спортивна журналістика, зв’язки з громадськістю, мотиваційний контент, соціальні мережі, сторітелінг, блог.

SUMMARY

qualification work on the topic:

“Communicative technologies for promoting sports among youth in social networks: content and platforms”

Author: student of the group ZHR22-1 A. O. Kisilytsia

Supervisor: Professor, D.Sc. in Public Administration V. M. Dreshpak

Qualification work: 59 pages, 16 figures, 1 table, 32 references, 1 appendix.

Information Product: "Khid Konem" ("Knight's Move") sports blog and its content.

The purpose of the qualification work:To develop and substantiate a concept for popularizing sports among youth in the digital environment and to create a countrywide series of motivational content for the most effective platforms.

Relevance and Novelty of the Information Product: The inefficiency of traditional approaches to motivating youth toward active sports participation necessitates the utilization of digital technologies capable of transforming the passive consumption of sports-related content into active physical practice. The novelty lies in employing blogging tools to realize the educational function of sports journalism based on the author's personal experience of physical activity, a comprehensive combination of multi-format content, and the implementation of network and off-platform communication methods.

Content of the Information Product: "Diary of Motion" – a section featuring video and text content; "Pulse of Motion" – a three-part audio story; a trailer for the "Khid Konem" sports blog; visual promotional materials for the promotional campaign of the University of Customs and Finance (UCF) table tennis section; visual materials for the "Khid Konem" sports comic strip.

Publication Platforms: The information product is published on the "Khid Konem" blog channels: Telegram, YouTube, and TikTok (2025–2026).

Keywords: sports journalism, public relations, motivational content, social media, storytelling, blog.

ЗМІСТ

ВСТУП……. 5

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТА КОНЦЕПЦІЯ СПОРТИВНОГО БЛОГУ "ХІД КОНЕМ"……...….... 7

РОЗДІЛ 2. СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ" НА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМАХ: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ……..... 17

РОЗДІЛ 3. СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ": ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ПУБЛІКАЦІЯ, ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК……..…… 24

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ «СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ"» 29

ВИСНОВКИ……. 57

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ……... 58

ДОДАТКИ…… 61

ВСТУП

Актуальність кваліфікаційної роботи зумовлена трансформацією соціокультурних традицій сприйняття спорту та зміною ціннісних орієнтирів сучасної молоді. Упродовж останніх десятиліть класична змагальна модель спорту, орієнтована винятково на досягнення рекордної результативності та отримання інституційних нагород, зазнала змін. У молодіжному середовищіі спорт дедалі частіше сприймається не як змагальна діяльність, а як простір рекреації, міжособистісної взаємодії та психологічної саморефлексії. Таке переосмислення вимагає розробки нових підходів до популяризації спорту у молодіжному середовищі засобами масової комунікації.

Потрібно наголосити, що зараз в Україні спостерігається глибока криза психофізичного стану молодого покоління, викликана хронічною гіподинамією та пасивним способом життя, що значно загострилася під впливом сучасних викликів (війна, міграція). Дані різних досліджень засвідчують критично низький рівень рухової активності оздоровчої спрямованості серед української молоді (достатній рівень фіксується лише у кожного п’ятого школяра та кожного десятого студента, що є одним із найнижчих показників у Європі).

З огляду на те, що традиційні методи популяризації здорового способу життя демонструють низьку ефективність, постає об’єктивна суспільна потреба у залученні новітніх соціокомунікативних технологій. Сучасні соціальні мережі виступають базовим середовищем соціалізації та формування поведінкових трендів молоді. Медіатизація спортивного дискурсу через інструменти блогосфери дає змогу трансформувати пасивне споживання контенту в активну мотиваційну дію. Інтеграція спортивної тематики до цифрових платформ є найефективнішим комунікативним механізмом конструювання нової, соціально орієнтованої та інклюзивної культури здоров’я в українському суспільстві.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити та обгрунтувати концепцію популяризації спорту серед молоді в цифровому середовищі та створити серію мотиваційного контенту для найбільш ефективних платформ.

Завдання кваліфікаційної роботи:

– проаналізувати наукові дослідження щодо популяризації спорту у сучасних умовах і розробити концепцію власного інформаційного продукту;

– описати цільову аудиторію та найбільш ефективні платформи для розміщення спортивного контенту для молоді;

– описати етапи створення спортивного блогу "Хід конем";

– репрезентувати комплекс матеріалів, що були опубліковані на платформах блогу "Хід конем".

Інформаційний продукт: спортивний блог "Хід конем" та контент для нього.

Новизна інформаційного продукту полягає у: поєднанні інструментів блогінгу та просвітницької функції класичної спортивної журналістики; використанні особистого досвіду авторки з пошуку власного шляху до різних форм рухової активності задля зміцнення здоров’я; поєднанні в межах блогу контенту різних форматів; комплексному використанні методів мережевої та позаплатформної комунікації.

Практичне значення інформаційного продукту. Відео-аудіо-текстові матеріали опубліковані у відкритому доступі на платформах блогу "Хід конем" у соціальних мережах з вересня 2025 до травня 2026 року.

Основні результати дослідження теоретичних основ творчого проєкту за темою кваліфікаційної роботи були представлені на науково-практичній конференції "Економіко-правові, управлінсько-технологічні та соціальнопсихологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд" (УМСФ, 2025 рік) та опубліковані у збірнику її матеріалів [1].

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТА КОНЦЕПЦІЯ СПОРТИВНОГО БЛОГУ "ХІД КОНЕМ"

Огляд наукових розробок за темою кваліфікаційної роботи. Зародження та розвиток спорту як соціокультурного феномену та специфічної форми змагальної діяльності сягає глибокої давнини. Історично первісні форми фізичної активності були безпосередньо інтегровані у повсякденні трудові справи людини (полювання, збиральництво, рибальство) і слугували ключовим засобом біологічного виживання, що вимагало високого рівня психофізичної підготовки. Трансформація таких дій у перші спеціалізовані фізичні вправи (стрибки, біг, перенесення важких предметів) зафіксована дослідниками ще в епоху палеоліту [2, с. 10 – 11].

У процесі цивілізаційного поступу зазначені види активності еволюціонували в класичні олімпійські дисципліни: звичайні біг та стрибки трансформувалися в окремі види легкої атлетики, а полювання за допомогою зброї – у стрільбу з лука та інші стрілецькі види спорту. Модифікація первісних засобів ураження зумовила появу кульової та стендової стрільби, тоді як архаїчні форми міжособистісного протиборства перетворилися в системи спортивних єдиноборств (фехтування, карате, бокс, кікбоксинг, дзюдо тощо). Сучасний спорт втратив первинну функцію інструменту виживання, перемістивши акцент на репрезентацію індивідуального потенціалу атлета, самоактуалізацію, подолання межі людських психофізичних можливостей, а також на розширення каналів соціальної взаємодії та інтеграції.

Світ постійно змінюється, і у сфері сучасного спорту за останні роки відбулися теж важливі перетворення. Раніше спорт символізував перемогу та самовдосконалення особистості через змагання та отримання нагород. Зараз спорт сприймається (зокрема, молоддю) не як основна діяльність, а як розвага, спосіб приємно провести час та завести нові знайомства, або як метод саморефлексії. Наприклад, за останні роки з’являються нові види

спорту, де не потрібно витрачити все життя на їх опанування: піклбол, падл теніс, фрізбі, крикет [3].

Змінюються й комунікативні канали, пов'язані з обміном інформацією спортивної тематики. Зокрема, істотні трансформації переживає спортивна журналістика. За даними Deloitte 2023, понад 60% молодих користувачів онлайн-платформ взаємодіють зі спортивним контентом щодня. Також, згідно з цими опитуваннями, основними мотивами участі молоді у спортивних онлайн-спільнотах є:

– прагнення до самореалізації та підтримки здорового способу життя – 45–50% респондентів;

– соціальна взаємодія через онлайн-спільноти – 30–35%;

– емоційна залученість у діяльність улюблених спортсменів – 25–30%;

– економічна зацікавленість (ставки, NFT, фан-токени) – 15–20% [4].

З огляду на такі пріоритети, є вірогідність, що у найближчі роки спортивна журналістика швидше розвиватиметься саме на діджитал-майданчиках: на це вказують тенденції, що демонструють більшу зацікавленість аудиторії у контенті, яку можна споживати з Інтернету. Також онлайн-ресурси завдяки створенню нових додатків і оновленню існуючих дають більшу варіативність для створення якісного і різноманітного інформаційного контенту [5, с.36].

Одним з об'єктів уваги спортивної журналістики був і є масовий аматорський спорт. Висвітлення цієї тематики виконує не лише інформаційну функцію, але й надважливу просвітницьку – залучаючи до занять спортом широке коло осіб різного віку, але насамперед – молодь.

У цьому сенсі йдеться значною мірою про формування мотивації вести здоровий спосіб життя. Це – спосіб життєдіяльності людини, який вона свідомо обирає та відповідально відтворює в повсякденному бутті з метою збереження та зміцнення здоров'я. Складові здорового способу життя включають елементи, які стосуються всіх аспектів здоров'я – фізичного,

психологічного, соціального і духовного [6]. Така мотиваційна діяльність лежить на межі журналістики та соціально спрямованого PR/

Актуальність цього комунікативного завдання підтверджує статистика. В Україні лише кожен п'ятий школяр та кожен десятий студент мають достатній рівень рухової активності оздоровчої спрямованості, що є одним з найнижчих показників у Європі. Водночас 60% українських школярів неспроможні виконати вимоги загальноєвропейських тестів фізичної підготовленості «Єврофіт». Майже 76% молоді віддають перевагу пасивним формам проведення дозвілля (перед телевізором або за комп'ютером). Серед молоді віком 18-24 роки 50 % осіб мають незадовільну фізичну підготовку. У зв'язку з цим постає питання всебічної активізації фізкультурно-спортивної роботи серед молоді [6, с. 123].

Просвітницька роль спортивної журналістики полягає ще й у тому, аби пояснити молоді, дати приклади нового розуміння спорту для широких мас у сучасному світі. Не обов'язково годинами займатися складними видами спорту, або досягати олімпійських результатів. Достатньо обрати для себе індивідуальний підхід: фітнес-вправи, прогулянки пішки, спробувати нескладний новий вид спорту, де є можливість розширити коло спілкування. Сенс не тільки в тому, щоби зміцнити тіло, або покращити моральний стан, а й у тому, що це буде корисно для розумової, соціальної активності, наповнення життя позитивними емоціями [7].

Важливим вектором наукового аналізу в межах цього дослідження є вивчення специфіки медіакомунікації та популяризації спорту в блогосфері. Створення персонального онлайн-майданчика є актом ініціювання інтерактивної взаємодії з авдиторією за допомогою мультимедійного контенту. Кейс українського інфлюенсера, засновника YouTube-каналу «SILIRADA» Дмитра Варварука (@dima_varvaruk), ілюструє сучасну траєкторію розвитку медіапростору, де первинне бажання до розширення професійних контактів і саморозвитку масштабувалася в численну цифрову спільноту. Водночас стрімка диджиталізація комунікаційних процесів

актуалізує низку деструктивних тенденцій. Зокрема, спостерігається дефіцит інтерперсональної взаємодії через її віртуалізацію, а також феномен конструювання симулякрів – занадто ідеалізованих образів користувачів, що деформує сприйняття спортивної культури і реальних досягнень [8, с. 9].

Ефективну модель інтеграції інституційних медіа та користувацького контенту демонструє платформа Tribuna.com [9], де у спеціалізованих блогових рубриках висвітлюються персональні історії атлетів із різних видів спорту. Це свідчить про зміну парадигми взаємодії масмедіа зі спортивним середовищем задля генерації залучаючого контенту й популяризації фізичної культури. Проте в контексті спортивної журналістики постає дискусійне питання щодо ефективності формування емоційного зв'язку з авдиторією: традиційними медіа чи безпосередньо атлетами-блогерами. Публікація автентичних матеріалів (ексклюзивні кадри тренувань, змагань, залаштункового та приватного життя) дозволяє спортсменам нівелювати комунікаційну дистанцію, створюючи ефект прямої присутності.

Репрезентативними є приклади світових зірок футболу (Кріштіану Роналду, Ліонель Мессі), які використовують цифрові платформи як інструмент капіталізації персонального бренду, залучення комерційних інвестицій та масштабування медійної присутності [10]. На противагу цьому, інституційні спортивні медіа діють у жорстких рамках професійних стандартів, деонтологічних норм та фіксованих форматів, що надає контенту офіційного, дещо відчуженого характеру. Своєю чергою, контентна свобода незалежних блогерів, попри високу залученість авдиторії, містить ризики поширення неверифікованої інформації та порушення етичних меж медіапростору.

Важливі узагальнення щодо трансформації сучасного спортивного медіапростору наводить практик цифрових комунікацій О. Алетинський (творець контенту із сумарною авдиторією понад 6 мільйонів користувачів на платформах TikTok та YouTube) [11]. Експерт акцентує на пріоритетності медійної грамотності та навичок самопрезентації атлетів порівняно з їхніми

суто спортивними досягненнями: «...зараз ті, хто вміє правильно розвиватися в соцмережах, отримують набагато більше зворотного зв'язку та можливостей. Навіть якщо взяти мій приклад: я гравець паделу середнього рівня, проте в мене вже з'являються пропозиції щодо співпраці та колаборації з клубами. І це відбувається не тому, що я добре граю, а саме завдяки вмінню створювати контент, який цікаво дивитися. Водночас є професіонали рівня А, які постійно щось виграють, але не розвивають свої соцмережі, тому про них майже ніхто не знає. Це прямий приклад того, чому вміння правильно подавати себе в медіапросторі іноді вигідніше, ніж бути топовим атлетом...» [11]. Зазначена тенденція екстраполюється на загальні процеси медіаконвергенції: загальна міграція авдиторії в онлайн-сегмент зумовлена високою ефективністю та масштабністю цифрових каналів порівняно з традиційними медіа (передовсім, лінійне телебачення).

Крім суто комунікативного аспекту, значущим є психоемоційний вектор спортивної діяльності. У наукових публікаціях, присвячених взаємозв'язку ментального здоров'я та фізичної культури, доведено, що регулярна рухова активність мінімізує рівень дистресу, тривожності та психологічної напруги [12]. Спортивні практики детермінують пролонгований позитивний вплив на самооцінку, локус контролю та емоційну стабільність молоді завдяки нейрогуморальній регуляції (зокрема, активізації синтезу ендорфінів).

Таким чином, аналіз наукового дискурсу дає підстави стверджувати, що популяризація спорту засобами новітніх онлайн-платформ виступає дієвим інструментом попередження не лише фізичних проблем, а й ментальних розладів у підлітковому середовищі. Залучення молодого покоління до рухової культури через мотивуючий вплив трендів спортивного блогингу є перспективним напрямом сучасних медіакомунікацій.

Таким чином, аналіз низки теоретичних і практикоорієнтованих джерел свідчить, що сучасна спортивна журналістика (зокрема, її просвітницький складник) може активно розвиватися саме на діджитал-майданчиках, що дає

змогу створювати якісний, різноманітний та інтерактивний контент. При цьому посилюється значущість саме її просвітницької та мотиваційної функцій для молоді. Спортивна журналістика має пояснювати молоді нове, широке розуміння спорту, яке не вимагає олімпійських результатів чи годин складних тренувань, а сприяє всебічному особистісному розвитку. Популяризація спорту серед молоді на онлайн-ресурсах зрештою є ефективним комунікативним механізмом формування нового, більш інклюзивного та соціально орієнтованого ставлення до спорту в українському суспільстві.

Обґрунтування актуальності створення інформаційного продукту. Викладене вище теоретичне обґрунтування актуальності нашого творчого проєкту знаходить своє підтвердження і у прикладних дослідженнях. У 2021-2022 роках було проведено дослідження серед студентів Чорноморського національного університету імені Петра Могили щодо ролі соціальних мереж у розвитку фізичної культури [13, с. 65]. Використовували метод письмового опитування, зокрема анкетування. Були поставлені питання про те, скільки часу студенти витрачають на перегляд соціальних мереж, і які платформи використовуються для пізнання спортивної галузі? За результатами визначено, що студенти факультету фізичного виховання активно залучені саме до перегляду соціальних мереж [13, с. 66].

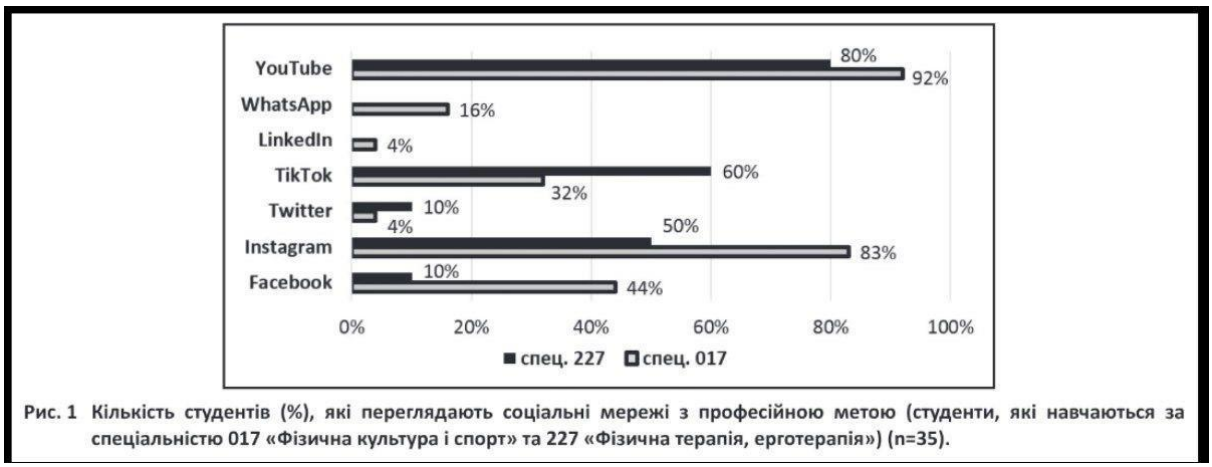


Рис. 1 Кількість студентів (%), які переглядають соціальні мережі з професійною метою (студенти, які навчаються за спеціальністю 017 «Фізична культура і спорт» та 227 «Фізична терапія, ерготерапія») (n=35).

Рис.1.1. Розподіл соцмереж за пріоритетністю серед студентів [13, с. 66].

По таблиці ми бачимо, що на 2022 рік, респонденти більше переглядали ютуб та інстаграм для освітньо-спортивних цілей. Отримані результати свідчать про популяризацію впливу онлайн платформ на індустрію спорту.

Зазначимо, що раніше ситуація з висвітленням змагальних заходів була іншою: тільки в 1934 році вперше в історії показали футбольний матч по телебаченню [5, с. 34]. Наразі, будь-які спортивні заходи можемо переглянути в прямій трансляції на ютубі, чи інших стримінгових сервісах. У порівнянні з телебаченням, в ютубі споживачі самі відбирають те, що їм цікаво у конкретний період часу. Так, прямі трансляції можливо подивитися на повторі в соціальних мережах, крім того, спортивна ніша на ютубі має впливових представників: «Футбол 2.0» (1,2 млн підписників), «Football Hub» (615 тис. підписників), «Kuba Ibra» (472 тис. підписників), «Трендець» (373 тис. підписників), «PRESSING» (371 тис. підписників) [5, с. 35].

Особливість соціальних мереж полягає не тільки в зручності споживання інформації респондентом, але й у тому, що є багато шляхів для самореалізації спортивного журналіста. З мінімально технічними засобами, та більше різнобічності контенту, автор медіапродукту має змогу запустити власний погляд на спорт. Тим часом, телебачення та друковані медіа мають обмежені ресурси, і прогрес у цій сфері в найближчі роки не прогнозується, бо більший вплив мають саме діджитал-ресурси [5, с. 35].

На прикладі комунікативних платформ відділення Національного олімпійського комітету України в Дніпропетровській області (Дніпро НОК) бачимо, що будь-яка спортивна подія регіону висвітлюється насамперед на онлайн-платформах [14]. Дніпро НОК має великий набір власних інтернет-ресурсів: офіційний сайт, де зібрана вся інформація про їх діяльність; тут можемо бачити і посилання на всі ресурси організації у соцмережах і месенджері – інстаграм з 3 692 підписниками, де публікуються фотографії з важливою спортивною інформацією, сторінка у фейсбуці з 1,9 тисячі підписників, де дублюються повідомлення із сайту, телеграм-канал (400 читачів), де оперативно публікуються події за тематикою діяльності

відділення [14]. У даному випадку найпопулярніша медіаплатформа – інстаграм по кількості залучених респондентів, але там лайків і коментарів стільки ж, як і на інших соціальних платформах.

Дніпро НОК за квітень 2026-го року, висвітлювали такі теми, як: олімпійські досягнення чемпіонів, популяризація спорту через події-заохочення: семінари, допомога іншим спортивним федераціям щодо тренування, привітання з днем народження різних представників, співпраця з спортивним журналістом задля розповіді змагальних турнірів [14]. Головна відмінність у тому, що тут не тільки розповідається про досягнення олімпійських спортсменів регіону Дніпропетровщини, але й про те, що спорт популяризується співпрацею зі спортивними федераціями, допомогою в офлайн-подіях, та оперативною інформацією про всю діяльність. Дніпро НОК також звітується про свою роботу через соціальні мережі як основний способіб комунікації зі своєю цільовою аудиторією.

Варто ще раз зауважити, що не тільки медіа використовують онлайн-майданчики для висвітлення тематики інтелектуальних та фізичних змагань, а й спортивні блогери. Наприклад, Олімпійські чемпіони та популярні спортсмени, як Андрій Ярмоленко або Олександр Усик, ведуть свої соціальні сторінки, де розповідають події з власного життя та діляться особистими спортивними досягненнями. Врешті решт, це надихає молодь та зацікавлює до спортивної діяльності [15]. Звісно, можуть бути мінуси впливу інтернету: молоді спортсмени які тільки почали вести блоги, засмучуються від маленької кількості підписників, або лайків, що впливає на психологічний стан. Крім того, існує проблема дезінформації від медіа, які не розібравшись в ситуації, випадково або навмисно можуть викривляти факти щодо відомих спортсменів, що найімовірніше вплине на їх репутацію [15].

Водночас, нереалістичні очікування які виникають в аудиторії соціальних мереж, є негативним ефектом не тільки для професійних спортсменів, але і для початківців, звичайних людей. Уявімо таку ситуацію:

студентка, яка мріє про стрункy фігуру, постійно шукає способи схуднення. Є декілька варіантів наслідків.

Перший. Студентка знайде сторінку дієтолога, який скаже, що нічого не їсти кілька днів – це піде на користь організму. Якщо студентка прислухається до поради з соціальної мережі, то в найгіршому випадку через декілька днів її чекає лікарня.

Другий. Студентка знайшла ніби то відомого фітнес-тренера, який каже, що саме ці тренування зможуть допомогти, і фігура буде неймовірно стрункою. У найкращому випадку від цих фізичних вправ нічого не буде, але якщо студентка до цього зовсім не займалася спортом, а їй кажуть зробити значну кількість віджимань, піднімати вагу на тренажері, то в найгіршому випадку, трапиться травма.

Підкреслюємо, що це лише теоретично змодельований приклад, але ця ситуація цілком можлива. Соціальні мережі справді можуть трансформувати мрії у нереалістичні очікування, які призводять до проблем з самооцінкою. Багато хто може подивитися змагання олімпійських чемпіонів, звісно захотіти стати таким самим чемпіоном, але почавши, людина не розуміє: чому одразу все не виходить? чому за рік не став професійним гравцем? Онлайн-майданчики у більшості випадків показують результат, момент, а не сам шлях до мрії. Тому актуальним є інший підхід, що змінює бачення, і показує саме рух до мети. У цьому і полягає актуальность нашого інформаційного продукту як спортивного блогу “Хід конем”.

Опис загальної концепції інформаційного продукту. Загальна концепція кваліфікаційної роботи полягає у створенні спортивного блогу як найефективнішої платформи та способу поширення інформаційних продуктів, а також для соціальної взаємодії авторки з аудиторією через особистий досвід. Ще однією з особливостей буде те, що паралельно будуть використані декілька онлайн-платформ для більш потужного розповсюдження мотивуючого контенту.

Українська дослідниця Н. Білан вважає, що блоги – це найшвидший вид комунікації з динамікою соціального інтернет-спілкування. Вони не потребують особливих знань або умінь, і можуть бути оформлені як звичайні щоденники інформації, які доступні всім [цит. за 16, с. 5]. Орієнтуючись на думку цієї дослідниці, ми як один з інформаційний продуктів нашого блогу започаткували рубрику “Щоденник руху”. Авторка кожен день робить маленький крок вперед, записує на камеру свої досягнення дня та виставляє їх в онлайн-простір, де будь-хто може зазирнути у життя спорту. Але це не медіа у повному сенсі, і умовно не є професійним контентом в інформаційному просторі. Чому умовно? Тому що ми обрали такий формат не інтуїтивно, а не основі добре опрацьованої наукової бази та вивченого досвіду. Ми знаємо, як робити професійний продукт, але свідомо спрощуємо контент. Н. Білан висловила ще таку цікаву думку, що блоги – це перші кроки до громадянської журналістики і можуть перетворитися на нову форму медіа, на той час вони тільки почали з’являтися, це був 2014-тий рік [цит. за 16, с. 5]. На сьогодні, у 2026 році ми можемо побачити, що дійсно будь-хто створює контент, веде різноманітні блоги, деякі з них стають відомими інфлюєнсерами, але вони не мають професійної освіти, і не весь контент якісний, як у медіа. Тому, наразі, це різні речі: блоги та медіа, але вони можуть взаємодіяти та взаємодоповнювати одне одного. Блоги можуть розміщувати рекламу у медіа, бути окремою рубрикою, яку вестимуть відомі автори-блогери, а публікації у ЗМІ можуть бути предметом коментування, обговорення у блогах, популяризуючи тим самим це медіа.

За авторським задумом, хоча ми і відходимо у своїй творчій роботі від концепції класичного інформаційного спортивного медіа, спираючись на власне розуміння мотиваційної функції спортивної журналістики, але це не віднімає того, що журналістські стандарти будуть дотримуватися. Якщо поєднати журналістські знання, форми контенту, то можна створити дійсно якісний інформаційний продукт для блогу. За словами голландського журналістикознавця М. Дезе, «коли журналісти ведуть блог, вони пишуть

набагато більше і ширше, ніж коли готують, наприклад, редакційну колонку, ведуть радіоефір чи інтерпретують події як телевізійні кореспонденти. Їхня практична журналістська робота як блогерів характеризується більшою гуманністю» [цит. за 16, с. 8]. Тобто, журналісти мають право вести власні блоги, бо це показує їх особисті якості, знання, і унікальні здібності, можливо, навіть на відміну від рутинної роботи в їх медіа, де зазвичай є обмеження в форматах.

Ключовий посил інформаційного продукту (спортивний блог "Хід конем") – спорт змінює життя, і кожен маленький крок – важливий.

Основна платформа: це телеграм-канал, але розповсюдження відбувається і в інших соціальних платформах: тік-ток, ютуб, сторіс в інстаграмі та фейсбуці на сторінках авторки.

Загальні творчі та технічні характеристики складових інформаційного продукту.

– "Щоденник руху" – відеоблог, що містить авторський текст та оригінальні ілюстрації, створені з використанням технологій штучного інтелекту, що є відображення головної думки дня. Тривалість: до однієї хвилини у форматі відео. Також можуть додаватися суто текстові замітки думок про день, досягнення, тощо.

– "Пульс руху" – аудіосторія, розділена на три серії, загальна кількість хвилин: 30. У ній ідеться про період відновлення авторки після операції, ще паралельно розповідається про її шлях до настільного тенісу, акценти про те, як маленькі кроки змінюють життя.

– Візуальні доробки у форматі спортивного коміксу "Хід конем" як спосіб донесення мотивуючої ідеї залученості молоді до спорту через знайомі життєві візуальні образи.

– Трейлер спортивного блогу "Хід конем" – власний PR-продукт для популяризації блогу на різних онлайн-платформах.

– Позаплатформна промокомунікація. Проведена комунікативна кампанія зі створення спортивної секції з настільного тенісу УМСФ під “патронатом” блогу “Хід конем”, під час якої робилися афіші, листівки та приєднувалися перші учасники. Також авторка публікувала і текстові замітки протягом листопада 2025 року задля інформування та залученості підписників на платформи блогу.

Описані формати та характеристики обрано з метою досягнення унікальності контенту, який відрізняється від інших та враховує особистий досвід авторки.

Обґрунтування новизни інформаційного продукту. Новизна створеного інформаційного продукту полягає у тому, що: а) він поєднує інструменти блогінгу та просвітницьку функцію класичної спортивної журналістики; б) спирається на особистий досвід авторки – заняття шахами та настільним тенісом, пошук особистого шляху до різних форм рухової активності задля зміцнення власного здоров’я; в) він поєднує контент різних форматів (текст з ілюстрацією, відеоблог, аудіоблог); г) для популяризації блогу використано методи: аудіовізуальної мережевої комунікації (трейлер) та позаплатформної безпосередньої і опосередкованої комунікації.

Суть новизни та її обґрунтування за пунктами а) і в) більшою мірою описано та пояснено вище під час обґрунтування актуальності роботи і її концепції. Тому далі ми більшою мірою зупинимося на обґрунтуванні новизни за пунктами б) і г).

Особистий досвід у межах цієї роботи став поштовхом до до того, що було запропоновано та реалізовано рубрику “Щоденник руху”. Її ключова відмінність від існуючих аналогів полягає у зміщенні акценту з досягнення абстрактної мети суто у мріях на фіксацію безпосереднього, рутинного процесу спортивного вдосконалення. Оповідна модель рубрики побудована як безпосереднє емоційне відображення етапів подолання труднощів власного шляху самовдосконалення “тут і зараз”, що забезпечує унікальне позиціонування такого медіапродукту в нашому інформаційному просторі.

Практичний складник із промоції блогу пов’язаний із проєктуванням та реалізацією PR-кампанії для новоствореної секції з настільного тенісу в Університеті митної справи та фінансів. На тлі функціонування традиційно популярних університетських спортивних напрямів (футбол, баскетбол, карате) було виявлено брак інформаційного висвітлення настільного тенісу, що зумовило потребу в залученні нових учасників. За підтримки кафедри фізичного виховання та спецпідготовки УМСФ було організовано тренувальний процес у спортзалі та запущено багатоканальну кампанію просування (виготовлення та розповсюдження друкованої поліграфії: листівок, афіш, візиток). Це забезпечило первинну конверсію аудиторії та формування постійного складу секції. Новизна такого підходу полягає в заповненні наявних порожнеч локального медіапростору університету через нішеве позиціонування. Також було поєднано промоакції блогу та секції з використанням технології сторідуінгу, суть якої – “не лише говоримо, а й робимо”. Історії про роботу секції у блозі стали прикладом, як студенти можуть у вільний від навчання час долучитися до доступних форм рухової активності безпосередньо в УМСФ.

Чому ми обрали саме настільний теніс? Аналіз ринку спортивного контенту продемонстрував дефіцит україномовних матеріалів із настільного тенісу. Прикладом успішної медіапрезентації цього виду спорту в Україні є платформа “Setka_cup_official” [17], яка ефективно інтегрує розважальні формати, вірусні тренди та інтерактивні опитування відомих учасників для залучення користувачів. Попри високі показники охоплення, зазначений контент орієнтований на відносно вузьку, професійно підготовлену спільноту користувачів, які володіють специфічною термінологією. Водночас на українському медіаринку спостерігається брак прикладних навчальних відеоматеріалів від наших гравців, натомість домінує контент американського чи китайського походження.

Попри те, що в Україні настільний теніс за рівнем масової популярності поступається футболу, цей вид спорту демонструє стабільну

динаміку розвитку. З огляду на це, в авторському спортивному блозі було виділено окремий тематичний кластер, орієнтований на новачків. Публікація мультимедійних матеріалів із тренувального процесу в поєднанні з текстовими нотатками про позитивний вплив фізичних навантажень дозволила сформувати інформативно корисний та автентичний контент. Такий підхід суттєво підвищує рівень прикладної цінності інформації та стимулює зростання довіри аудиторії до медіапродукту.

РОЗДІЛ 2. СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ" НА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМАХ: ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ, КАНАЛИ ПОШИРЕННЯ, РЕСУРСИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

Цільова аудиторія інформаційного продукту. Цільова аудиторія інформаційного продукту спортивного блогу є молодь віком 17–28. Згідно з дослідженнями, лише серед українських студентів кожен третій юнак (32%) та кожна четверта дівчина (25%) займаються оздоровчою руховою активністю під час дозвілля. Більшість з них роблять 1–2 години (60–120 хв) на тиждень. Це означає, що приблизно 12–15% студентів мають достатній рівень рухової активності яке відповідає рекомендаціям ВООЗ. До причин відсутності рухової активності студентів фахівці відносять: недостатню замотивованість займатися спортом, сидячий спосіб життя через споживання цифрового контенту, воєнний стан, застарілі програми фізичного виховання в університетах, які потребують оновлення [18].

У 2023 році Міністерство молоді та спорту України ініціювало дослідження серед школярів та молоді щодо залученості до спорту [19].

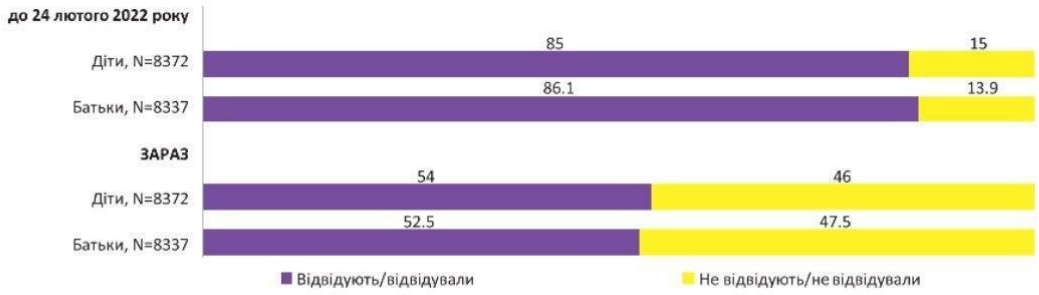


Рис. 5.3. **Рівень відвідуваності занять з фізичної культури в закладах освіти (в школі, коледжі, технікумі тощо) дітьми та молоддю зараз і до 24 лютого 2022 року до початку повномасштабної війни, %**

Рис. 2.1. Рівень відвідуваності занять із фізкультури у закладах освіти [19].

Результати показали, що після повномасштабного вторгнення, рівень відвідуваності занять з фізичної культури в закладах освіти різко знизився, майже вдвічі. Більшість освітніх закладів перейшли на онлайн-навчання,

через що, важче зробити онлайн-формати проведення занять з фізкультури цікавими для підлітків.

Згідно з проведеними опитуваннями, майже кожен десятий говорить, що заняття з фізкультури були відсутні (11,9%), дівчатам не подобаються заняття з фізкультури частіше, ніж хлопцям (26,8% проти 16,4%), більшості не вистачає зацікавленості до фізичної активності, або взагалі це не подобається [19]. Утім, саме починаючи зі школи, у людини має формуватися мотивація до фізичної активності та залученості до якогось виду спорту.

	% від тих, хто не займаються зараз будь-якою фізичною активністю чи активними розвагами самостійно, не відвідує гуртки, секції, N=1704			% батьків, чиї діти не займаються зараз будь-якою фізичною активністю чи активними розвагами самостійно, не відвідуючи гуртки, секції, N =1407	Тренери, N=358	Вчителі фізкультури, N=734
	Серед усіх	Дівчата, N=1070	Хлопці, N=632			
Нічого не заважає	*1,7*	*1,0*	*2,8*	*0,6*	*0,3*	*1,8*
Відсутність вільного часу, велике навантаження у школі	34,6	35,8	32,6	19,5	17,9	15,0
Не вистачає мотивації або зацікавленості, небажання, лінь	31,0	34,7	24,7	27,1	51,1	38,3
Не подобається фізична активність	17,0	20,4	11,2	10,6	24,0	19,2
Відсутність друзів	12,6	12,3	13,0	15,4	9,2	7,2
Відсутність спортивних клубів, центрів поряд або взагалі	10,9	10,8	10,9	17,8	16,5	24,8
Нервова напруга, переживання через воєнні дії	10,6	13,2	6,2	9,4	36,3	30,5
Дефіцит коштів	7,8	8,1	7,1	14,6	19,8	19,1
Переїзд до іншого населеного пункту, еміграція	6,8	6,2	7,8	10,4	27,1	21,5
Відсутність спортивних майданчиків, стадіонів поряд	6,6	6,3	7,3	9,3	26,8	29,8
Не дозволяє стан здоров'я, часті хвороби	5,4	6,7	3,2	3,8	14,8	15,7
Негативне ставлення оточуючих	3,2	3,9	2,1	1,0	4,5	2,3
Інвалідність	0,4	0,4	0,5	1,6	1,7	2,2
Війна, загроза обстрілів, повітряні тривоги	0,4	0,1	0,9	0,3	0,8	1,0
Все зачинено, нічого не працює	0,0	0,1	0,2	0,0	1,1	0,0
Батьки, пасивність батьків, батьки не дозволяють	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,1
Гаджети, телефони, інтернет	0,0	0,0	0,0	0,0	0,6	0,8
Відсутність бомбосховищ	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,1
Інше	*0,2*	*0,2*	*0,1*	*0,2*	*0,0*	*0,0*
Важко відповісти	*21,0*	*19,5*	*23,4*	*15,6*	*10,1*	*14,4*

Таблиця 5.9. **Причини, що заважають дітям та молоді зараз (після початку повномасштабної війни) займатися фізичною активністю чи активними розвагами, %**

Рис. 2.2. Причини, що заважають дітям і молоді займатися фізичною активністю [19].

Таким чином, результати дослідження цільової аудиторії продемонстрували, що проблеми рухової демотивації нового покоління потребує негайного розв'язання. Систематична спортивна діяльність виступає не лише дієвим інструментом зниження психоемоційного стресу, але й базовим чинником формування стійкої позитивної самооцінки. Цей психологічний аспект є критично значущим для вікового діапазону аудиторії нашого творчого проєкту, адже підлітки перебувають у фазі інтенсивної особистісної ідентифікації, соціалізації та пошуку власного місця у соціумі.

У межах кваліфікаційної роботи запропоновано інноваційний тактичний підхід (умовно означений як "хід конем" – ще одна інтерпретація назви нашого блогу), сутність якого полягає в інтеграції спорту в прийнятне для молоді цифрове середовище. Цей підхід орієнтований на трансформацію пасивного інтересу до спортивного контенту соцмереж у внутрішню мотивацію до реальних фізичних занять, що безпосередньо сприятиме популяризації та впровадженню принципів здорового способу життя в молодіжному середовищі.

Канали поширення інформаційного продукту. Основна платформа інформаційного продукту спортивного блогу "Хід конем" – телеграм-канал [20], де зібрані всі формати, публікації. Допоміжними ресурсами у розповсюджені контенту виступають тік-ток, ютуб. Для анонсування інформації також застосовувалися особисті сторінки авторки: публікація сторісів в інстаграмі та у фейсбуці. Такий вибір ми зробили, спираючись на результати авторитетних соціологічних досліджень.

Третя щорічна хвиля опитування української молоді, проведена з 19 червня по 21 липня 2024 року Центром аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) в межах програми USAID «Мріємо та діємо", охопила 1415 людей віком від 16 до 35 років і серед іншого мала на меті виявити рівень популярності соціальних мереж. Було з'ясовано, що найпопулярнішим месенджером яким користуються українська

молодь є телеграм, на другому місці – мережа ютуб, на третьому – інстаграм, а далі – вайбер та тік-ток [21; 22].

Таблиця 2.1.

Ступінь популярності соціальних мереж і месенджерів серед молодих українців [23].

10-12 років	13-15 років	16-35 років
1. TikTok; 2. YouTube; 3. Telegram; 4. Viber; 5. Instagram.	1. Telegram; 2. TikTok; 3. YouTube; 4. Instagram; 5. Viber.	1. Telegram; 2. YouTube; 3. Instagram; 4. Viber; 5. TikTok.

Почнемо з характеристики ютубу, як онлайн-майданчика для розповсюдження блогів. Він має понад 25 мільйонів користувачів в Україні [24]. Кожен автор може створити особисту сторінку каналу, та спробувати себе у ролі блогера. Тривалий час ютуб вважався платформою для довгого контенту, але через швидкість розвитку цифрового світу адаптувався під реалії та створив розділ ютуб-шортсів – міні-відеороликів тривалістю до однієї хвилини, як в тік-тоці. Але для якісного та професійного контенту ютуб залишається актуальним та впливовим у довгих форматах, починаючи з історій закінчуючи фільмами [25].

Професійні канали зазвичай мають більше технічних фінансових можливостей для створення якісного контенту, регулярних відео та візуального оформлення. Водночас любительські блоги часто привертають увагу аудиторії через щирість, особистий досвід та живу комунікацію з підписниками. Сучасна блогосфера поєднує різні формати контенту:

текстовий, аудіо- та відеоматеріал, що дозволяє авторам обирати найбільш зручний спосіб взаємодії зі своєю аудиторією [23].

Для блогу “Хід конем”, ютуб став додатковим майданчиком розповсюдження контенту, у форматі шортс, та можливістю створення більш довготривалих відео, як аудіоісторії тривалістю до 30-ти хвилин (“Пульс руху”). Але на ютубі важче зібрати перегляди та підписників через вимоги й обмеження: навіть використання пісні, де немає авторських прав, вже є порушенням.

Як основна платформа спортивного блогу “Хід конем” був обраний телеграм. Його перевагами є оперативність, функціональність, можливість простої та швидкої взаємодії з аудиторією.

– Оперативність. Через повномасштабне російське вторгнення в Україну, українській світ потребував швидку та миттєву інформацію. Сповіщення тривоги, новини, багато медіа перейшли у телеграм-канали. Респоденти отримували оперативну інформацію через смартфон, це швидкіше ніж прослухати радіо, чи включити телебачення. З іншої сторони, це – не повноцінна медійна платформа, і є ймовірність фейків, порушення етики, недотримання військової цензури, тощо. Тому, потрібно бути медіаграмотним.

– Функціональність. Фото, відео, аудіо – всі формати можна опублікувати в безкоштовному відкритому доступі. Репортажі, замітки, подкасти, відеоформати, блоги – будь-що можливе для публікації.

– Взаємодія з аудиторію. Одразу читач може залишити коментар, чи реакцію на контент [27, с. 60].

Є недолік низької поінформованості телеграм-каналу: як респоденти дізнаються про його існування? Безпосередньої комунікації недостатньо. Потрібно мати додаткові соціальні мережі і постійно робити анонс каналу, щоби про нього почули та додалися нові читачі. Важко набрати підписників, бо у платформи немає таргетованої реклами як в інших онлайн-майданчиках, і вона не налаштована до рекомендацій подивитися канал. Але телеграм має

безкоштовний доступ робити теоретично можна все що завгодно: розміщувати будь-який вид контенту, ділитися думками, тощо. У цьому немає обмежень, що робить месенджер унікальним. На цій платформі, на наше переконання, комфортніше проявити свої здібності, ніж в інших соціальних мережах.

Переходимо до характеристики Тік-току як допоміжного ресурсу розповсюдження контенту нашого блогу. За дослідженням українського ринку цифрових медіа станом на 1 січня 2026 року, проведеному UAMASTER digital agency на основі даних рекламних кабінетів платформ TikTok пропонує друге за величиною охоплення української аудиторії – 21,5 млн. користувачів [28].

Тік-ток активно використовується для поширення розважального, інформаційного та мотиваційного контенту. Особливістю тік-току є формат коротких відео, можливість створення челенджів, використання музики, ефектів та простого монтажу без професійного обладнання. Саме тік-ток започаткував тренд на короткі відео, що запозичили інші соціальні мережі (інстаграм створив рілси, а ютуб – шортси на основі коротких вертикальних відео, тобто інші онлайн-майданчики адаптувалися до трендів, заданих тік-ток) [29; 30].

Тік-ток – ефективний ресурс для просування спортивного контенту, та започаткування спортивних трендів серед молоді. Спочатку для збору аудиторії та переглядів авторка спортивного блогу “Хід конем” публікувала короткі відео із кошенятами (період їх дорослішання), а згодом сторінка почала наповнюватися спортивними відео, тренуваннями, турнірами та мотиваційними замітками. Завдяки короткому динамічному формату тік-ток допоміг показувати спортивний шлях більш емоційно та доступно для молодіжної аудиторії.

Одна з найпопулярніших соціальних мереж на сьогодні – інстаграм. Як приклад, можемо подивитися на інстаграм-сторінку спортсменки Ольги Харлан, у якої понад 160 тисяч підписників [31]. Більше тисячі публікацій,

красиві візуальні картинки та перемоги. «Мені хочеться, щоб у соцмережах була саме я, хочеться показати повсякденне життя: що я думаю, чим цікавлюся. Звичайно, є моменти, коли потрібно бути активнішою, але це робота, яка забирає багато часу й ресурсів. Було б класно розвивати свій бренд, дисципліну й загалом популяризувати спорт», – ці слова спортсменки і є суттю ведення спортивних мотиваційних блогів у соціальних мережах [32].

Проте, для нашого проєкту ми вирішили не обирати інстаграм як платформу розповсюдження спортивного контенту. Занадто гарні візуальні картинки, фотографії ідеальні, обмеження візуального контенту, і більшість блогерів тут позиціонують більше себе, співпрацюючи з брендами. Спортивний блог "Хід конем" більше зорієнтований на популяризацію спорту серед молоді без прикрас, і показує реальний стан речей не задля хайпу, лайків чи підписників. Тому, авторкою було прийняте рішення відмовитися від інстаграму, але тільки в деяких випадках анонсувати інформацію максимум у форматі сторіс, паралельно із фейсбуком. На фейсбук авторка більшою мірою виступає як студентка-журналістика, а не спортивний блогер. Також і цільова аудиторія у фейсбуці не підходить під критерії розповсюдження молодіжного контенту.

Саме тому обрані платформи зорієнтовані перш за все на перспективи охоплення цільової аудиторії і просування тематичного концепту цього спортивного блогу: показати шлях через труднощі, поразки, маленькі кроки вперед, і особистим прикладом авторки довести, що спорт дійсно змінює життя.

Ресурсні витрати на створення інформаційного продукту. Основні ресурсні витрати були у часі. Зйомка проводилися на звичайний смартфон авторки. Для візуалу був використаний у безкоштовній версії штучний інтелект: чат джпті, джеміні. При необхідності монтаж проводився у відеоредакторі смартфона Inshot. Запис звуку для аудіоісторії "Пульс руху" був через гарнітуру комп'ютера. Авторка самостійно створювала всі

інформаційні матеріали для блогу та його просування.

РОЗДІЛ 3. СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ": ЕТАПИ СТВОРЕННЯ, ПУБЛІКАЦІЯ, ЗВОРОТНИЙ ЗВ'ЯЗОК.

Етапи створення інформаційного продукту.

Перший етап. Телеграм-канал “Хід конем” був створений 1 червня 2024 року як студентський медіапроєкт, присвячений шахам. Назва блогу символізує не лише шаховий термін, а й непередбачувані життєві зміни та пошук власного шляху через спорт. Спочатку контент був зосереджений на шаховій тематиці: висвітленні турнірів, поясненні правил гри простою мовою та публікації авторських художніх історій про шахи. Авторка поступово почала ділитися власним досвідом тренерської діяльності, емоціями після турнірів, а також створювати навчальний контент для дітей у форматі розмальовок, коміксів та казок. Згодом блог перетворився не лише на платформу про спорт, а й на особистий щоденник спортивного розвитку. Контент почав поєднувати текстові замітки, відеоблоги, мотиваційні історії та роздуми про труднощі, поразки й особистісне зростання. Особливу роль у розвитку проєкту відіграло захоплення авторки настільним тенісом, яке стало новим етапом спортивного шляху. У блозі висвітлювалися тренування, участь у турнірах, процес самовдосконалення та зміни, які спорт поступово приносив у життя авторки.

Другий етап. Ребрендинг, та старт в інших соціальних мережах. Комунікативна кампанія з просування секції настільного тенісу УМСФ.

Створення акаунту в тік-току 5 березня 2025 року. Перші відео – про тенісні турніри, котиків для підвищення переглядів та залученості аудиторії.

Початок рекламної кампанії секції з настільного тенісу 5 вересня 2025 року. Була визначена цільова аудиторія: студенти першого курсу УМСФ, і на основі цього була створена афіша, та візитки у чорно-білому форматі. Авторка особисто роздавала візитки студентам-першокурсникам. З’явився перший учасник, авторка виступала в ролі тренера, зробила ще рекламний відеоролик, приєднався другий постійний учасник спортивної секції. Авторка

публікувала відео із занять з настільного тенісу в секції, з часом максимальна кількість учасників склала четверо осіб (двоє з них вміють грати, двоє тільки вчаться). У другому семестрі (весна 2026 року) авторка не змогла проводити заняття секції через стан здоров'я, але учасникам вдалося зібратися разом 4 травня 2026 року і командою взяти участь в університетському змаганні з настільного тенісу. Це підтвердило, що започаткована секція, незважаючи на перерви в діяльності, працює, а її учасники продовжують активно займатися, брати участь у різних змаганнях та можуть представляти УМСФ.

Рис. 3.1. Афіша та візитка секції з настільного тенісу УМСФ

Зміна логотипу, брендових кольорів та доповнення сенсу. В основу кольорів телеграм-каналу були покладені зелений і фіолетовий для унікальності бренду "Хід конем". Девізом визначено: "Спорт змінює життя".

Створення ютуб-каналу, та першого тенісного сюжету "Настільний теніс: як гра долає осінню хандру" (14 жовтня 2025 року).

Третій етап. Початок написання мотивуючих заміток у телеграм-каналі, та пошук унікального спортивного формату: 15 днів активних заміток, і осмислення контенту. Започатковано втілення ідеї спортивних коміксів із сенсом.

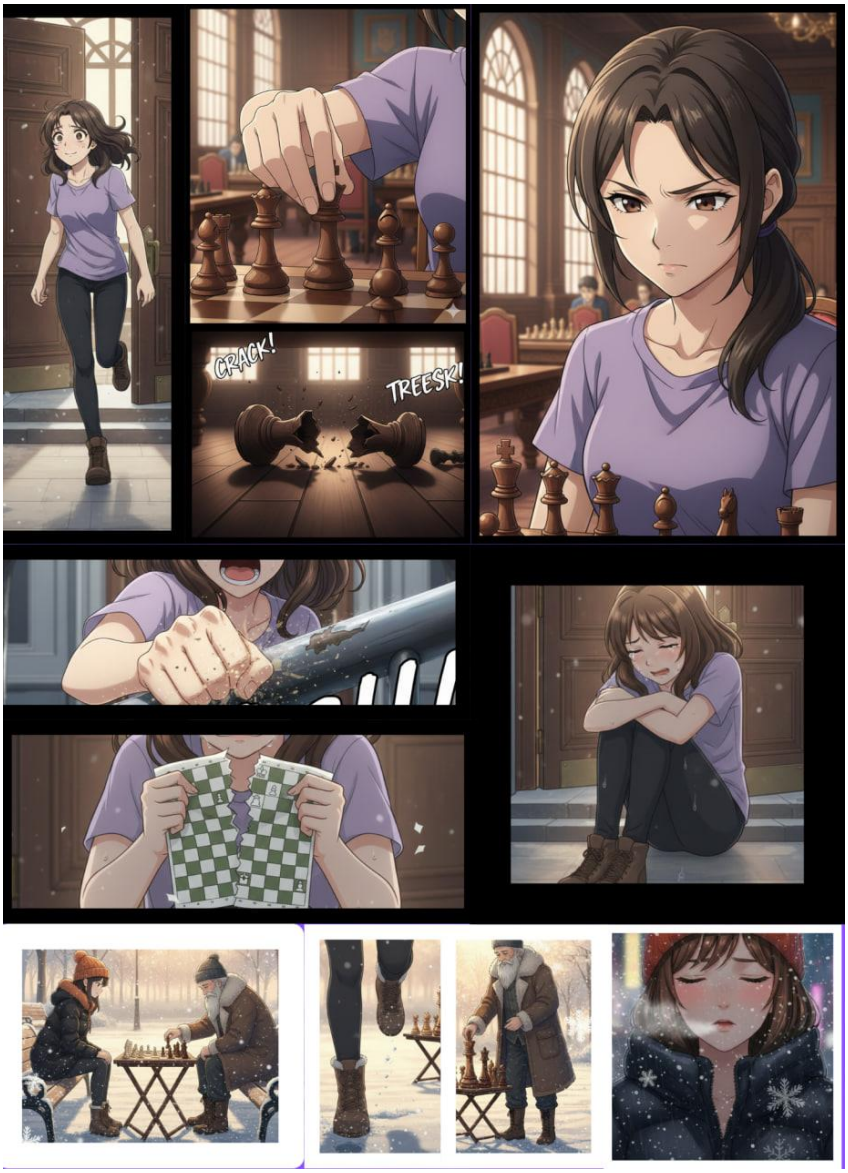


Рис. 3.2. "Один хід до тиші" - пробна версія міні-глави спортивного коміксу “Хід конем”.

Четвертий етап. Старт на всіх онлайн-майданчиках, початок рубрики “Щоденник руху” з 19 січня до 25 січня кожен день до однієї хвилини, публікація в ютубі, тік-тоці, та телеграм-каналі. Далі, міні-сюжет про найкращих спортсменів, що стабільно набирає понад тисячу переглядів на

ютубі, та до 500 в тік-тоці. За той період часу щоденних публікацій в тік-тоці – стабільно до 600 переглядів, +30 підписників за весь час, а в ютубі аналітика нестабільна (від 100 до 1000 переглядів), за весь час: +9 підписників. Далі, з відеоформату “Щоденник руху” перейшов до текстових заміток у телеграм-каналі.

П'ятий етап. Нова рубрика “Пульс руху”. Починалася як формат відеоблогу-історії про операцію, продовжилася у форматі текстових заміток, завершилась аудіоісторією на ютубі (розділена на три серії, загальна тривалість – 30 хвилин).

Рис. 3.3. Заставка рубрики “Пульс руху”.

Шостий етап. Періодичні публікації на онлайн-платформах “Щоденника руху”. Були створені матеріали у форматі розслабляючого відео та у текстових замітках.

Сьомий етап. Випуск трейлеру спортивного блогу “Хід конем”, де можно подивитися, який робився контент та шлях авторки за останній рік. Результати: 19 підписників у телеграм-каналі (за два роки діяльності, 607 опублікованих матеріалів), 9 підписників на ютубі (за півроку, опубліковані

21 відео), 30 підписників у тік-тоці (за рік, за весь час 1695 лайків, та 48 публікацій).

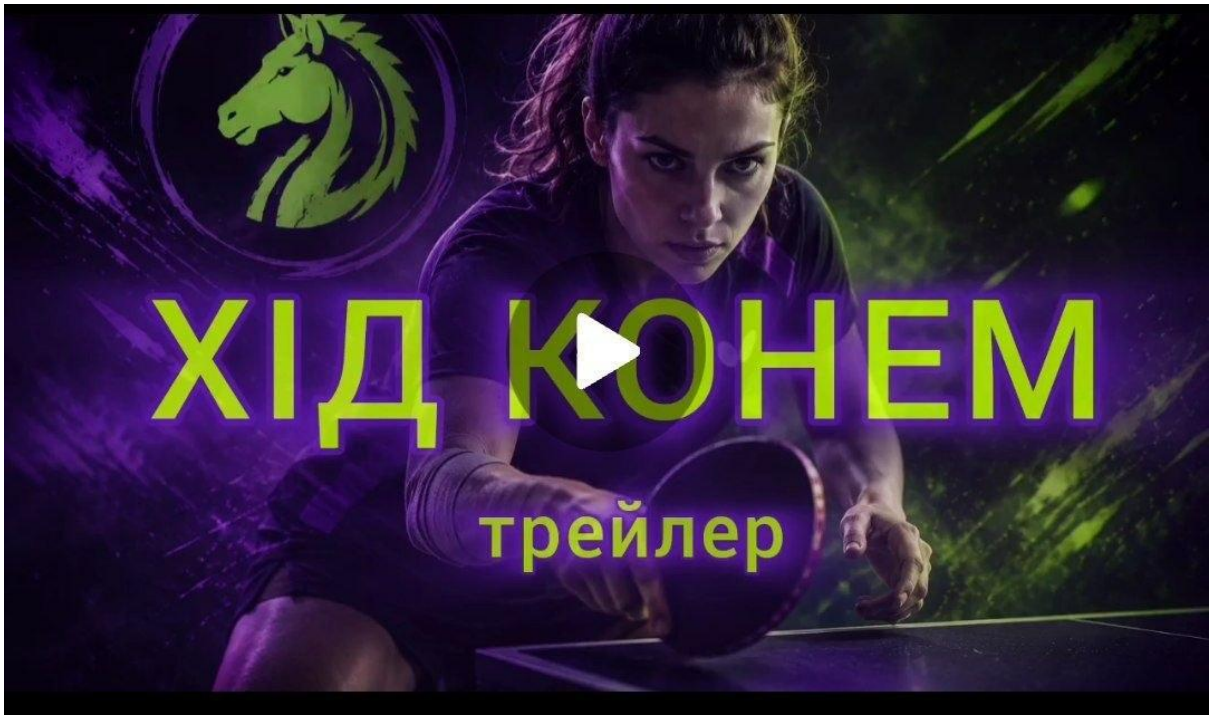


Рис. 3.4. Обкладинка трейлера спортивного блогу “Хід конем”.

Поширення інформаційного продукту

Поширення спортивного блогу “Хід конем” відбувається на платформах: телеграм-канал, ютуб, тік-ток (Див. Додаток А).

Публікація контенту на різних платформах дала можливість поєднати текстовий, аудіовізуальний та мотиваційний формати, а також сформувати живий контакт із молодіжною аудиторією. Проєкт продемонстрував, що популяризація спорту може відбуватися не лише через професійні медіа, а й через особисті історії, щоденний досвід та емоційну відкритість автора.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОДУКТ СПОРТИВНИЙ БЛОГ "ХІД КОНЕМ" - ОСНОВНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРОДУКТИ

1. Аудіосторія "Пульс руху" - Сценарій. По три серії, загальна тривалість 30 хвилин: (Посилання на ютуб-відео: (https://youtu.be/zx56wkz8Dqs?si=7U-H2ZpZaHKqRM7c)

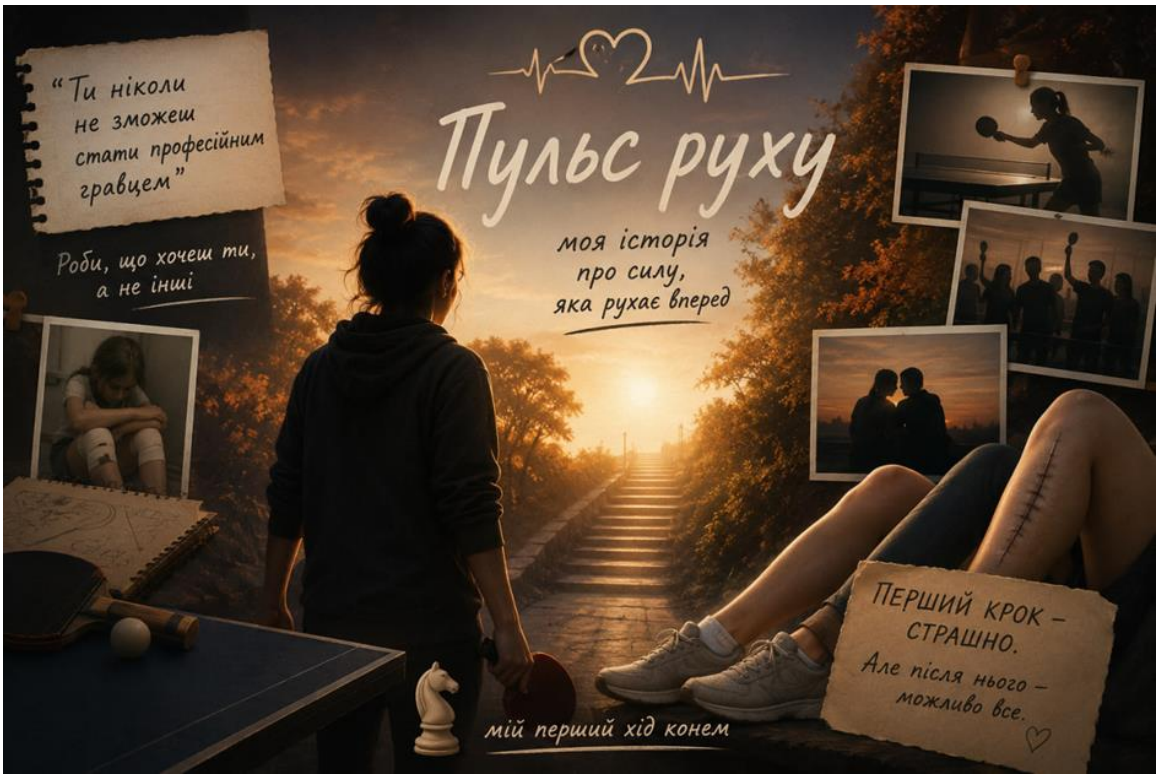


Рис 4.1. Обкладинка першої серії аудіоісторії “Пульс руху”.

Сценарій

“Пульс руху” - Чому страшно робити перший крок? Особиста аудіо-історія руху (Перша серія)

“Ти ніколи не зможеш стати професійним гравцем” – з цієї фрази, почалося моє осмислення щодо стану здоров'я.

Всіх вітаю! Я – Аня, людина яка робить маленький крок кожен день.

Сьогодні, я хочу вам розповісти свою історію у форматі аудіо, про операцію на ногах, період відновлення, спорт, і особисті хвилювання. Сподіваюся, що комусь, мої слова зможуть допомогти.

Давайте, трошки предісторії. Можливо, у кожного з вас, була особлива людина, яка дала вам якусь фразу, чи зробила для вас дію – яка змінила ваше життя? Це може бути щось зовсім дрібне, але все ж таки.. Іноді, маленька дрібниця – здатна, і справді змінити життя.

Я ніколи не захоплювалася спортом. Я та людина, яка не може зробити навіть віджимання. Чи пробігти сотню кілометрів як професійні бігуни. Чесно кажучи, навіть на уроках фізкультури я не розуміла: навіщо це все? Фізична активність завжди мене втомлювала. Але, інколи, немов промінець у небі, я спостерігала за тим, як тенісний м'ячик стрибає, і не могла відвести очі. Це було у шостому класі, але тоді, я подумала що не можу відвести очі не від м'ячика, а від якогось хлопця в окулярах, який, врешті-решт, ніким мені не став. Інколи, ми з ним грали в настільний теніс, і він сказав таку фразу "Роби, що хочеш ти, а не інші" – тоді, одразу, я не зрозуміла сенс. Невже? Хіба, я не роблю те, що хочу? Тренування наодинці з тенісним м'ячиком – ні до чого, не привели, але рекорд тоді поставила – понад 600 відбивань ракеткою. Далі, вже пізніше, фізрук мені заборонив грати в спортзалі в настільний теніс, через мій стан здоров'я. Він вважав, якщо в мене звільнення від фізри, то я не маю право взагалі щось там робити, спочатку мене це обурювало.. Але тоді, не отримавши підтримки, я забула про настільний теніс.

Так, з самого дитинства в мене були проблеми зі здоров'ям. Коротко кажучи, ще у дев'ять років мені поставили діагноз: екзастози у колінних суглобів. Проще кажучи, це коли є ще декілька кісток біля колін, які можуть заважати повноцінно рухатися, або інколи напухати і боліти. Їх можна видалити лише хірургічним втручанням, але тоді, коли я була дитиною – не було сенсу, бо вони могли вирости ще раз. Я звикла, до болі, тому двері до спорту немов були зачинені, хотіла би я цього, чи ні.

Але, все змінилося одним осіннім днем. Я пам'ятаю, тоді був невеликий вітер, листя жовтіло, і щось у серці відчувало зміни. Я дізналася, що мій

шаховий друг займається ще й настільним тенісом й захотіла спробувати згадати шкільні роки.

Хто ж знав, що у двадцять років, я всім серцем закохаюсь у такий вид спорту як настільний теніс? Тоді я зрозуміла, що мені все ж таки подобається звук м’яча, відчуття того, що я щось можу! Десь виходило атакувати, десь попадала й по столу! Тоді вогонь в моєму серці так запалав, що після цієї зустрічі я почала шукати шляхи: де мені потренуватися? Як я можу навчитися грати ще краще? І тільки тоді, я дізналася що це повноцінний вид спорту де проходять різноманітні турніри, так і почався мій шлях. А той друг став вічним суперником для мене (спойлер: його я й досі не можу перемогти).

Кожен день відчувався як пригода! Я завжди була інтровертом, і могла познайомитися через соціальні мережі. Але, коли почала займатися настільним тенісом, то з'явилося дуже багато живих знайомств! Виявляється це так просто – привітатись та запросити пограти! Я тренувалася, безкінечно брала участь у турнірах, і в принципі, не відчувала болю в ногах до певного періоду часу. Навпаки, фізична активність дозволила мені відчути смак життя, а не втомленість, тощо.

Врешті-решт, я познайомилися з багатьма чудовими людьми, з’явилися друзі.. і.. хтось дуже особливий для мене.

Хоча, мені було завжди страшно зробити перший крок: підійти до тенісного столу, запросити пограти, але коли я робила цей перший крок, то знаєте, на мою голову не впав сніг або метеорит. Якщо ти хочеш, дійсно бажаєш, то зробити перший крок не так страшно.

Але щастя довго не тривало. Наступив момент, де все могло закінчитися, і здоров’я все ж таки.. дало повний збій.

Дякую, що прослухали мою першу частину аудіоісторії! Я трішки хвилювалася, але, сподіваюся, це було корисно. У наступних серіях, ми розберемо все-все, що відбувалося. До нових зустрічей! І пам’ятайте, перший крок зробити дійсно страшно, але після нього, можливо, щось отримаєш, хіба

можна після нього щось втратити? У будь-якому разі, це досвід, і мій перший хід конем.

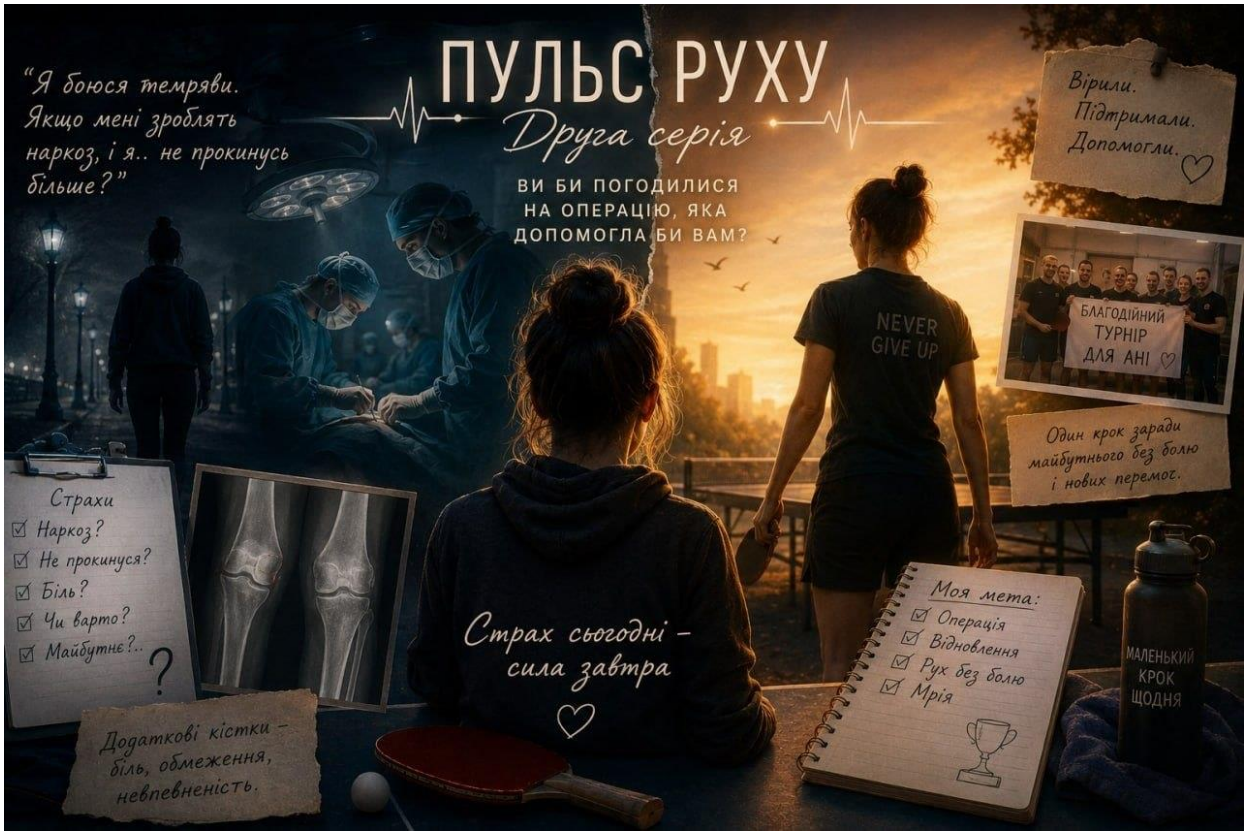


Рис. 4.2. Обкладинка другої серії аудіоісторії "Пульс руху".

ПУЛЬС РУХУ. Друга серія. Ви би погодилися на операцію, яка допомогла би вам?

"Я боюся темряви. Якщо мені зроблять наркоз, і я.. не прокинусь більше?"

Мої вітання Вам! Я Аня – людина, яка робить маленький крок вперед, навіть коли страшно, і навіть тоді, коли це може не принести результат.

Це друга серія моєї аудіоісторії руху, де я розповідаю про свої особисті переживання щодо операції, страхи, надії, і процес відновлення. Я сподіваюся, що моя історія зможе когось замотивувати.

У минулій серії, ви дізналися про те, як почався мій шлях від ненависті до спорту до закоханості у настільний теніс, який змінив моє життя. А також, трошки про те, що в мене діагноз: екзастози біля колінних суглобів, це

додаткові кістки біля колін які можуть заважати рухатися, або інколи боліти і напухати. У цій частинці, ви дізнаєтеся мій шлях, страхи щодо операції ніг.

Наступив момент моєї травми. Не секрет, що і раніше додаткові кістки ламалися просто так? Ну захотілося поламатися, з ким не буває? Але, воно дійсно відчувається, як те, що ви проспали на навчання чи на роботу. Таке саме, неприємне відчуття гіркої кави.

Влітку 2025-го року, я брала участь на турнірі з настільного тенісу. На той момент, вже активно займалася більше півроку, але довго відпрацьовувала базові елементи. Кожен день по декілька годин, або на вулиці, або на якихось турнірах. І тоді, я щось швидко-щвидко рухалася, дуже різко встала на ліву ногу і там, розумієте, щось хруснуло? Як горішки лускаєш-лускаєш, або насіння, і щось таке тверде на зуб попадається, і відчуття, що зуб луснув, а насправді так.. кістка якась не туди встала, чи щось таке. Але, я продовжувала грати. Я та людина, яка до останнього буде відігравати останній сет, навіть якщо програю в 11:1.

Після того дня, нога декілька тижнів боліла.. але, я продовжувала грати! Ну а що? Поболить –- перестане, то таке.

До осені не могла знайти тренера, який був би по серцю. Багато людей проходили повз, хтось трошки тренував, хтось аби як, мов від кожної людини я брала якісь навички, чомусь вчилася. Дійсно, виглядала самоучкою. Але, випадково, вирішила піти на групові тренування до тренера зі школи на моєму березі Дніпра, і така прийшла: з вуличним стилем, щось там на своїй хвилі відбивала, топ-спіни називала зовсім по-іншому: Гасіння! Гасимо!!!. На здивування, незважаючи на мою ламану техніку, тренер мене прийняв. Він з гумором, і дуже поважна людина, але це саме та людина, яка побачила в мені потенціал та повірила в мої здібності. Та група називалася “дорослою” – там були підлітки, які брали участь у різноманітних змаганнях та здобували місця у своїх вікових категоріях, усі дуже сильні, усі роблять все технічно, а я відчувала, що трошки відстаю. Три рази на тиждень, тренування були цікавими та й на ноги було так багато вправ.. звісно, за фізичними

особливостями я була останньою, але це не заважало мені бути на королівських столах не на останньому місці.

Так півроку минуло. До лютого 2026-го я активно тренувалася-тренувалася, мені все дуже подобалося, до тих пір, поки тренер не помітив, що, щось в мене з ногами не так. Саме в той період, в мене почалися больові відчуття через додаткові кісточки на лівій нозі. Я не могла повноцінно виконувати важкі удари такі як топ-спіни, і навіть при звичайній ходьбі боліло сильно. Навіть якщо кожен день я ходила до десяти тисяч кроків, а то і більше, це все вночі давало збій. Я звикла до болю, але однак тренувалася постійно. Врешті-решт, мій тренер запропонував допомогу – збере кошти на операцію, відкриє благодійний рахунок, і хоча б, одну ногу на початку зроблять: хірургічне втручання, та видалять додаткові кістки, які болять!

Я думала три дні: так, чи ні? Раптом, це буде проти мене? Я пожалкую? Тощо? Але раптом.. більше в мене не буде такої можливості? Я студентка четвертого курсу журналістики, і такий в мене період часу, що поки що, не працюю (через ноги, теніс, проблеми, навчання, тощо), тому для мене прийняти допомогу було, якось соромно? Але, я відчула що не одна, і погодилася на операцію тільки після того, як проконсультувалася ще раз з лікарем, який також захоплювався настільним тенісом! Він сказав, що з такими ногами, мені буде важко стати професійним спортсменом з настільного тенісу, і в майбутньому ситуація може погіршитися, тому варто робити зараз операцію. Я сказала: так, можливо, це моя дорога, маленька, з надією на професійний спорт, або хоча б.. життя без болю?

Провели благодійний турнір з настільного тенісу на мою честь, так і зібралися кошти на операцію, яка на той момент, була би через місяць.. – у кінці березня. Я дуже дуже хвилювалася, і кожен день думала про це.. що буде, що якщо наркоз, а якщо не прокинусь? Це кінець? Більше не зможу ходити? Стільки було хвилювань, операції боялася як вогню. Але близькі люди мене підтримували, заради швидкого відновлення ще й сіла на дієту, і однак продовжувала грати у настільний теніс.

Взагалі, це дуже важливо для мене розповісти відчуття, ДО операції. Як би вам точніше розповісти? Уявіть, що ви вночі вийшли на прогулянку, світять ліхтарі міста, навкруги майже нікого. І раптом, ці ліхтарі гаснуть! Немає на небі місяця, чи зірок, і ви залишилися зовсім-зовсім одні у нічному місті, а попереду не бачите світла. Ви вмикаєте телефон, але тіло немов боїться від кожного маленького шуму, гавкання в далечі собак, а то і угукання сов! Це і є відчуття ДО – нерозуміння що буде далі? І чи вартий того шлях?

Минув місяць. За день до операції я захворіла, і її змістили на декілька днів… Через стрес, організм немов дав збій на температуру 38, але пару днів мені було достатньо для відновлення.

Усі документи зробила, мені сказали час операції. Я йшла до лікарні зранку, ноги трусилися, хвилювалася, за спиною начебто, і декілька аж вибухів було. Я прийшла, нічого не можна було ні їсти, ні пити, тому мені дуже пощастило за день, сказати дієті: ні, хочу поїсти, і наїлася до десяти годин вечора. Цей час був таким незабутнім, і я думала, одразу прооперують, але… Прийшла я о восьмій годині ранку, і тільки о третій дня мені кажуть: знімай кільце, підемо в операційну.

Дякую що прослухали до кінця. Це була друга серія, мого “Пульсу руху”, де сподіваюся, щось корисне ви почули. Наприклад, не зважаючи на сумніви, або можливий біль, потрібно обирати: майбутнє, і цей важкий шлях, який може.. Все ж таки, буде краще? Так, це страх невідомості – це нормально, зовсім нормально. Але, якщо наважитися на другий крок – то, що буде далі? З вами була Аня, до наступних серій!

Третя серія: Про що ви шкодуєте? Розповідаю про операцію, період відновлення, стани, і як з цим боротися “Пульс руху” (Фінал)

“А якщо, вена набухне, перебухне – та буууум! Вибухне” – з гумором промовила я, від чого медсестра одразу втекла.

Рис. 4.3 Обкладинка третьої серії аудіоісторії “Пульс руху”.

Вітааааю! Я – Аня, людина яка робить малесенький крок вперед кожен день, незважаючи на біль.

Це – третя серія мого пульсу руху, де я розповідаю про операцію на нозі, відновлення, біль, і свій шлях настільного тенісу, незважаючи на стан здоров'я. В минулих серіях, ви прослухали про мій запал до настільного тенісу, дізналися те, що в мене діагноз: екзастози біля коліних суглобів, це коли додаткові кістки біля колін, які можуть заважати рухатися, боліти напухати.

Зараз, я розповім вам про весь процес з цензурою, що було після операції, що це взагалі таке, і чому це може бути страшно, чи ні?

Зупинилася на тому, що більше шести годин я чекала на операцію. У вісім годин зранку прийшла, а у другій годині дня медсестра прийшла до мене. Ми пішли з нею, дали такий халат як бахіли. Додам, що за день, все ж таки, консультувалася з анестізологом, бо страх про те, що не прокинусь, і

таке інше бентежив мене. Але, він відповів, що в мене буде наркоз тільки на ноги! Його називають спинним. Тепер, я вам розповім, що це таке?

Всі ми знаємо що наркоз роблять як знеболення, щоби щось не відчувати, у стоматолога ви таке чули, чи на якихось операціях стикалися з цим терміном. Спинний наркоз вводиться у спину, і буквально відключає ноги (не одразу!), з ним можна не спати, або спати, як заманеться.

Я спеціально не спала півночі щоби виспатися на операції! Це був мій план, щоби я не бачила, що там роблять з моєї ногою. Ввели мені крапельницю на праву руку, біля кісті, цей укол на руку у вену, повірте.. був болючіший, ніж введення спинного наркозу. Все ввели, і начебто, я їм більше не потрібна? І я така: ну значить, посплю. Закриваю очі, і просто вимикаюся. Знаєте, як світло вимикаєте вдома? Моментально відключалися!

А далі, відчуття.. щось спинний наркоз занадто швидко відійшов, бо прокидаюся я від такого болю, що дійсно немов порізали. Ну, додаткові кістки дійсно там ріжуть, щоб їх дістати.. Але, я відчувала праву ногу, трошки ліву, і занадто сильно її відчувала. Від болю плакала, мені ввели крапельницю, і стало легше.

Знаєте, через час мозок забуває біль, але тіло – ні. У перший день після наркозу не потрібно рухатися, особливо головою. Ніби не нудить, але, ні їсти, ні пити не хочеться також, бо крапельниця свою справу робить.

Розумієте, я думала, і всім казала: після операції встану і піду! Не збрехала, бо на наступний день я сперлася за дві милиці, і дійсно встала! Але не могла йти вперед. Щось не виходило. Думаєте, я здалася? Ні. Нога, була з великим ортезом, дуже важкою, але чомусь, якось назад можна було її ворухнути. Я почала з другого дня ходити до туалету задом наперед. Весь коридор спостерігав за тим, як я відважно ходжу назад, але уперед! Не знаю, чи корисна ця навичка? В перші дні було боляче, навіть не жартувала з медсестрами, ходила задом наперед, але з кожним днем якісь нові кроки були! Близькі підтримували, а у палаті ще було троє дівчат. Через три дні я їм показувала прийоми з настільного тенісу – вони казали, що це нагадує бокс.

Час летів непомітно, далі, вже катетор зняли з кісті, і почали мене медсестри колоти у вени. Досі дрижаки беруть!... Одній кажу: “А якщо вена, набухне, перебухне, і зірветься? І я помру від цього?“ – я так жартома промовила, а вона почала мене заспокоювати, сіла поряд, крапельниця крапала, а ми спостерігали. Наступного ранку, вона так само боляче вколола до сліз, а далі підходить, та каже: можле замість вен, тебе нехай вколять на праву ногу? А я така, одразу кажу: щоб і праву нога відключалася? – з іронією, але її реакція була чуттєвою, і вона втекла. Не хвилюйтеся, не з кожним я так жартувала. Був там ще медбрат, чорненький такий, то він же нормально колов! Щоправда, кожен раз я від нього ховалася під ковдрою, а він мене знаходив та казав: якщо не відкриєте ковдру, я в ногу вколю! І я така одразу, зі страхом, давала йому руку.. десь так, боляче, мовляв, потерпіть, але останні уколи в нього не були такими болючими.. Можливо, він врятував мої вени? З іншими, особливо я не жартувала. Після серії уколів, мені вже не були потрібні медсестри, та і санітарки, бо, я могла задом наперед кудись дійти, щось для себе знайти. Уже через п'ять днів після операції я змогла зробити крок вперед! Але було так боляче, що простіше здавалось задкувати.. але, все одно йшла вперед!

Що вам розповісти із мемів лікарняних буднів? Можливо, у коментарях відповім, а так.. був випадок з буряком. Приносять буряк з кашею, я їм-їм, чотири ложки, а поряд жінка каже – він прострочений, і після цього буряку.. так погано було, ходила-ходила у туалет декілька разів. Ну, не така погана їжа в лікарні? Один раз яловичина попалася, але в інші рази.. я пропускала їжу в лікарні, і їла те, що мені приносять близькі люди.

Питаю у лікаря: “Мені приснилося, що я можу ходити без милиці”, а він у відповідь: “А мені приснилося, що скоро закінчиться війна. І так, ніякого настільного тенісу! Ніяких тренувань!”

Після операції минуло сім днів, мене оглянули лікарі, і кажуть, що в принципі, я можу йти вже додому, але ще тиждень (пару разів) буду ходити на перев’язки. Я могла вже уперед там, майже бігала! І така, а давайте

додому! Сходи були найголовнішим болем у моєму житті. Знаєте, у когось трагічне підліткове кохання, не вийшла улюблена серія, вмерла головна героїня серіалу у серіалі, а в мене.. біль – це сходи. Кожен крок був як безкінечність. Важко, довго. І ліфта в моєму домі то немає. Вдома було важче, ніж у лікарні. У лікарні мотивація: білі стіни, милиця, і у серці вогонь йти вперед, незважаючи на біль, побалакати там з кимось у їдальні, поспати.. а вдома, ну немає такої мотивації! Лежиш, думаєш про життя.. за що воно таке цікаве?

Через тиждень, мене виписали, але сказали продовжувати в'язати еластичні бинти ще два тижні, і бажано ніякого тенісу! А також, вправи для ноги. Думаєте, я послухалася? Та я вже через пару днів дострибала до містечка, де грали у настільний теніс! Попросила ракетку, і вперед грати на одній нооооzіі! Відчуття гри не передати словами, чи голосом, це – ейфорія для душі.

Кожен день – як маленька перемога, сходження стали простішими, ще через тиждень я змогла і позбутися милиці, і вже краще згиналася нога, але була маленька проблема. Уявіть, що ви бігли так довго, як могли, немов змогли те, що раніше не змогли би. Що ви би відчули після тривалого бігу, де побороли свої слабкості? Спочатку, ви би ще трималися на цих емоціях, а далі – втома. Ось, і в мене наступив період втоми після довгої боротьби. Я розповідаю цю історію протягом декількох десятків хвилин, а вона тривала більше місяця, і продовжується наразі.

Після того, як шви зняли, і все зняли, і я почала ногу самостійно бинтувати еластичним бинтом, побачила те, від чого серце до цих пір болить. Це – рани від операції, які можливо.. залишаться як шрами. Я не замислювалася над цим, і цей вид.. лякає мене кожен раз, і наразі. Тільки через цей вид, десь я жалкую про операцію. Цей вид настільки лякає, що я досі бинтуюсь еластичними бинтами, щоби ніхто не побачив мої шрами, бо я і сама не можу прийняти їх вигляд до цих пір. Це – моральний удар по мені,

хоча я ніколи так сильно не переймалася щодо зовнішності як інші дівчата. Мені простіше надівати спортивки, кепку, ніж якісь плаття, тощо.

Після того, як я побачила свої шрами, (якось, раніше не вдивлялася на перев'язці коли бинтували лікарі), то в мене почалися ознаки апатії, депресії. Пощастило, що тільки ознаки, бо кожен день я виходила на вулицю, втомлена чи ні, але робила кроки, тренувалася на тренажерах. На жаль, час минає і я намагаюсь повернутися до повноцінного настільного тенісу, але розумію, що нога повністю досі не відновилася, щоби встати навіть у якусь стійку. Це розчаровує мене, я погодилася на операцію з надією стати сильнішою спортсменкою. Але тепер це здається важче, ніж думала. Я замислилися: заради чого була вся ця борьба? Нічого не хотілося, але, я продовжувала йти. За допомогою підтримки близьких людей, мене не затягнула депресія, я зустрічалася з друзями, продовжувала робити диплом, і врешті-решт наважилася запустити цю міні-серію аудіоісторій.

Моя історія продовжується і зараз. Хоч, я і кажу, що важко займатися настільним тенісом з ногою в бинтах, але.. чомусь другі місця на любительских турнірах займаю в них. Є відчуття, що ще дуже слабко рухаюсь, але без проблем вже можу проходити більше двадцяти тисяч кроків, чого не могла зробити ДО операції. Так, іноді, болять ці рани, але.. в принципі, зараз відчувається що, хочу б одна нога в порядку і якось ходжу. Живу? І то добре.

Я розумію – період відновлення від будь-чого дуже важкий. Але пам'ятайте, це все ж таки, вартує того, чогось цінного. Пам'ятайте про свої мрії, ціль, забаганки. А навіть, якщо їх і немає, то що заважає зробити маленький крок вперед? Незважаючи на біль, чи на розчарування. Я розумію, що це важко – навіть, просто прийняти себе зі всіма шрамами, слабкостями, але якщо ми приймемо себе такими, які ми є – хіба, це не є силою? Знаєте, операція була не такою страшною… Страшніше було бути без ноги, з важким ортезом, і безкінечним періодом того самого вольового відновлення.

Я сподіваюся, що моя історія надихне когось на те, що є заради чого боротися.

Це була фінальна серія мого “Пульсу руху”, якщо для когось буде це важливим, то, можливо, ми ще з вами зустрінемось! Будь ласка, вірте у свої здібності, і все у вас вийде! Зробіть власний хід конем!

2. Щоденник руху: відеоматеріали (11 відео) та текстові замітки.

Посилання на відео з тік-току: https://vt.tiktok.com/ZSxepfYgg/

Посилання на відео з ютубу: https://youtube.com/shorts/CRi_yqlb-f4?si=w5Kiglz7XmTJi1wa

Тривалість кожного відео до однієї хвилини.

Рис. 4.4. Відео №1–6.

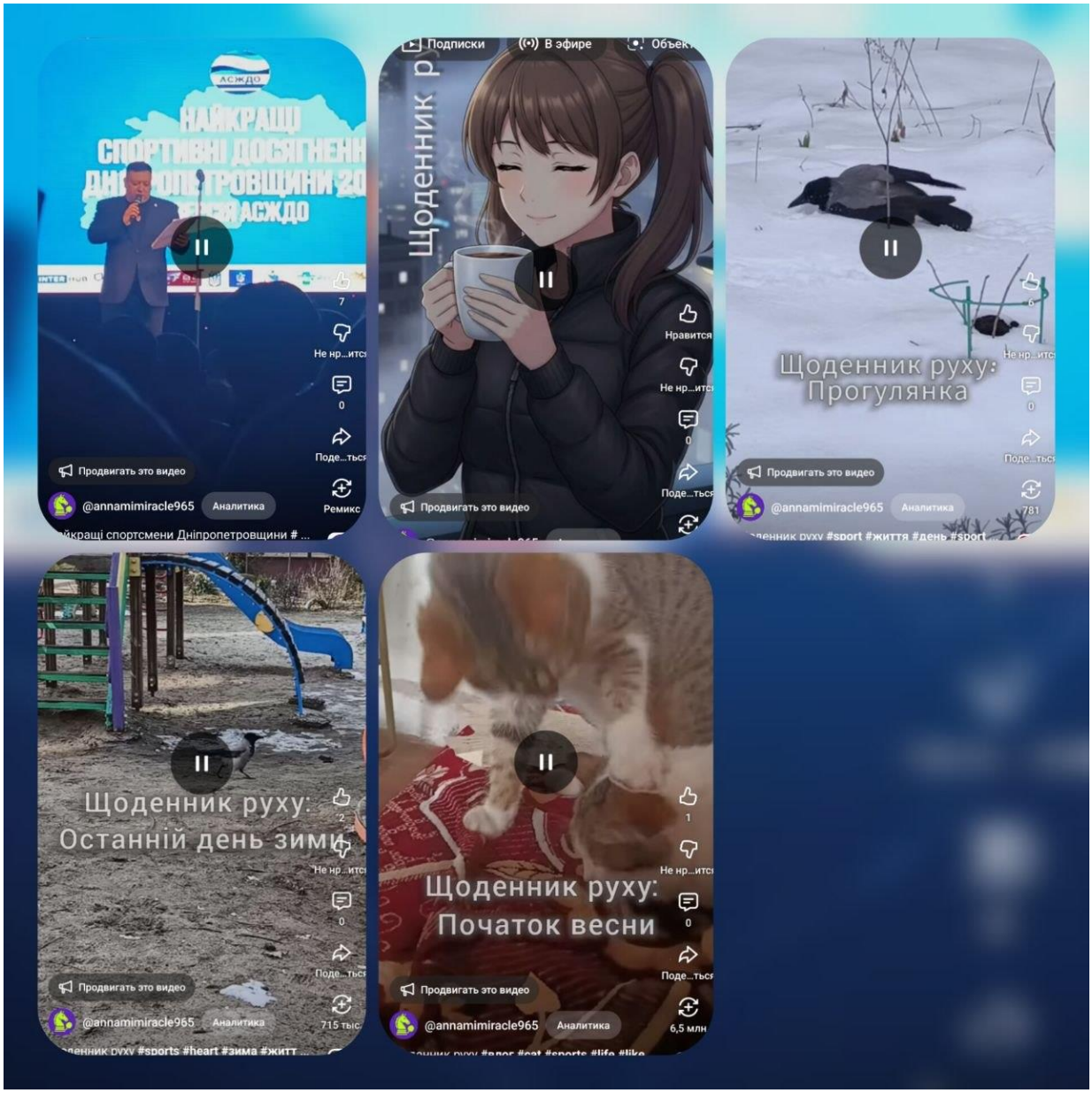


Рис. 4.5 Відео №7–11.

Текстові замітки "Щоденника руху", опубліковані в телеграм-каналі блогу "Хід конем" (https://t.me/chessmiracle14)

1 листопада 2025 року: "Замітка: дозвольте собі помилятися Сьогодні брала участь у тенісному турнірі, де було багато сильних гравців, але мала можливість на рівних поборотися за кожне очко. Врешті-решт, я програла всім, але на то були певні причини.

Мені завжди здавалося, що в якій би я не була би в формі, в якому настрої я не була би – я можу грати в настільний теніс, і мені стане краще. Як виявилося, правда в тому – що я не завжди зможу показати гідний результат. Бувають дні, де спортсмени зовсім не в формі, навіть якщо почувають себе добре.

Врешті-решт, потрібно відзначити, що не тільки технічна підготовка впливає на результат. Емоційна, психологічна – також дають свій внесок.

Зараз я розуміла, що не потрібно корити себе за поразки. Дозвольте собі помилятися, і нічого поганого немає в тому, що бувають дні без продуктивності.

Я помітила, як люди постійно кудись поспішають, намагаються показати завжди високі результати на екзаменах, в роботі, в житті, та навіть у відносинах. Але, всі ми не роботи, і зовсім не Ідеальні. Саме помилки, недоліки нас роблять сильнішими і відрізняють від інших.

Не зважаючи на поразки, я поїхала не заради тенісного турніру і того самого "крутого" результату, я поїхала щоби провести час з друзями та підтримати їх удари в цьому цікавому виді спорту. Тому, незважаючи на те, що я не отримала жодної перемоги в партіях, я вже символічно отримала безцінну нагороду: підтримку друзів".

2 листопада 2025 року: "Мотивуюча замітка: Забудьте про стереотипи, і займайтеся тим, чим хочете Ви, спробуйте те, що Давно хотіли спробувати,

У класичних видах спорту, досі діють соціальні гендерні стереотипи: футбол – більше для чоловіків, волейбол – більше для дівчат, і не тільки. За останні роки, можу на особистому досвіді сказати, що в шахах розвивається рух серед жінок, як і в настільному тенісі. Є і жіночий футбол.

Якщо розберемо глобально тему, то світ намагається урівняти можливості між жінками та чоловіками. Хоча деякі люди однак будуть продовжувати думати: що чоловіки краще грають в шахи, ніж жінки, і приводити аргументи-приклади, але цих доказів недостатньо. Здається, що в

усіх сферах ця проблематика є. Але не слід забувати про те, що, не зважаючи на стать, потрібно дотримуватися спортивних і людських цінностей.

Я лише хочу сказати, що стать не повинна бути перешкодою для занять улюбленим спортом. А ці стереотипи кожний зможе одолати, як забити гол у футболі. Спочатку може бути лячно або навіть соромно, від інших може бути навіть тиск, але як забити цей гол, якщо не спробувати?

Своїм маленьким прикладом я довела, що маю сили змагатися проти чоловіків у шахових турнірах, і навіть, за допомогою їх підтримки взагалі навчилася грати в шахи. Також, раніше до мене приходили саме Учениці, і їм щиро були цікаві шахи, вони розуміли саму суть гри. Як казка про королів та принцес.

Тому спорт не має гендерів. Гендерні стереотипи має суспільство. Але, якщо людина дійсно хоче спробувати вид спорту потрібно зробити хоча би перший хід конем, і не зважати на стереотипні гендерні думки інших людей."

3 листопада 2025 року: Замітка: Користь від прогулянки пішки.

З особистого досвіду скажу, що ходьба пішки дійсно позитивно впливає як і на фізичне здоров'я, так і на психічне, і на ментальний настрій. Достатньо лише хоча би півгодинки ходьби пішки – і вже почуваєш себе набагато краще! Після прогулянки підвищується продуктивність, концетрація, і мотивація хоч щось зробити.

Я намагаюся кожен день виходити на вулицю, і хоча би робити декілька тисяч кроків, незалежно від настрою, погоди та зайнятості. Зауважаю, що після кожної такої прогулянки, мені якось і легше сприймати інформацію, навчатися, я дійсно стаю більш продуктивною. Крім того, ходьба зовсім не втомлює, це – доступний ресурс для кожної людини.

Найважче – це зробити перший крок, і взагалі вийти на вулицю. Настрій і погода може бути зовсім не такою, від осені може з'явитися ознаки апатії, і зниження настрою. Але, якщо все ж таки, побороти ці всі ознаки, і зробити цей крок – Ви дійсно не пожалкуєте.

Доповню, що під час ходьби тривожність думок потихеньку покидає, і з'являються нові ідеї для профейсійної діяльності, і не тільки. Мій перший сюжет виник за такої прогулянки пішки, як і ідея зі спортивною секцією та дипломом. Я розумію, що мої кроки можуть бути зовсім маленькими, повільними, але навіть такі маленькі кроки допоможуть знайти відповіді на різні питання. Головне – зробити перший крок вперед.

5 листопада 2025 року. Замітка: спорт як здоровий спосіб життя.

Сучасне тенденція розповідає про те, як важливо займатися спортом у сучасному світі. Багато підлітків та молоді сидять за комп'ютером, соціальна взаємодія перетворюється на онлайн-спілкування, екрани смартфонів впливають на зір, усе разом погіршує стану здоров'я.

Через різноманітність видів спорту, можно з легкістю загубитися, і не зрозуміти що саме індивідуально підходить людині. Крім того, сучасна молодь може не мати мотивації до спорту, або не розуміти ціль. Інстаграм-чинники, соцмережі можуть викликати зворотній ефект: дуже гарна спортивна картинка, яка повинна надихати, може показати результат бути зворотнім: заздрість, і тиск на те, що повинен або не повинен робити. Враховуючи те, що зараз в тренді свобода вибору, то врешті-решт це може призвести до психічних проблем.

У кожної людині повинен бути власний вибір, чим саме займатися. Так, про користь спорту можна розповідати за книгами: як позитивно впливає на тіло, психоемоційне самопочуття, але в цьому не буде сенсу, якщо сама людина не побачить власний шлях і сенс. Спорт – це вже не лише олімпіади, як раніше, зараз – це розваги, можливість знайти нові знайомства, коло однодумців. Навіть спорт трансформується, і кожен знайде те, що йому буде корисно та сподобається.

6 листопада 2025 року. Замітка: Сприйняття перемоги та поразки у спорті!

Сьогодні брала участь у закритому турнірі "Динамо", представляючи власний університет. Брала участь у змаганнях із шахів і так давненько від

мене не було чутно слова "шах!". Позитивна новина: отримала нові знайомства які надихають! (Трохи пізніше, можливо напишу більш докладний текст про захід, а можливо і міні-сюжет, подивимося)

Хочу нагадати важливість про сам процес участі у змаганнях. Ви отримуєте живе спілкування, та досвід виду спорту, який би не був би результат.

Якщо вже тривалий процес займайтеся цим спортом, то звісно хочеться результату якомога скоріше, і більше перемог.

Я граю в шахи вже третій рік і залишаюся на рівні любительскому, у комфортній зоні. Але навіть так, сьогоднішні перемоги не склали для мене враження. Є така фаза їх знецінення, що навіть якщо їх 5 із шести. Враження більше принесла поразка... Незважаючи на певний досвід у подібних змаганнях, в мене вийшов час через мою невпевненість у позиції, хоча далі можна було грати.

Поразка завжди буде суттєвою, бо саме вона вказує на помилки, і де потрібно самовдосканалитися. З часом, перемоги, якщо під час партії не використані всі сили досвіду, то вони сприймаються навіть, більше як нічия або поразка. Тільки викладавши всі свої навички, розуміння, та досвід і використовуючи 10000% сили, і тоді перемогти – тоді, це дійсно, сприймається як суттєва перемога, як результат. В останній партії я перемогла, чи мені пощастило? Я не знаю відповіді на це запитання, все могло би змінитися в інший бік у будь-який момент...

Поразка і перемога ідуть поруч, завжди разом. Як хвилі. Із поразки потрібно завжди брати досвід для майбутньої перемоги: тоді, можно дійсно, стати сильніше ніж вчора.

12 листопада 2025 року. Замітка: Нові участники у секції з настільного тенісу в УМСФ!

Сьогодні у тренуванні взяли участь двоє новеньких учасників. Я згадала себе, як тільки-тільки вчилася грати, або, тільки пізнавала те, як грати прям правильно. Сьогодні я зрозуміла, що кожен маленький крок є вагомим.

З однієї сторони хочеться одразу навчити всьому що знаєш, а з іншої сторони розумієш, що потрібно робити крок за кроком – нові знання, відпрацювати деякі удари, прийоми, все дуже-дуже поступово щоб ніхто не загубився. Мабуть, пояснювала я, все ж таки не так погано, бо наприкінці заняття нові удари виходили все краще і краще!

Для гравців зі стажем, я також показала новий прийом: за пару ударів, вони вже зрозуміли суть.

Взагалі, тренерська спортивна діяльність цікава тим, що навчаєш тому, що знаєш, сподіваєшься що ці знання передаси найкращим чином! Сподіваюся, у майбутньому буде більше учасників нашої секції, щоб коли я закінчу четвертий курс, то вони би продовжили би діяльність! Сьогодні, був рекорд: четверо учасників на двох столах, +я як тренер керувала процесом).

P.S. Зараз тривають жорстокі відключення світла, і іноді, я не встигаю "включитися" у процес введення цього телеграм-каналу... Я намагаюся почати з малого, челендж: кожен день по спортивній замітці, але вчора пропустила через відключення... Вже й ідеї трохи закінчуються. Починаю із заміток, далі буде більше якісного спортивного контенту. Зараз важливий Перший крок.

14 листопада 2025 року. Замітка: Енергія в русі

Подивилася рілс, де доводять, чим більше рухаєшся – тим більше виробляються спеціальні речовини, які потрібні для енергії. І дійсно, після прогулянки пішки почуваєш себе краще: підвищується ефективність виконаних завдань, продуктивність. Тому, навпаки, чим більше лежати – енергія не буде вироблятися, і будеш відчувати себе більш втомленим.

Це не просто слова, я провела експеремент із собою. Так, чим більше лежала – тим менше було енергії, навіть щоби встати. Чим більше рухалась, прогулювалась, тим більше енергії і для розумової діяльності. Крім кардіо-рухів, потрібні ще і силові тренування для підтримки фізичного здоров'я. Достатньо два рази на тиждень зробити присідання, чи ще щось силове на свій власний розсуд.

Але, не всі рухи є безпечними. Не потрібно ризикувати собою і бігти без підготовки марафони – це лише додасть організму болючих відчуттів. Все повинно бути у власному темпі, тоді і буде користь.

15 листопада 2025 року. Інсайт: не завжди те, що виходить – є тим, що саме потрібно. У когось може виходити біг, перспективи на спортивну легку атлетику, у когось є талант до баскетболу або футболу, або до будь-якого виду спорту. У людині може це виходити досить добре, краще середнього, але це не завжди, те, що саме її заряджає!

Приведу приклад з власного життя. Шахи можу не брати до уваги, вони не настільки мене заряджають як настільний теніс. У настільному тенісі, в мене не завжди щось виходить, як приклад, пробую накладку-шипи.. (існують гладкі накладки, де граєш на атаку, а є шипи де здебільшого ідеш на захист) – все таки, досить незвично. Так, виходить помалу, але сумніваюсь що моє... Знаєте, коли воно твоє: навіть не обов'язково, що одразу в ту ж саму мить щось вийде, головне одне: вогонь до того, що саме ти робиш, будь то у спорті чи по життю.

3. Спортивний комікс "Хід конем".

"На межі" – Міні-глава коміксу "Хід конем".

Короткий опис: головна героїня зосереджена на тенісному полі. Навкруги: сніг, дощ, і одночасно це нагадує тенісний м'яч, емоції. Урешті-решт, погода відображає настрій головної героїні, і під дощем, коли ніхто не бачить, вона плаче від поразки.

Сенс: За кожним м'ячиком ховається рішучість, терпимість, і відчай, як і за обличчям людини. Але кожен може побачити власний сенс цього міні-коміксу.

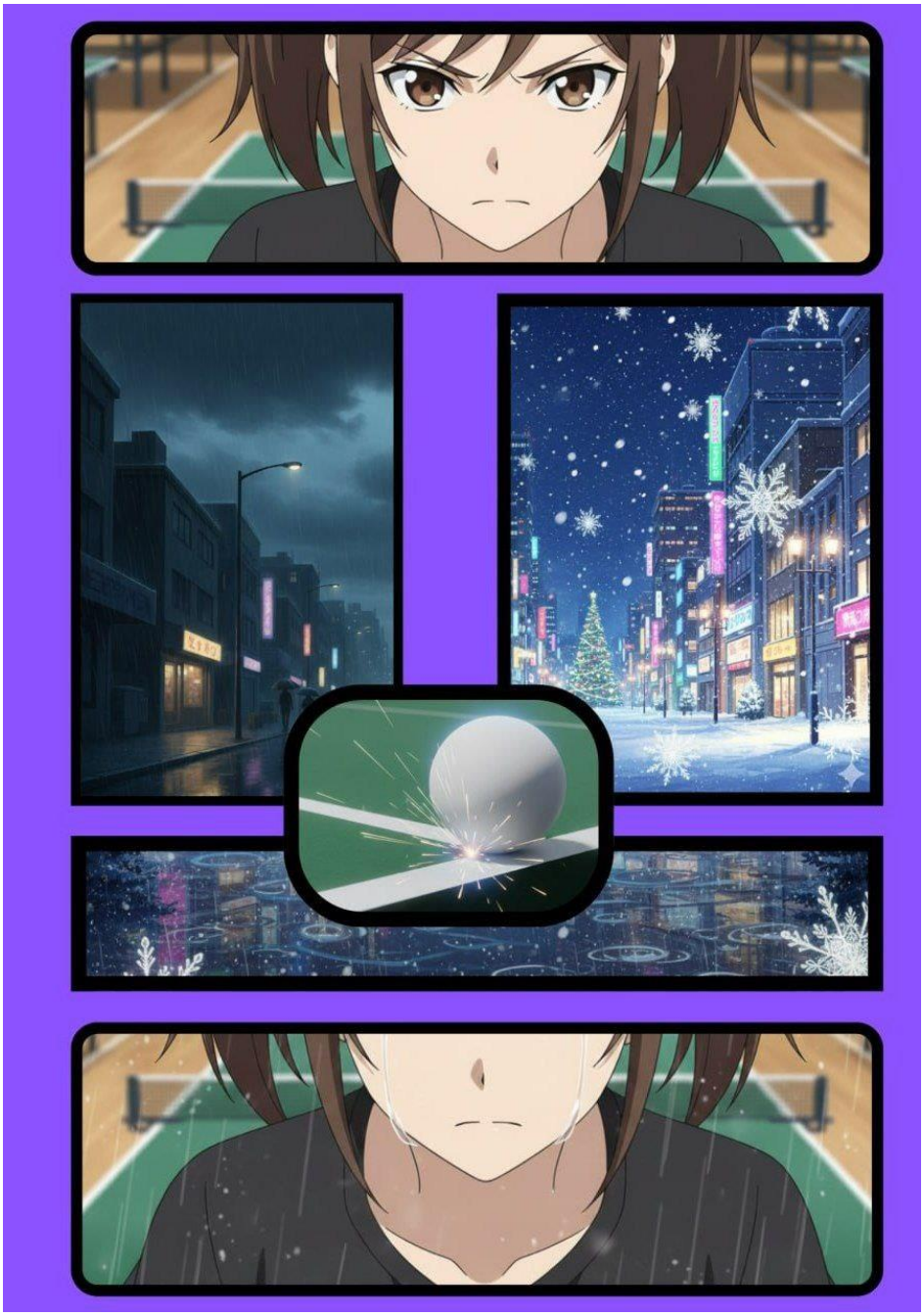


Рис. 4.6 "На межі".

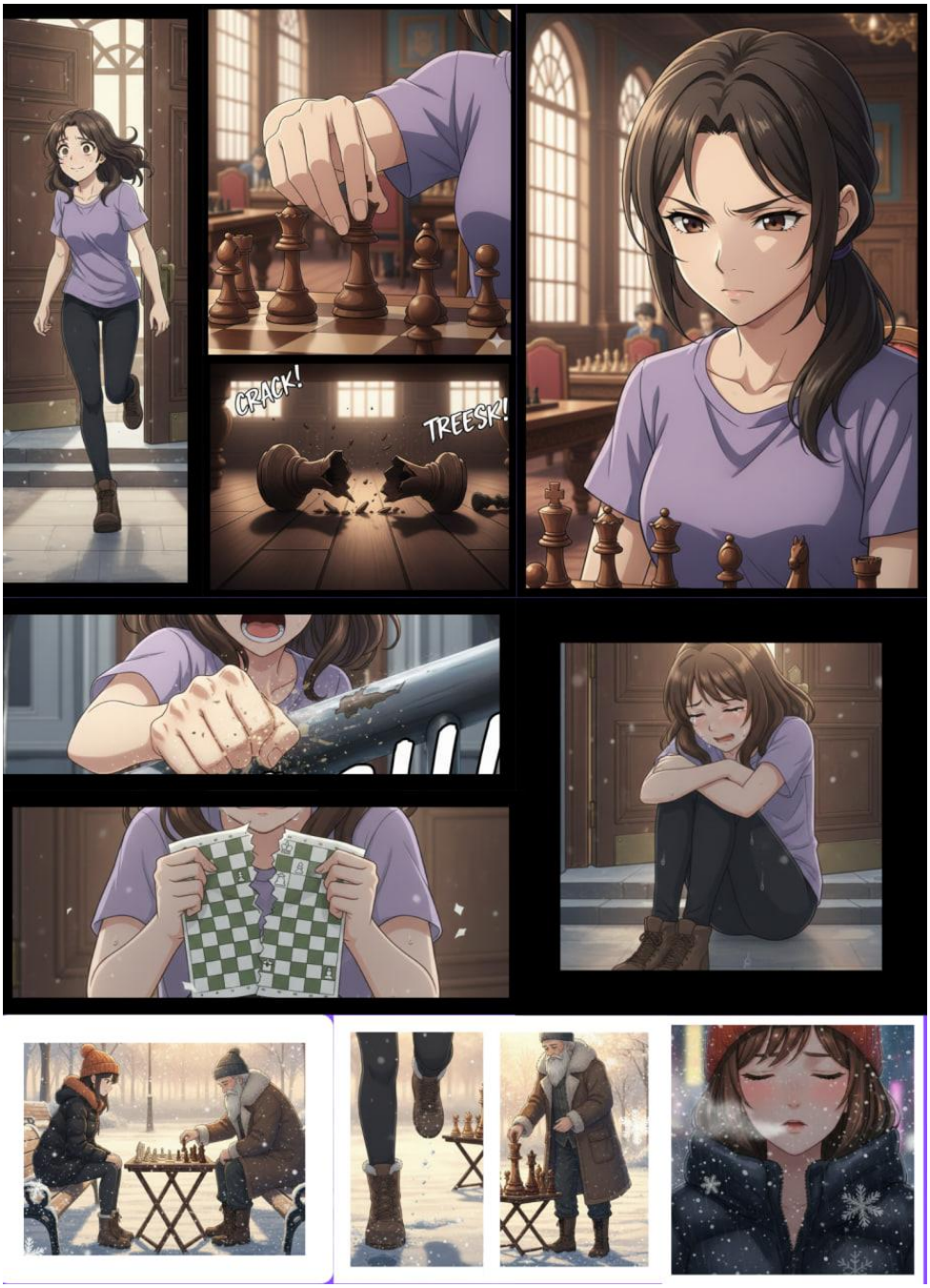


Рис 4.7. "Один хід до тиші" – кожен знайде власний сенс.

4. **Трейлер спортивного блогу "Хід конем".** Тривалістю до півтори хвилини, де показан відеофгрементами шлях авторки: теніс, створення тенісного сюжета, шаховий шлях, процес відновлення після операції. Усі доробки за останній рік у форматі трейлеру. Опублікований у телеграм-каналі, та на ютубі. Обкладинка згенерована за допомогою штучного інтелекту.

5. Інформаційні продукти до комунікативної кампанії секції з настільного тенісу в УМСФ.

Рис 4.8. Секція настільного тенісу в УМСФ: інформаційні продукти до промоакції.

6. Перший тенісний сюжет. Опублікований на ютубі, в телеграм-каналі (Посилання на сюжет: https://youtu.be/0mFrH5srQqc?si=6tOhnFeQ9w5vLfxm).

"Осінь – пора року, коли людині бракує сонячного світла, що нерідко призводить до апатії. Сьогодні ми розповімо, як гра у настільний теніс

допомагає повернути контроль над собою, покращує самопочуття та підтримує фізичну активність навіть у найпохмуріші дні".

Розповідається як теніс допоможе психолічно подолати осінь, апатію. Авторка виступає в ролі спікера, а на перебивках – її друзі, які грають в настільний теніс. Відзнято декілька стендапів, та перебивок.

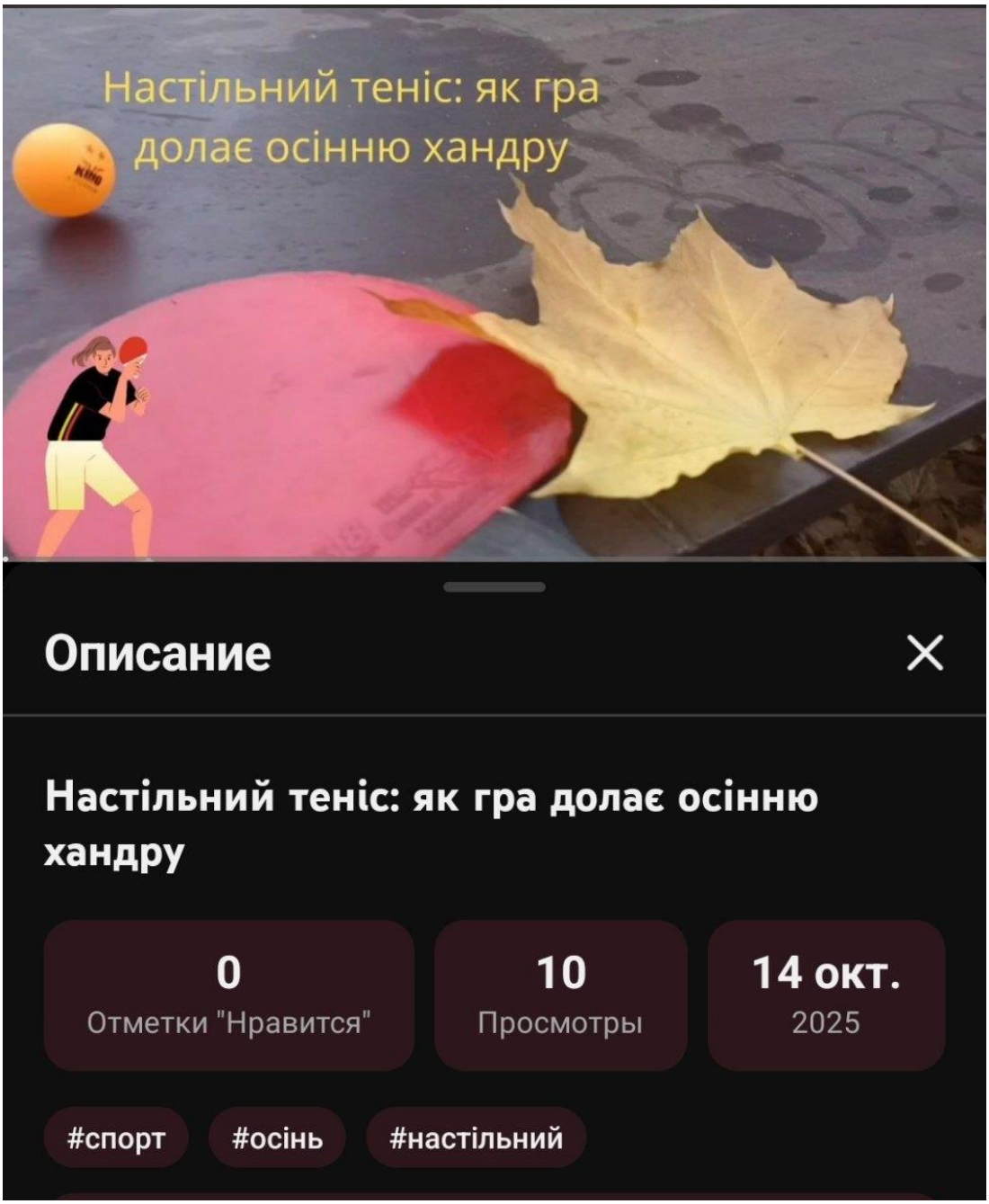


Рис 4.9. Обкладинка до сюжету про настільний теніс.

ВИСНОВКИ

1. Творчий проєкт ґрунтується на наукових положеннях у сфері соціальних комунікацій, спортивних медіа, блогосфери та впливу соціальних мереж на молодіжну аудиторію. У роботі було проаналізовано особливості популяризації спорту через сучасний цифровий контент, а також роль особистої комунікації у формуванні інтересу молоді до спортивної діяльності. Актуальність проєкту полягає у тому, що соціальні мережі стали основним середовищем споживання інформації молодими людьми, а спортивний контент виконує не лише інформаційну, а й мотиваційну та психологічну функцію. Авторська концепція спортивного блогу "Хід конем" базується на демонстрації реального спортивного шляху без ідеалізації, через поєднання особистих історій, емоційного досвіду та спортивної діяльності. Новизна проєкту полягає у поєднанні різних форматів комунікації: текстового контенту, відеощоденників, аудіоісторій, коротких відео та елементів візуального сторітелінгу в межах одного спортивного медіапроєкту.

2. Цільовою аудиторією спортивного блогу "Хід конем" стала молодь віком від 17 до 28 років, оскільки саме цей період часто супроводжується пошуком себе, емоційною нестабільністю та потребою у мотивації й підтримці. Основними комунікативними каналами поширення інформаційного продукту стали телеграм, тік-ток, ютуб, кожна з платформ використовувалася відповідно до особливостей контенту та аудиторії. Для створення проєкту використовувалися особисті ресурси авторки: мобільна відеозйомка, монтаж, текстове оформлення, створення візуальних матеріалів та ведення соціальних мереж. Значну роль у реалізації проєкту відіграли регулярність публікацій, емоційна відкритість та адаптація контенту під сучасні формати цифрової комунікації.

3. У процесі створення спортивного блогу було реалізовано декілька етапів: формування концепції проєкту, створення Telegram-каналу,

публікація текстового та відеоконтенту, розвиток аудіоформатів і поширення контенту на інших соціальних платформах. Особистий внесок авторки полягає у самостійному створенні контенту, веденні блогу, відеозйомці, монтажі, написанні текстових матеріалів та організації спортивної комунікації з аудиторією. Комунікативний результат проєкту проявився у формуванні активної взаємодії з підписниками, популяризації шахів та настільного тенісу, а також у створенні мотиваційного контенту для молоді. У подальшому проєкт може розширюватися через нові мультимедійні формати, співпрацю зі спортивними спільнотами та активніше використання відеоплатформ.

4. Творчий проєкт представлено у формі спортивного блогу "Хід конем", який поєднує текстовий, аудіо- та відеоконтент у соціальних мережах. Структура проєкту включає відеощоденники, текстові замітки, аудіоісторії, спортивні спостереження, елементи коміксів та мотиваційний контент про особистий спортивний шлях авторки. Основний зміст інформаційного продукту спрямований на популяризацію спорту серед молоді через живу емоційну комунікацію та демонстрацію реального досвіду спортивного розвитку в настільному тенісі та заняття з шахами. Суспільна значущість проєкту полягає у підтримці інтересу молоді до спорту, формуванні мотивації до фізичної активності та створенні відкритого молодіжного медіапростору для спортивної комунікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кісилиця А.О. Популяризація спорту на онлайн-ресурсах: мотивуючий молодіжний тренд, який слід розвивати. *Економіко-правові, управлінсько-технологічні та соціальнопсихологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Т. 2. Дніпро: Університет митної справи та фінансів, 2025. С. 95–97.

2. Вербицький В. А., Бондаренко І. Г. Історія фізичної культури та спорту в Україні : навч. посіб. *Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили,* 2014. 340 с.

3. Голубцов К. Тренди нового покоління: які види спорту захоплюють світ у 2020-х. *Facenews.* 01.05.2025. URL:https://www.facenews.ua/columns/2025/338733/(дата звернення: 05.11.2025).

4. Deloitte 2023 sports industry outlook. URL:https://www.deloitte.com/content/dam/assets-shared/legacy/docs/perspectives/2022/gx-tmt-sports-tech-outlook.pdf (дата звернення: 05.11.2025).

5. Локшин П.С., Грисюк В.П., Єфімова М.П. Особливості спортивної журналістики в Україні: історія становлення, проблеми та основні тенденції розвитку. *Обрії друкарства.* 2024. № 1 (15). С. 30 – 40. URL: https://horizons.vpi.kpi.ua/article/view/297736/290688 (дата звернення: 05.11.2025).

6. Дідик Н.М. Вивчення проблеми формування здорового способу життя серед молоді. *Проблеми сучасної психології.* 2014. № 26. С. 119 – 128. URL: https://journals.uran.ua/index.php/2227-6246/article/view/158789/158052

7. Прохоренко В. Що відбувається з вашим тілом, коли ви тренуєтеся щодня 30 хвилин. *УНІАН.* 25.11.2023. URL: https://www.unian.ua/curiosities/shcho-vidbuvayetsya-z-vashim-tilom-koli-vi-trenuyetesya-shchodnya-30-hvilin-12465750.html

8. Блогерство як феномен сучасного інформаційного суспільства: наукова робота. URL: https://op.edu.ua/sites/default/files/publicFiles/studolympconf/fenomen_blogerstva.pdf) (дата звернення: 05.05.2026).

9. Tribuna.com: спортивні блоги. URL: https://ua.tribuna.com/uk/blogs/page2 (дата звернення: 05.05.2026).

10. Прес-служба Івано-Франківської обласної асоціації футболу. Вплив соціальних мереж на популярність гравців і футбольних клубів. 23.01.2025. URL: http://ifff.if.ua/news/2025-01/3234 (дата звернення: 05.05.2026).

11. Олексій Алетинський: «Якщо ви досі не розумієте, що соцмережі – наймасштабніший канал комунікації, то вже програєте». Sport Business Media. 14.04.2026. URL: https://sportbusiness.media/2026/04/14/oleksij-aletynskyj-yakshho-vy-dosi-ne-rozumiyete-shho-soczmerezhi-najmasshtabnishyj-kanal-komunikacziyi-to-vzhe-prograyete/ (дата звернення: 18.05.2026).

12. Андрєєв П. Психічне здоров'я та спорт. 21.03.2024. URL: https://pavelandreev.org/uk/blog/statti/psixicne-zdorov39ya-ta-sport-4920 (дата звернення: 05.05.2026).

13. Бондаренко І., Сергієнко Ю., Конопляник О., Тарасова Г., Бондаренко О. Вплив соціальних мереж на розвиток фізичної культури та спроту. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Фізичне виховання, спорт і здоров'я людини.* 2022. Вип. 25. С. 65 – 71.

14. Офіційний сайт Відділення Національного олімпійського комітету України в Дніпропетровській області. URL: https://noc-dnipro.dp.ua (дата звернення: 04.05.2026).

15. Terrikon спорт. Як соціальні мережі впливають на популярність та розвиток спорту в Україні? 30.03.2025. URL: https://terrikon.com/uk/posts/516733 (дата звернення: 05.05.2026).

16. Городенко Л. М. Концепція блогу як технології нових медіа // *Актуальні питання масової комунікації*. 2014. Вип. 15. С. 50–61. URL:

https://ir.library.knu.ua/server/api/core/bitstreams/8cce3da2-2355-4ef2-aceb-3f1959177480/content (дата звернення: 05.05.2026).

17. Setka Cup. TikTok-сторінка. URL: https://www.tiktok.com/@setka_cup_official?_r=1&_t=ZS-96JFJ4pxhY1 (дата звернення: 05.05.2026).

18. Дутчак М., Чеховська Л. *Залучення студентської молоді до оздоровчої рухової активності.* 20.04.2024. URL: https://pcs.khmnu.edu.ua/index.php/pcs/article/view/217/226 (дата звернення: 05.05.2026).

19. Рівень залученості дітей та молоді до рухової і фізичної активності та вплив спорту на фізичне і ментальне здоров'я: звіт за результатами дослідження. Київ, 2023. 60 с.

20. Telegram-канал спортивного блогу "Хід конем" URL: https://t.me/chessmiracle14 (дата звернення: 05.05.2026).

21. Українська молодь сьогодні. Результати опитування української молоді, проведеного з 19 червня по 21 липня 2024 року Центром аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) в межах програми USAID "Мріємо та діємо". URL: https://mriemotadiemorazom.org/ukrainian-youth-today (дата звернення: 05.05.2026).

22. Найпопулярніші соціальні мережі серед української молоді. *Педрада.* 14.08.2024. URL: https://oplatforma.com.ua/news/81730-naypopulyarnishi-sotsialni-merezhi-sered-ukrainskoi-molodi (дата звернення: 06.05.2026).

23. Українська молодь віддає перевагу телеграму, ютубу та тіктоку – дослідження. *Детектор медіа*. 13.08.2024. URL: https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/35844/2024-08-13-ukrainska-molod-viddaie-perevagu-telegramu-yutubu-ta-tiktoku-doslidzhennya (дата звернення: 06.05.2026).

24. Неплях Л. Популярні соціальні мережі в Україні 2025: статистика. *Vector.* 19.04.2025. URL: https://vctr.media/ua/populyarni-soczialni-merezhi-v-ukrayini-2025-statistika-267232/ (дата звернення: 06.05.2026).

25. Дикун Д. О., Касянчук В. О. Соціальні мережі як платформа для монетизування експертного блогу. *Обрії друкарства*. 2023. Вип. 2(14). С. 255–266.

26. Гоцур О., Спорняк Д. Українські науково-популярні блоги на платформі YouTube: особливості функціонування. *Синопсис: текст, контекст, медіа.* 2023. Вип. 29(3). С. 226–232. URL: https://synopsis.kubg.edu.ua/index.php/synopsis/article/view/571/481 (дата звернення: 06.05.2026).

27. Грисюк В., Єфімова М., Борець А., Козак В. Телеграм як інформаційний фастфуд: зміна смаків в аудиторії українських медіа. *Образ*. 2025. Вип. 2 (48). С. 56-63.

28. Софієнко Н. TikTok наздоганяє YouTube в Україні, Facebook продовжує втрачати аудиторію – дослідження. *Forbes.* 06.01.2026. URL: https://forbes.ua/news/tiktok-nazdoganyae-youtube-v-ukraini-facebook-prodovzhue-vtrachati-auditoriyu-doslidzhennya-06012026-35310 (дата звернення: 06.05.2026).

29. Мудра І. TikTok як перспективний канал популяризації ЗМІ. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Журналістика.* 2022. № 1. С. 67-73. URL: https://science.lpnu.ua/uk/sjs/vsi-vypusky/number-1-3-2022/tiktok-yak-perspektyvnyy-kanal-populyaryzaciyi-zmi (дата звернення: 06.05.2026).

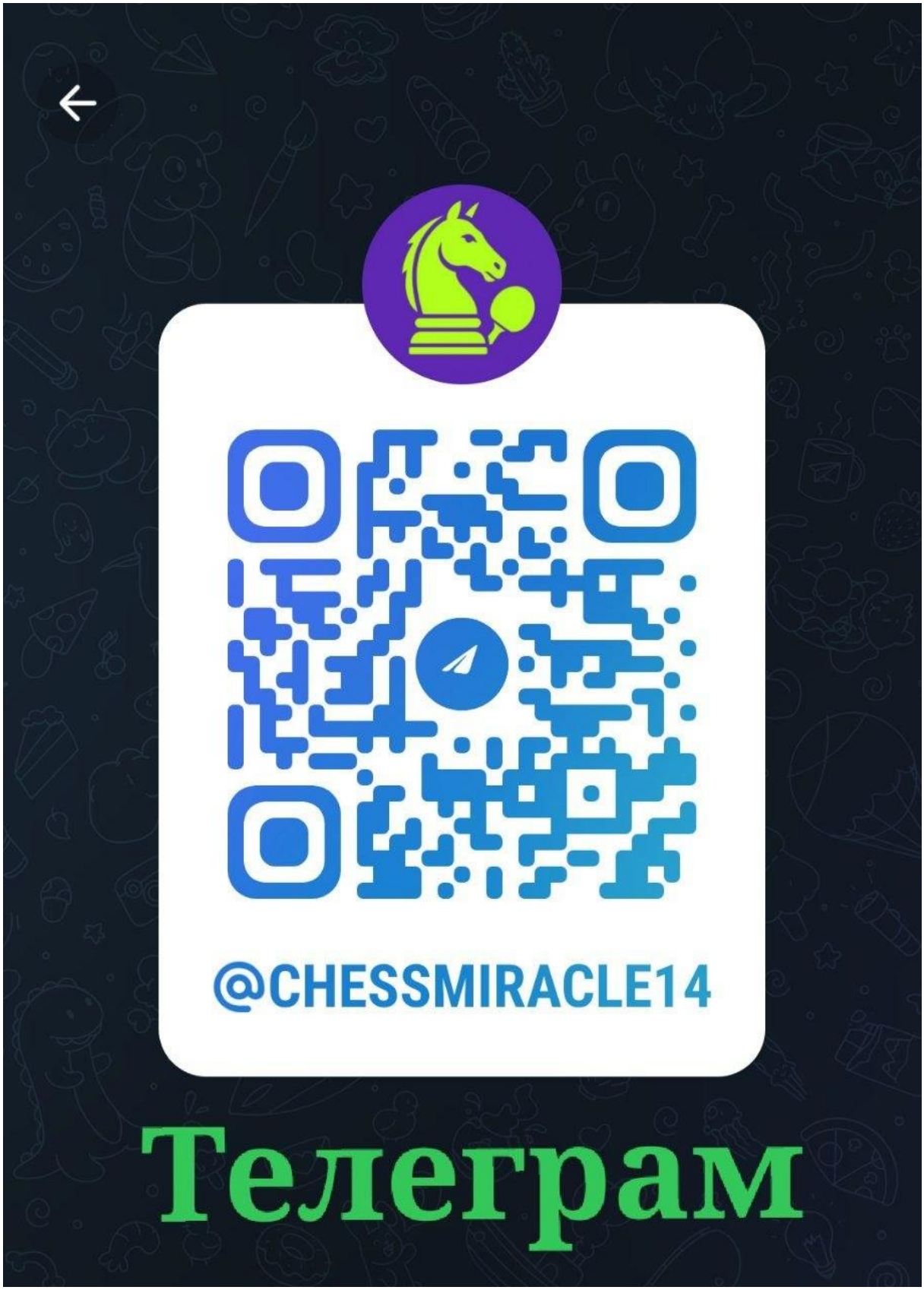
30. Сомова О. Українська молодь обирає TikTok: статистика популярності соціальних мереж. *Web-promo.* 21.01.2022. URL: https://web-promo.ua/ua/blog/ukrainskaya-molodezh-vybiraet-tiktok-statistika-populyarnosti-socialnyh-setej (дата звернення: 07.05.2026).

31. Instagram-сторінка Ольги Харлан. URL:https://www.instagram.com/olgakharlan/?utm_source=ig_embed&ig_rid=8acbd8f9-cc11-46f0-907e-57c1816bb4d8 (дата звернення: 07.05.2026).

32. Костюк А. Харлан і Магучіх пояснюють, як соціальні мережі впливають на великий спорт. 04.11.2025. URL: https://www.redbull.com/ua-uk/kharlan-and-mahuchikh-how-social-media-influence-big-time-sports (дата звернення: 07.05.2026).

ДОДАТКИ

Додаток А. QR-коди для переходу на сторінки проєкту у соціальних мережах.



Хід конем Anna Miracle
@annamiracle14
Скопировать ссылку
Поделиться ссылкой
Тік-ток