

**КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

Факультет журналістики  
Кафедра журналістики та нових медіа

**БАКАЛАВРСЬКА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**ІНСТАГРАМ У РОБОТІ СПОРТИВНОГО ЖУРНАЛІСТА  
(НА ПРИКЛАДІ АВТОРСЬКОГО ФОТОБЛОГУ  
«НЕЗЛАМНИЙ ФУТБОЛ»)**

Здобувача першого (бакалаврського)

рівня вищої освіти

групи ЖУРБ-2-22-4.0д

галузі знань 06 Журналістика

спеціальності 061 Журналістика

освітньої програми 061.00.01

Журналістика

Гаврилюк Валерії Петрівни

Використання чужих ідей,  
результатів і текстів  
мають посилання на відповідне  
джерело

Науковий керівник:  
Лісневська А.Л.,  
доцент, кандидат педагогічних наук

\_\_\_\_\_

(підпис студента) (ініціали, прізвище)

Розширена шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_ Оцінка: ECTS \_\_\_\_\_

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії \_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали, прізвище)

І.В. Погребняк,

\_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали, прізвище)

завідувач кафедри журналістики та нових  
медіа

\_\_\_\_\_

(підпис) (ініціали, прізвище)

## **ЗМІСТ**

### **I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

- 1.1. Обґрунтування актуальності фотоблогу «Незламний футбол»
- 1.2. Мета і завдання роботи кваліфікаційної роботи (проєкту).
- 1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку.

### **II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ФОТОБЛОГУ «НЕЗЛАМНИЙ ФУТБОЛ»**

- 2.1. Теоретико-методологічні засади поширення футбольного контенту в соцмережі «Інстаграм».
- 2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту «Незламний футбол»
- 2.3. Контент-аналіз.
- 2.4. Цільова аудиторія власного медіапродукту «Незламний футбол»
- 2.5. Контент та засоби виразності форматів медіапродуктів проєкту в інстаграм.
- 2.6. Технічні й програмні засоби.
- 2.7. Сфера застосування та результати апробації.
- 2.8. Висновки.

### **III. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

### **IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ**

### **V. АНОТАЦІЯ**

## І. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

### 1.1 Обґрунтування актуальності фотоблогу «Незламний футбол»

Під час повномасштабної війни соціальні мережі трансформувалися із розважальних у стратегічні та більш аналітичні, а аспекти звичного життя набули нових, глибших сенсів. Футбол більше не є просто цікавим проведенням часу у вихідні дні, тепер – це можливість вкотре довести собі і всьому світові, що ми єдині та непереможні, готові боротися та вірити до кінця, як на футбольному полі, так і на фронті. Наші футболісти з перших днів були змушені тренуватися закордон, або переїздити до західних регіонів та покращувати свої результати під звуки сирен. Після відновлення матчів у Прем'єр-Лізі команди 2 роки грали без підтримки вболівальників на трибунах, що сильно впливало на підтримку духу гравців, проте наші люди дали зрозуміти, що вони так само підтримують спортсменів хоч і через екрани відеотрансляцій.

Росіяни знищують стадіони та тренувальні бази, а потім говорять, що спорт має бути за межами політики, проте це не так і ми доводимо це усьому цивілізованому світові кожного дня.

Фотопроект присвячений футбольному життю нашої країни під час воєнного стану, є надзвичайно актуальним, адже має на меті привернути якнайбільше уваги до цього виду спорту, показати силу та стійкість нашої нації та передати весь спектр емоцій тим, хто на жаль немає змоги спостерігати за улюбленою грою наживо. У наш час люди шукають можливість ментально відпочити та перезавантажитися після постійних обстрілів та негативних новин. «Якщо людина цього не буде робити, вона будемо більше тривожитися, відчувати страх, невпевненість, вона виживає» - засвідчує психологиня Вікторія Сігаєва [6].

Дані опитування Deloitte Sports Fan Insights дають нам зрозуміти, що сучасні спортивні вболівальники готові витратити свій час та гроші у

фанатську спільноту [1]. Це вкотре доводить, що спортивний медіаконтент на часі і може стрімко розвиватися.

Для просування даного проєкту було обрано платформу «Інстаграм», адже покладаючись на дослідження «Українські медіа: споживання новин і довіра у 2025 році», 86% українців використовують інстаграм для перегляду новин, соціальної взаємодії та самовираження, що є надзвичайно важливим для популяризації даного фотопроекту [5]. Українці звикли знаходити інформацію, коментувати та ділитися дописами саме через інстаграм. Такий формат фотопроекту дуже гнучкий, адже люди краще сприймають інформацію через зображення та емоції, які вони бачать на них, таким чином значно простіше зосередити увагу та зацікавити читача.

## **1.2 Мета і завдання роботи кваліфікаційної роботи (проєкту)**

**Мета** - дослідити ефективність інстаграму та його алгоритми у популяризації спортивного авторського фотоблогу «Незламний футбол».

### **Завдання:**

1. Дослідити особливості дистрибуції та актуальні алгоритми спортивного контенту у соціальній мережі «Інстаграм»
2. Провести аналіз цільової аудиторії
3. Дослідити та провести аналіз роботи конкурентів і розробити унікальний план розвитку та просування блогу
4. Розробити формати контенту в інстаграмі на основі журналістських жанрів
5. Перевірити ефективність роботи та зацікавленість аудиторії

**Основна концепція** – привернення уваги до футболу за рахунок просування контенту авторського спортивного фотоблогу «Незламний футбол» у соціальній мережі «Інстаграм».

**Місія** – залучення аудиторію до футбольної сфери завдяки фоторепортажам.

**Об’єкт** – фотоблог як спосіб просування спортивних подій.

**Предмет** – медіапроект «Незламний футбол» на платформі Інстаграм

### **1.3. Перелік методів здійснення творчого пошуку**

Створюючи даний медіапроект були здійснені такі методи творчого пошуку:

#### **1. Компіляція**

Цей метод допоміг запозичити найцікавіші тренди у світовій спортивній журналістиці та адаптувати їх до українського споживача та УПЛ. Таким способом були зібрані прийоми, ракурси зйомки, обробка та подача, що в результаті сформувались у власний унікальний стиль. Проаналізувавши стиль публікацій футбольних клубів Європи, таких як Арсенал, Барселона, Манчестер Сіті, а також інших відомих спортивних медіа, вийшло надихнутися європейськими трендами, ідеями та способом подачі інформації, в результаті вдалося створити власний унікальний стиль фотоблогу [Додаток А]. Цей стиль акцентує увагу на чомусь одному, не розсіюючи її, споживач відразу це помічає і як результат починає переглядати далі.

#### **2. Дедуктивний**

Завдяки цьому методу вдалося раціоналізувати творчий процес та часовий ресурс під час репортажних зйомок, адже перед матчем можна виокремити дедуктивним методом ключові завдання задля фокусування на конкретних моментах гри, таких як: емоції після забитого голу, після програшу, чи перемоги, реакцію фанатів і тому подібне. Цей метод потребує безпосередньої кропіткої роботи перед кожним матчем. А саме потрібно проаналізувати суперників, оцінити шанси на перемогу кожної з команд, дізнатися склад команди та хто з гравців показує найбільше емоцій, з якого боку найчастіше забиваються голи, щоб бути у потрібному місці у потрібний

час. Завдяки цьому у кожному кадрі є певне смислове навантаження, адже воно зроблене не випадково, а заздалегідь сплановано. Цей метод дає можливість не розриватися на все відразу, а слідувати продуманому плану.

### 3. Статистичний

Саме цей метод давав можливість зрозуміти, який контент аудиторії подобається більше та на якому вони проявляють більше активу. Аналізуючи статистику чужих публікації та власних можна визначити які дописи збирають більше вподобайок, які поширюють, а які коментують. Це дуже сильно впливає на популяризацію контенту алгоритми інстаграму. В результаті аналізу статистики було визначено, що найбільші охоплення спостерігаються у постах з яскравою обробкою та у яких першим фото стоїть емоційний яскравий момент, також спостерігається тенденція, що чим швидше після завершення матчу був опублікований пост, тим більше аудиторія зацікавлена у ньому, тому оперативність відіграє велику роль.

## **II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ФОТОБЛОГУ «НЕЗЛАМНИЙ ФУТБОЛ»**

### **2.1. Теоретико-методологічні засади поширення контенту з футбольної тематики в соцмережі «Інстаграм».**

У наш час соціальні мережі відіграють важливу роль у просуванні та популяризації візуального контенту. Спортивні журналісти для цього використовують такі платформи як «Інстаграм», «Тік Ток», «Фейсбук» тощо. Розуміння особливостей цільової аудиторії є основою для вибору оптимальних каналів комунікації та створення цікавого контенту. Актуальним для сьогодення є якісний, візуально привабливий та цінний контент. Соціальні мережі створюють унікальну можливість максимально якісно передати атмосферу. Такий контент сприяє зміненню емоційного зв'язку з аудиторією [4].

Якщо розглянути у якості прикладу соціальні мережі футбольних клубів Української Прем'єр-Ліги, то саме інстаграм є головним майданчиком для візуальної взаємодії із вболівальниками, адже загальна кількість підписників серед клубів УПЛ станом на червень 2025 року перевищувала 1,6 млн [7]. Саме тому роздуми над платформою для проєкту були недовгими і зупинилися на інстаграмі. Проте у кожній соціальній мережі є свої алгоритми і перед тим як працювати, потрібно з ними розібратися.

Проаналізувавши сторінки українських клубів в інстаграмі можна побачити, що такі команди як «Шахтар» та ФК «ЛНЗ» для кращого поширення контенту концентруються на різноманітності публікацій, актуальності, динамічності та різноманітні інтерактивів. Саме тому на цих сторінках переважають каруселі з фото, а доповнюють їх рилси та інтерактиви у розповідях [Додаток Б].

### **2.2. Структура і рубрикація медіапроєкту «Незламний футбол»**

Структура медіапроєкту «Незламний футбол» є дуже важливою, це основа проєкту на якій будуються усі публікації. Якщо брати до уваги

візуальну складову блогу, то всі фото виконано у яскравих кольорах задля привернення уваги. Здебільшого переважають зелені кольори, які є асоціативним кольором футболу. Кожен знімок викликає якісь емоції, це може бути здивування, захоплення, жалість чи посмішка. Саме це чіпляє читача та змушує його переглядати контент далі. Також дуже важлива різноманітність кадрів, загальні, середні та крупні плани. Це запобігає відчуттю нудьги від перегляду візуально схожих картинок. Важливою частиною публікацій також є текстова частина, яка краще розкриває сенс публікації.

### **Тематичні рубрики фотоблогу «Незламний футбол»:**

1. Емоції гри: у цій рубриці відображаються емоційні моменти під час матчу, відчуття, ніби матч поставили на паузу і дали змогу придивитися до деталей. Реакція футболістів на рішення арбітрів, на дії суперника, чи болюче зіткнення. Все це не завжди покажуть на повторі трансляції, проте можна побачити у блозі.
2. Гравці і вболівальники: надважлива рубрика для вболівальників, адже їм важливо бачити, що їхню підтримку цінують, дякують після матчів, дають автографи, роблять фото та дарують футболки.
3. Новини: ця рубрика повідомляє про важливі події в УПЛ, це може бути якийсь новий рекорд, неочікувана, чи легендарна подія, поява військових на полі перед початком матчу. Про все це можуть забувати на фоні результату матчу, але завжди є нагадування у блозі.
4. Ключові моменти гри (відеоформат): цей формат створений, щоб додавати динаміки у стрічку завдяки нарізці відео під музику із цікавим монтажем, щоб люди побачили ключові моменти та атмосферу у одному відео та зарядилися енергією.

Усі ці рубрики розкривають тематику блогу, завдяки цьому виникає відчуття різноманіття та збільшується зацікавленість аудиторії, адже використовується поєднання статичного та динамічного контенту, який алгоритми інстаграму краще просувають. Кожен пост так само як відео рилси

супроводжується музикою, що краще передає атмосферу матчу, або певного моменту. Аудіо обирається із запропонованих інстаграмом, саме тих, які зараз популярні та набирають найбільші перегляди та які найкраще передають атмосферу матчу.

### **Структура створення контенту:**

1. Пошук матчів та отримання акредитації
2. Аналіз команд, їхні стартові склади
3. Створення контенту
4. Підбір подачі контенту (сторис, допис, рилс)
5. Відбір, обробка фотографій, монтаж відео
6. Написання текстової частини поста
7. Публікація контенту
8. Аналіз взаємодії аудиторії

### **2.3. Контент-аналіз**

Під час розробки контент-плану велика увага приділялась розбору конкурентів, для того, щоб виділити сильні та слабкі сторони, а згодом надихнутися хорошими результатами та уникнути, або змінити ідеї, які не пройшли перевірку аудиторією. Проте конкурентів, які спеціалізуються саме на футбольному фотоблозі з такою подачою контенту виявити не вдалося. Це свідчить про унікальність даного медіапроєкту. Враховуючи усе це знадобилося немало сил під час створенні блогу, щоб адаптувати цікаві ідеї конкурентів зі схожою цільовою аудиторією до мого блогу.

1. Футбольний блог (@footview.ua)

Цей блог має майже 5 тисяч підписників і спеціалізується саме на відео форматі. Переважно – це записи легендарних моментів матчів за участі українських клубів, збірних, або футболістів, зазвичай 2005-2018 років. Тут

роблять акцент на історичності, не дають забути відомі матчі за участі українців.

Проте якість монтажу та самих відео залишає бажати кращого. Більшість відео взяті з ютубу, це можна зрозуміти за водяними знаками під час перегляду [Додаток В]. Також там присутній коментар російською мовою, що є не дуже приємним для прослуховування, адже це може викликати травматичні спогади в української аудиторії.

## 2. Спортивний фотограф (@neizvestniy\_vova)

Цей акаунт складно назвати медіапроектом, проте саме він дуже подібний за різновидом постів опублікованих на сторінці. Це власний блог фотографа, який фотографує різні спортивні події, які відбуваються на всій території України [Додаток Г]. Через різні види спорту складно дослідити цільову аудиторію. На відміну від підписників фотоблогу «Незламний футбол» аудиторія цього блогу зміщається зі спортивних фанатів на поціновувачів гарних кадрів та потенційних клієнтів фотографа. Тому цей блог може лише частково конкурувати з медіапроектом «Незламний футбол».

Проте цей акаунт дуже корисний для аналізу якісного подання та обробки фоторобіт та їх цікаве текстове оформлення.

## 3. Футбол 24 (@footbal24ua)

Ось це новинне медіа вже не перший рік вдало працюють зі своєю аудиторією, якої у них вже більше 37 тисяч читачів. Вони спеціалізуються на різних новинах, які ширяться футбольним світом та цікавими взаємодіями з підписниками у коментарях по типу: «Хто вийде у фінал Ліги Чемпіонів?», чи «Вгадай рахунок матчу» [Додаток Д]. Саме ці інтерактиви чудово піднімають кількість коментарів під постами та згодом краще просуваються алгоритмами інстаграму. Їхні пости це переважно фото з моменту гри, або які були створені у фотошопі з гучними заголовками чи результатами матчів.

#### 4. Український футбол з низів (@ufua\_project)

Цей фанатський проєкт поширює новини з матчів Чемпіонату Першої ліги, переважно це результати матчів та турнірної таблиці. Фото у постах використані якісні, проте на них не акцентується увага, адже їх перекриває інформація про матчі [Додаток Е]. Акаунт має майже 3 тисячі підписників, а цільова аудиторія націлена саме на вболівальників Першої ліги. Раніше у них була така рубрика як «Підкасити» проте тривалий час немає ніяких оновлень.

Контент публікується регулярно, що збільшує охоплення і має хороші результати як для фанатської сторінки Першої ліги. Контент публікується якісний та впізнаваний серед своїх підписників.

#### 2.4. Цільова аудиторія власного медіапродукту «Незламний футбол»

Цільова аудиторія фотоблогу - це здебільшого молоді люди віком від 18 до 24 роки, саме вони складають 41,2% від загальної кількості підписників. Вагома кількість аудиторії припадає на людей віком 25-34 роки (34,5%), 35-44 роки (15,3%) та 45-54 роки (3,1%). Також згідно статистики за блогом стежить 65% чоловіків та 35% жінок. Саме спираючись на ці цифри будувався контент-план зорієнтований на певну вікову категорію та стать читачів.

Так як «Незламний футбол» розповідає саме про Українську Прем'єр-Лігу, то і більшість аудиторії з України (54,9%), також присутні підписники з Німеччини (5,5%) та Польщі (3,8%), це свідчить про те, що за УПЛ слідкують люди. Якщо розглядати статистику за містами України, то там можна побачити такі цифри: Київ – 21,7%, Львів – 1,5%, Вінниця – 1,5%, Полтава – 1,3%, такі результати зумовлені тим, що більшість дописів саме про клуби, які проводять свої матчі у межах Києва.

Згідно статистики найбільше активними читачі були протягом нічного та вечірнього часу, а саме із 19 години по 3, а найпродуктивнішими днями стали четвер та субота. Завдяки цим даним можна зробити висновки, що найкраще публікувати контент саме у цей часовий проміжок та у другу половину тижня.

Ця статистика підтверджує результати дослідження, яке у 2021 році провели HubSpot, у якому визначили, що найкращий час для публікації – з 18:00 по 21:00, а найрезультативніші дні – це вихідні, а особливо субота [3].

## **2.5. Контент та засоби виразності форматів медіапродуктів проєкту в Інстаграм**

Так як основним напрямком проєкту «Незламний футбол» є фоторепортаж, то для поширення контенту переважно використовуються дописи, проте за для динамічності та різноманіття контенту також присутні сториси та рилси.

### **Дописи**

Саме дописи несуть у собі найбільше сенсове навантаження, адже являються основним напрямком блогу та джерелом інформації. У них публікуються карусель з фото які об'єднуються певною тематикою, такі як: емоції під час гри, взаємодія вболівальників з гравцями, новини, події, які сталися на матчі. Пости публікуються залежно від футбольних подій з максимальною оперативністю, саме це забезпечує краще охоплення, адже якщо опублікувати запізно підписники не будуть так яскраво реагувати на публікації. Кожен допис супроводжується текстовою частиною, вона додає ясності знімкам, щоб допис був більш зрозумілим та інформативним для читача [Додаток Ж]. Невід'ємною частиною дописів є хештеги, геолокація події та відмітки футбольних клубів, що допомагає просувати контент алгоритмами інстаграму та заохочувати нову аудиторію. Для кращої передачі атмосфери додається динамічна спортивна музика. Хорошим прикладом такого допису є публікація про те, як футболісти перед кожним матчем віддають шану українським захисникам та тим, хто поклав своє життя за свободу України [Додаток З]. У цьому і є наша незламність, ми маємо постійно пам'ятати завдяки кому маємо змогу жити на нашій землі.

Враховуючи, що це основний вид публікацій то він і є найбільш популярним та має найбільше охоплення. У середньому дописи отримують

300-400 переглядів, а також близько 9-10 репостів під кожним постом, що дуже впливає на поширення контенту.

## Сториси

Невід'ємною частиною фотоблогу в інстаграмі є сториси, завдяки ним можна привернути більше уваги до кожного з матчів, а також це дає можливість транслювати події на пряму з матчу, що робить їх максимально оперативними, а саме це збільшує перегляди та кількість поширень. Сториси викликають більше довіри у аудиторії, адже вони є більш живими та без додаткової обробки, наприклад момент з матчу, який стався дві хвилини торму, це створює ефект максимально реалістичної картинки. Завдяки тому, що сториси доступні лише 24 години читачі розуміють, що це максимально актуальний контент та більше слідкують за оновленнями розповідей, щоб випадково нічого не пропустити. Завдяки сторисам стає легше взаємодіяти з аудиторією використовуючи опитування, відкриті відповіді та реакції, які люди залишають під публікацією, тут вони значно частіше виражають свої думки та емоції ніж під звичайними дописами [Додаток І]. Активна публікація сторисів автоматично нагадує підписникам про блог навіть у ті дні, у які немає нових дописів чи рилсів. Людям достатньо поставити питання з декількома варіантами відповідей, як вони починають обирати свій, щоб залишити свою думку та подивитися статистику відповідей інших людей і зрозуміти, чи входять вони до більшості опитуваних.

Завдяки розповідям можна залучити нових підписників використовуючи відмітки футбольних клубів, які переповіряють їх собі, а також позначення геолокації місць де проходять матчі. Такий прийом використовується переважно у публікаціях з моментами гри, які відбуваються безпосередньо у цю мить під час матчу. Саме розповіді з такими відмітками набирають найбільшу кількість переглядів від 100 до 200. Адже такі сториси живі та оперативні. Хоч ця цифра поступається переглядам рилсів та дописів, проте враховуючи кількість підписників (123) це дієвий прийом просування та заохочення читачів.

## **Рилси**

Рилси – це формат коротких вертикальних відео тривалістю від декількох секунд до двох хвилин. Хоча відео рилси не є основним форматом фотоблогу «Незламний футбол», але він є його невід’ємною частиною. Завдяки ньому додається динамічність у стрічну, яка розбавляє звичайні дописи. Рилси є чудовим форматом для залучення нової аудиторії, адже необов’язково бути підписаним, щоб тобі показали це відео. Завдяки алгоритмам інстаграму у розділі рилс можна переглянути рандомний рекомендований для вас та ваших інтересів відеоконтент. Цей формат легко сприймається аудиторією, адже він динамічний, швидкий, зрозумілий та не викликає відчуття нудьги. Він є більш розважальним у порівнянні з дописами та сторисами, проте не менш цікавий та актуальний.

Рилси створюються з коротких відео із застосуванням візуальних ефектів таких як спалахи, динамічне змінення кадрів та плаваючий текст. Одним із прикладів таких відео є рилс про яскраві моменти УПЛ сезону 2025/26 з нарізкою ігрових моментів, святкувань, підтримки вболівальників, результатів матчів [Додаток К]. Цей формат є найновішим серед інших і тому інстаграм краще просуває такі відео завдяки чому збільшує охоплення акаунтів, які їх публікують. Не дивлячись на те, що рилси не є основним форматом фотоблогу, проте вони показують непогані результати охоплення, кожен з них зібрав близько 300-400 переглядів. Ці відео є дуже гнучкими, адже їх розуміють іноземці, які не знають мови, але можуть побачити відео у рекомендаціях та зацікавитися. Завдяки цьому розширюється цільова аудиторія блогу.

### **Засоби виразності:**

Головним засобом виразності у фотоблозі відіграє сама назва «Незламний футбол» адже українці вважаються незламним народом, який не здається при жодних обставинах, як і футбольні гравці чийі світлини можна спостерігати у фотоблозі.

Також засоби виразності використовуються у самих знімках, адже у кожного фотографа є свій унікальний стиль, який з часом стає впізнаваним. Окрім цього виразність спостерігається також у текстах, які спонукають до реакції аудиторії, чи діалогу, а ще у музиці, яка використовується у дописах, кожна підбирається окремо до допису, рилсу чи сторису враховуючи сенси та текстову частину. Наприклад у дописі про вшанування пам'яті полеглих військових перед матчем використовується пісня «Вистоїмо», яка піднімає патріотичний дух та жагу до боротьби. А у переможному дописі про срібло УПЛ, яке забрав ЛНЗ звучить жвава пісня про саму команду, відразу даючи зрозуміти який це клуб та звідки він [Додаток Л].

У текстовій частині публікацій використовуються речення, які залучають читачів до комунікації у відповідь, наприклад: «Чи зможе Ярмоленко побити рекорд Шацьких?», «А як ви думаєте?», «Як вам матч?», «З яким рахунком закінчиться матч?» та інші.

## **2.6. Технічні й програмні засоби**

Для створення авторського фотоблогу «Незламний футбол» використовувалися різні фото-, відео-, гаджети, комп'ютери та застосунки.

### **Технічні засоби:**

1. Смартфон – для публікацій, монтажу відео, написання текстів, оформлення сторисів, створення відеоконтенту.
2. Ноутбук - для вивантаження, відбір та обробку фотографій.
3. Кардрідер – для перенесення фото з карти пам'яті на ноутбук.
4. Фотокамера та об'єктиви – для створення фотоконтенту.
5. Навушники – для монтажу відео та підбору музики.
6. Портативні акумулятори – для забезпечення безперервної роботи техніки.

### **Програмні засоби:**

1. Adobe Photoshop, Lightroom – для обробки та редагування фотознімків.
2. Canva – для створення постів з доданим текстом на фото та колажів.
3. CapCut – додаток для монтажу відео.
4. Google Keep – для написання текстів до постів та сторисів.
5. Supershift – додаток для планування матчів для їх відвідування.
6. Інстаграм – платформа на якій здійснюється публікація.

## **2.7. Сфера застосування та результати апробації**

Сфера застосування фотоблогу «Незламний футбол» - це соціальна мережа «Інстаграм». Цей проєкт є окремим повноцінним медіапроєктом, основним каналом поширення є саме ця платформа. Вибір саме цієї соціальної мережі є абсолютно доцільним та стратегічно важливим для досягнення всіх поставлених цілей у популяризації даного проєкту. Інстаграм дає змогу транслювати футбольні події Української Прем'єр-Ліги, а також має низку переваг, які дозволяють успішно просувати блог, досягати поставлених цілей та реалізовувати головні місії проєкту.

### **Переваги інстаграму для ведення фотоблогу:**

1. Велика аудиторія. За даним дослідження Plusone social impact кількість користувачів Інстаграму в Україні на 2026 рік становить 13,2 млн користувачів без урахування Донецької та Луганської областей, що є одним з найкращих результатів в Україні.[2]
2. Візуальний формат соцмережі. Інстаграм є найзручнішою платформою для публікації світлин та коротких відео. Тут цінується висока якість фото та відео продукту.
3. Аналітика. Інстаграм має дуже зручну систему надання аналітики стосовного будь-якого формату публікацій. Завдяки цьому значно легше планувати публікацію, відслідковувати охоплення, взаємодії та їхні зміни і у разі чого корегувати подачу контенту.

4. Взаємодія з аудиторією. В інстаграмі доступна велика кількість можливостей комунікації з аудиторією. Це можуть бути коментарі під дописами чи рилсами, реакції, відповіді у інтерактивних віконечках у сторисах, а також спілкування у приватних повідомленнях.
5. Цільова аудиторія. Саме в інстаграмі сконцентрована найбільша частина футбольних фанатів, які стежать за сторінками улюблених клубів та спортивних медіа і саме вони є цільовою аудиторією фотоблогу.
6. Хештеги. Завдяки хештегам зацікавлений читач має змогу знайти сторінку фотоблогу не будучи на неї підписаним.

У наш час майже кожне медіа, чи медіапроект має сторінку у соціальних мережах. Саме звідси більшість людей дізнаються новини, поширюють та реагують на них, це робить інстаграм чудовою платформою для просування контенту.

### **Результати роботи фотоблогу «Незламний футбол»**

Фотоблог існує 2 місяці, тому розглянемо результати просування саме за цей період.

#### **Аудиторія:**

За цей період на сторінку фотоблогу підписалося 123 користувачі, перегляди досягли 10 тисяч з яких 55% читачі та ще 45% не читачі, а охопив акаунт 1200 облікових записів [Додаток М].

#### **Контент:**

Згідно зі статистикою акаунту «Незламний футбол» за цей період дописи переглянуло 6 тисяч користувачів, рилси – 1400, а сториси – 2800. Якщо перевести це у відсотки, то дописи зібрали 58,4% переглядів від загальної кулькості, розповіді – 27,6% і рилси – 13,9% відповідно.

## Приклади успішних публікацій [Додаток Н]

1. Допис з підсумками непростого матчу «Оболонь» – «Кудрівка» набрав 630 переглядів, 35 лайків, 5 коментарів, 10 репостів та 7 збережень.
2. Допис про срібло ЛНЗ в УПЛ та їхнє святкування зібрав 600 переглядів, 34 лайки, 5 коментарів, 10 репостів та 6 збережень.
3. Допис із фотозвітом з матчу «Епіцентр» - «Олександрія» - 580 переглядів, 35 лайків, 3 коментарі, 10 репостів та 6 збережень.
4. Допис з моментами матчу «Оболонь» – «Епіцентр», він зібрав 475 переглядів, 35 лайків, 5 коментарів, 10 репостів та 6 збережень.
5. Відео рилс з матчу «Епіцентр» - «Олександрія» зібрав 447 переглядів, 29 лайків, 3 коментарі, 9 репостів та 6 збережень.
6. Допис з емоціями гравців під час матчу «Оболонь» – «Кудрівка» зібрав 410 переглядів, 32 лайки, 3 коментарі, 10 репостів та 7 збережень.
7. Відео рилс з нарізкою моментів з цього сезону УПЛ зібрав 405 переглядів, 18 лайків, 5 коментарів, 7 репостів та 7 збережень.
8. Перший допис фотоблогу з матчу «Епіцентр» - «Кудрівка» отримав 400 переглядів, 44 лайки, 4 коментарі, 9 репостів та 5 збережень.
9. Допис про хвилину мовчання та вшанування полеглих перед кожним матчем зібрав 390 переглядів, 20 лайків, 4 коментарі, 7 репостів та 6 збережень.
10. Допис про військових з ампутацією, які завітали на матч «Оболонь» - «Полтава» - 370 переглядів, 30 лайків, 3 коментарі, 6 репостів та 5 збережень.

У цьому топі немає сторисів, адже вони набирали максимально 205 переглядів, це були прямі включення під час матчу та святкування команди ЛНЗ. Такі низькі охоплення зумовлені невеликою кількістю підписників, а сториси переглядають зазвичай саме читачі блогу.

Підсумовуючи, можна зробити висновки, що люди найкраще взаємодіяли з контентом, який викликає емоції: радість, здивування, сум. Теми пов'язані з повномасштабним вторгненням теж викликають багато емоцій, це можна зрозуміти за дописами про хвилину мовчання та військових з ампутацією. Саме це і було головною ціллю блогу – викликати емоцію від перегляду знімків.

Найкращі охоплення мали дописи, але рилси теж в ходять у число постів з хорошими результатами. За цей період використовувалась немаленька кількість відміток сторінок футбольних клубів, а також хештегів, які також збільшували перегляди як у дописах, так і у сторисах [Додаток П].

## **2.8 Висновок**

У період повномасштабного вторгнення надважливо бути стійкими і незламними у будь-якій сфері нашого життя і футбол не є винятком. Наша країна живе, рухається вперед. Завдяки футболу ми маємо змогу говорити про війну, нагадувати про жахливі речі які собі дозволяє ворог на нашій території та завжди пам'ятати про тих, хто вже поклав своє життя за нашу свободу, але щоб нас почули важливо транслювати це світові усіма можливими способами. Фотоблог «Незламний футбол» є частиною цієї місії, який показує життя команд Української Прем'єр-Ліги у такий складний час. Не дивлячись та нічні обстріли, постійні тривоги, мінімальну кількість вболівальників на трибунах та емоційну напругу український футбол живе і розвивається.

У рамках цього проєкту було досліджено методи просування футбольного фотоконтенту на платформі «Інстаграм». Ця соцмережа стала чудовою можливістю для популяризації різноманітного контенту, спілкування з аудиторією, аналізу охоплень,

Завдяки фотоблогу «Незламний футбол» був проведений аналіз роботи соціальної мережі, конкурентів, цільової аудиторії, вибудована стратегія просування. У результаті вдалося створити блог, який першочергово цікавий молодому поколінню віком від 18 до 35 років, які захоплюються футболем. Не

дивлячись на те, що останнім часом у соцмережах почав переважати відеоформат контенту, вдалося зробити так, щоб люди зацікавилися фотознімками. Завдяки цьому у них з'явилася можливість побачити більше ніж просто забитий гол, а емоції гравця, який відправив м'яч у ворота, воротаря, який його пропустив та захисників, які не встигли перехопити. Також був вибудований план комунікації з аудиторією через тексти у дописах, на які вони реагують у коментарях, інтерактиви у розповідях та запитання у приватних повідомленнях.

Під час аналізу конкурентів було визначено їхні сильні та слабкі сторони, запозичено цікаві ідеї, які в результаті були адаптовані під авторський стиль фотоблог. Щоб максимально зацікавити аудиторію «Незламний футбол» використовував усі можливі методи поширення інформації: дописи, рилси та сториси. Для кожного формату був розроблений контент-план відповідно до цільової аудиторії, який у результаті показав хороші статистичні данні, адже люди ставили вподобайки, коментували та активно поширювали контент. Проаналізувавши результати у контент-план були внесені корективи, щоб виключити помилки, які були зроблені у ході публікацій та ще більше залучити аудиторію до взаємодії із контентом. На прикладі успішних публікацій було визначено на чому має робитися акцент у майбутніх дописах. За час роботи фотоблогу він отримав хороший приріст аудиторії та охоплення, став цікавим аудиторії як з України, так і країн Європи.

Фотоблог комбінує у собі фото, відео, аудіо та тексти, для того, щоб зробити сторінку максимально різноманітною та цікавою. Були проведені експерименти з обробкою, монтажем та підбором музики для публікацій, які завершилися успіхом. Серед форматів найбільшої популярності отримали дописи, адже вони є основою фотоблогу з глибшими сенсами та меседжами, тому до них прикута основна частина уваги.

Загалом фотоблог «Незламний футбол» має хороші перспективи розвитку на цій платформі, адже його швидко знаходить цільова аудиторія, яка у результаті активно взаємодіє з контентом та об'єднується навколо

українського футболу. Це вчергове доводить, що він незламний, як і вся наша нація. Зупинити момент на секунду і розглянути весь спектр емоції – це те, за чим приходять читачі на цю сторінку. У цьому і є унікальність даного проєкту, побачити те, що людське око зазвичай пропускає повз.

### III. СПИСОК ДЖЕРЕЛ

1. 2023 sports fan insights: The beginning of the immersive sports era. Deloitte Center for Technology, Media & Telecommunications  
URL:[https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/sports/immersive-sports-fandom.html?utm\\_source.com](https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/sports/immersive-sports-fandom.html?utm_source.com)
2. Plusone social impact. Дослідження української аудиторії Facebook та Instagram, 2026.  
URL:<https://plusone.ua/research/>
3. Коли краще публікувати контент у соцмережах? Висновки із дослідження HubSpot. Sharoval Agency.  
URL:<https://sharoval.agency/koly-krashhe-publikuvaty-kontent-u-socz-merezhah-vysnovky-iz-doslidzhennya-hubspot/>
4. Мельник В. Просування іміджу спортивного об'єкта засобами smm та інфлюенс-маркетингу. Міжнародна науково-практична конференція.  
URL:<https://repository.knuba.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2dd55062-3dad-418f-8e2f-4ac9a4d29a92/content>
5. Понад третина українців отримують новини тільки із соцмереж — результати дослідження. «Інтерньюз-Україна».  
URL:[https://internews.ua/opportunity/media\\_trust\\_consumption\\_2025\\_release](https://internews.ua/opportunity/media_trust_consumption_2025_release)
6. Чи потрібні під час війни розваги й культурні заходи — точка зору психолога. Суспільне новини.  
URL:<https://suspilne.media/534409-ci-potribni-pid-cas-vijni-rozvagi-i-kulturni-zahodi-tocka-zoru-psihologa/>
7. Як клуби УПЛ розвивають свої соцмережі: рейтинг за підсумками сезону 2024/25. SportBusiness Media.  
URL:<https://sportbusiness.media/2025/06/10/yak-kluby-upl-rozvyvayut-svoyi-soczmerzhi-rejtyng-za-pidsumkami-sezonu-2024-25/>

## IV. ДОКУМЕНТАЦІЯ

### Додаток А

#### Фотоблог «Незламний футбол» на платформі Інстаграм

**field.upl** ...

Незламний футбол

21 дописів Читачі: 122 Стежить: 34

Блогер

Фотоблог про футбол

Неймовірні кадри Української Прем'єр-ліги

📍 field.upl

Стежать ayozayarna, marushchenko\_k.r і ще 23

Відстежується ▾      Повідомлення      +8

Новини     
 На полі     
 Результати

## Додаток Б

Приклади інтерактивних публікацій футбольних клубів «Шахтар» і «ЛНЗ» на платформі Інстаграм





Додаток В

Приклади використання контенту з ютубу на сторінці «Футбольного блогу»



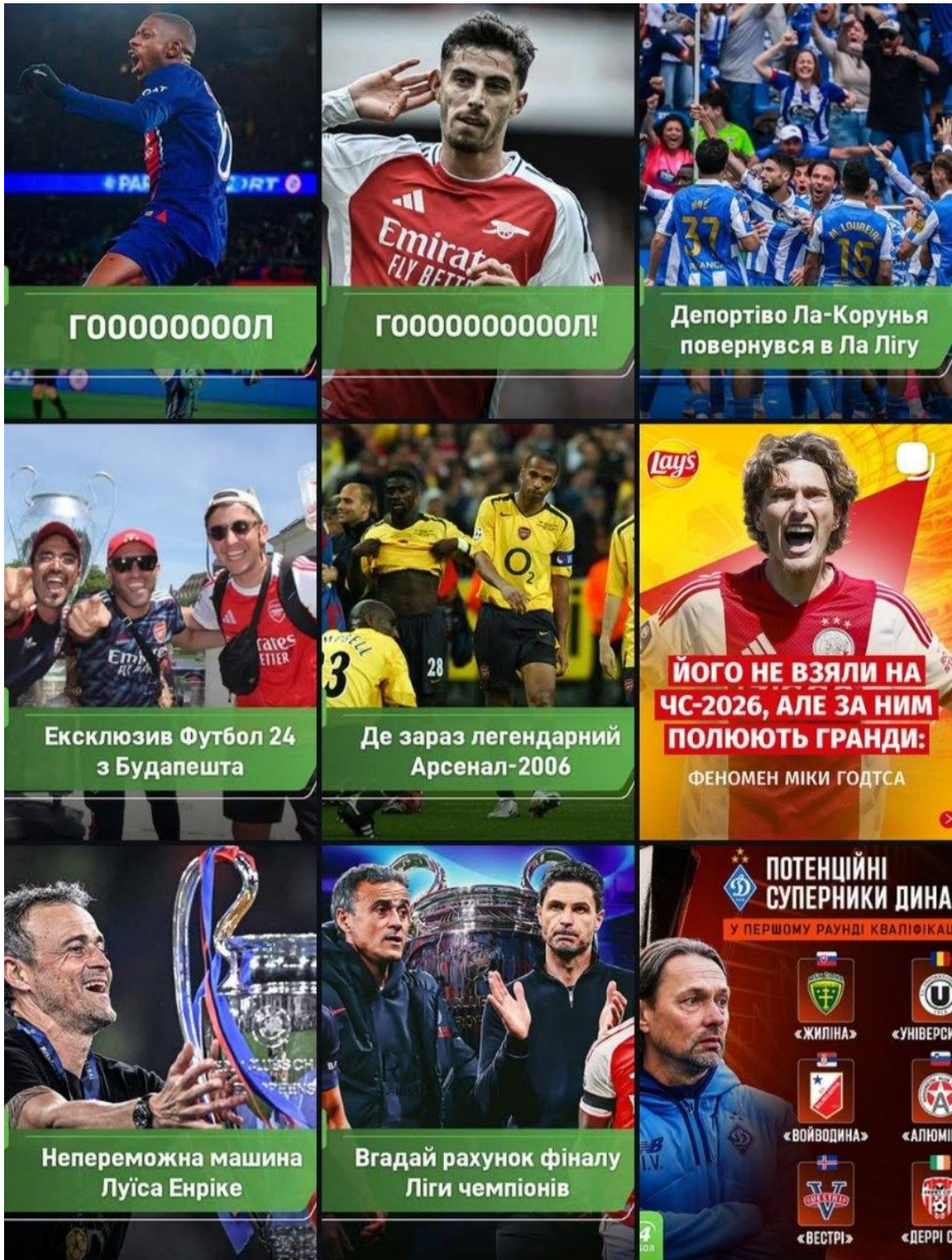
## Додаток Г

Приклади публікацій на сторінці «Спортивний фотограф»



Додаток Д

Приклад публікації на сторінці «Футбол 24»



Додаток Е

Приклад публікацій на сторінці «Український футбол з низів»



## Додаток Ж

### Приклад оформлення текстової частини у дописах

**field.upl**  
Оболонь-Арена

**field.upl** Як ЛНЗ святкував срібло УПЛ та перемогу над Оболонню  
Команда, яка виграла це місце у турнірній таблиці і яка показала, що у Черкасах теж вміють грати у футбол. Вітаємо команду та чекаємо у Єврокубках @fclnz

#футбол #упл #лнз #матч #перемога

6 дн.

**photo.lerok** Герої цього сезону 🏆

1 д. Відповісти

👍 🗨️ 🔄 🚩

👤 Уподобали ayozayama і ще 33

6 дн. тому

😊 Додайте коментар... Опублік

---

**field.upl**  
Футбольний клуб "Лівий берег"

**field.upl** Футбол — це не просто гра. Тут є все: боротьба, надія, розчарування та триумф. 🏆🔥  
Але головний феномен цієї гри в тому, що вона збирає поруч абсолютно різних людей. У мить, коли забивається гол, статус, вік чи професія не мають значення. Ми просто люди, які розділяють одну пристрасть на всіх.  
Футбол нагадує нам: у нас набагато більше спільного, ніж здається.  
@fc\_epicentr\_official

#футбол #епіцентр #матч #упл

4 тиж.

**hlebakorochka** 🏆🔥

👍 🗨️ 🔄 🚩

👤 Уподобали ayozayama і ще 30

28 квітня

😊 Додайте коментар... Опублікува

## Додаток З

### Допис про те, що перед кожним матчем гравці віддають шану загиблим у війні

**field.upl**  
Київ

**field.upl** Перед кожним стартовим свистком, коли стадіон на мить завмирає, наші серця б'ються в унісон. Хвилина мовчання перед кожним матчем — це не просто регламент. Це наша найглибша шана, наш біль і наша безмежна вдячність.

Схиляємо голови перед кожним Героєм і Героїною, які віддали найдорожче — своє життя — за нашу свободу, за можливість жити, дихати та грати у футбол на рідній землі. Ми пам'ятаємо тих, хто просто зараз тримає небо над нами в окопах.

Футболісти виходять на поле, але справжні титани — на передовій.

👍 🗨️ 🔄 🚩

👤 Уподобали valerianaay і ще 19

3 дн. тому

😊 Додайте коментар... Опублікува

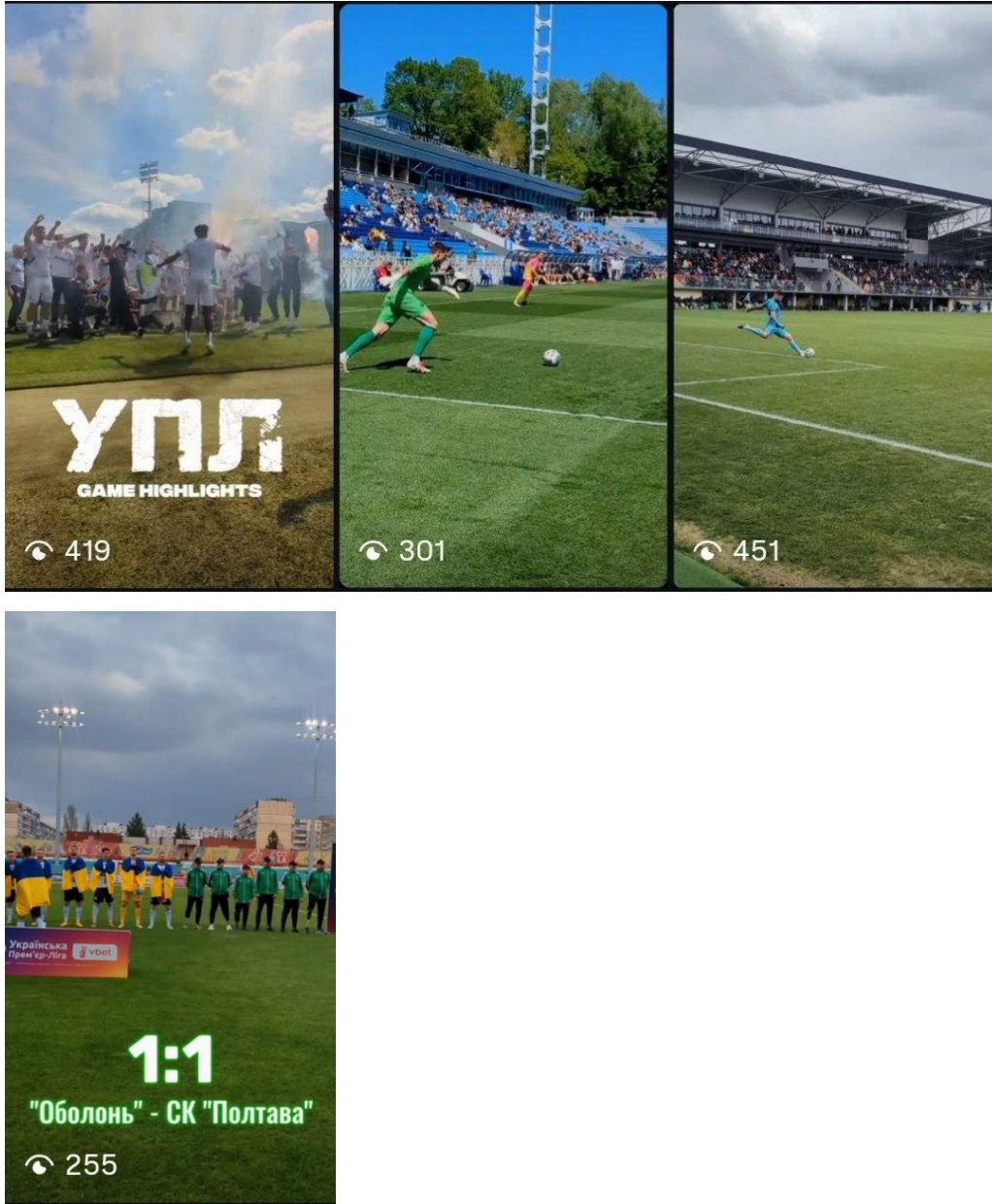
Додаток I

Приклади сторисів фотоблогу



Додаток К

Приклади рилсів



## Додаток Л

## Приклад використання аудіозаписів у дописах



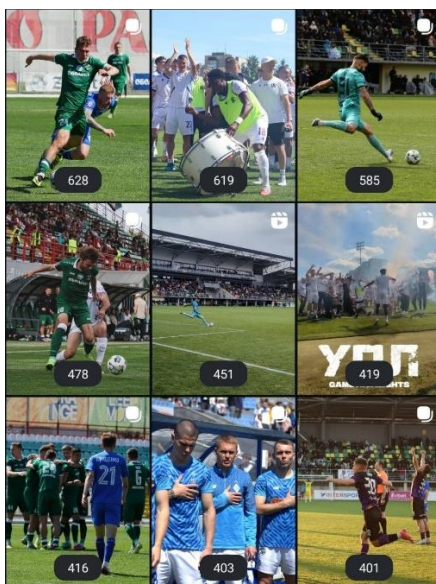
## Додаток М

## Приклади статистики



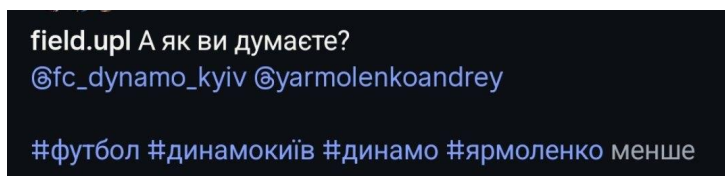
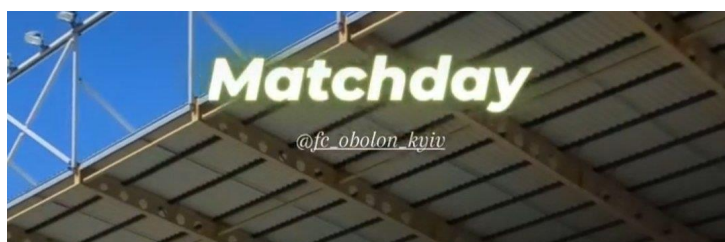
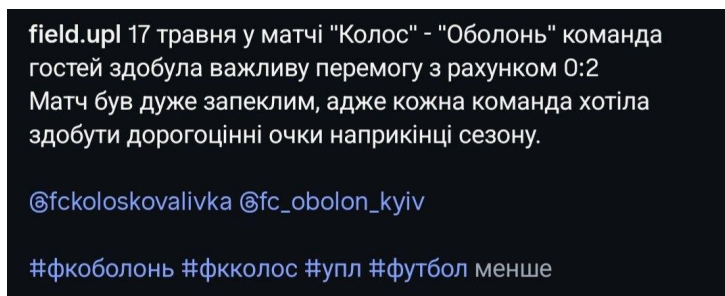
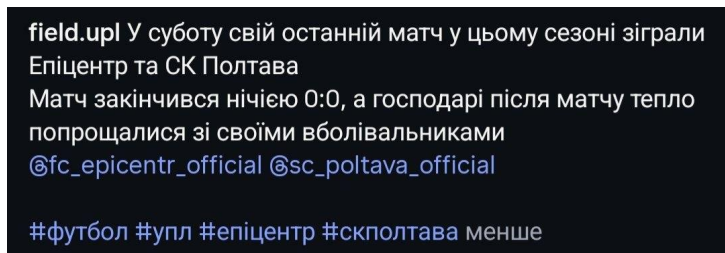
## Додаток Н

## Приклади найпопулярніших публікацій за період роботи блогу



## Додаток П

Приклади використання відміток клубів у сторис та дописах та використання хештегів



## V. АНОТАЦІЯ

### **Гаврилюк В. Інстаграм у роботі спортивного журналіста (на прикладі авторського фотоблогу «Незламний футбол»)**

*Ключові слова:* фотоблог, футбол, Інстаграм, дописи, сториси, рилси, УПЛ, соціальні мережі, просування, контент.

«Незламний футбол» - фотоблог про Українську Прем'єр-Лігу, який показує незламність нашого футболу у період війни крізь призму фотооб'єктиву. Його головне завдання популяризувати футбол, нагадати про його важливість у період війни, залучити молоде покоління до фанатського руху та відобразити весь спектр емоцій під час гри. Важливо, щоб люди об'єднувалися навколо футболу та мали змогу хоч і на відстані, але відчувати ці емоції та підтримати улюблену команду, адже футбол незламний, так само як і наша країна.

Платформою для реалізації блогу було обрано соцмережу Інстаграм, адже ця платформа найкраще підходить для публікації фотоконтенту та у ній зручно комунікувати з аудиторією. Контент зосереджений на каруселях з фотознімками подій, новин, емоцій, цікавих моментів гри, важливих соціальних тем, а також відео рилси, які зроблені з яскравих моментів матчів та додають динамічності у стрічку. Сториси додають відчуття зближення на передачу реальних емоцій, адже вони публікуються з максимальною оперативністю та без додаткової обробки. Взаємодія з аудиторією відбувається за рахунок коментарів та особистих повідомлень. Велику частину сенсового навантаження несе текстова частина дописів, яка привертає увагу до важливих тем та робить публікації більш інформативними.

## ANNOTATION

### **Havryliuk V. Instagram in the work of a sports journalist (using the example of the author's photo blog "Unbreakable soccer")**

*Keywords:* photo blog, soccer, Instagram, posts, stories, reels, UPL, social media, promotion, content.

"Unbreakable Football" is a photo blog about the Ukrainian Premier League that showcases the resilience of our football during wartime through the lens of a camera. Its main goal is to popularize football, remind people of its importance during wartime, engage the younger generation in the fan movement, and capture the full spectrum of emotions during a match. It is important for people to come together around soccer and have the opportunity even from a distance to feel these emotions and support their favorite team, because soccer is unbreakable, just like our country.

Instagram was chosen as the platform for the blog because it is best suited for publishing photo content and makes it easy to engage with the audience. The content focuses on carousels featuring photos of events, news, emotions, interesting moments from the game, and important social topics, as well as video highlights made from the most exciting moments of matches, which add dynamism to the feed. Stories create a sense of closeness and convey real emotions, as they are posted as quickly as possible and without additional editing. Interaction with the audience takes place through comments and direct messages. The text portion of the posts carries the bulk of the meaning, drawing attention to important topics and making the posts more informative.