

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

Гуманітарно-педагогічний факультет

ДОПУЩЕНО ДО ЗАХИСТУ  
Завідувач кафедри журналістики та  
мовної комунікації  
\_\_\_\_\_ проф. Світлана ХАРЧЕНКО  
« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ БАКАЛАВРА

на тему:

**«РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ ТА СТВОРЕННЯ ЮТУБ-КАНАЛУ ДЛЯ  
СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСУ (СМТ. ІВАНКІВ)»**

Спеціальність 061 Журналістика

Гарант освітньої програми  
доктор філологічних наук, професор

Світлана ХАРЧЕНКО

Керівник дипломного проєкту бакалавра  
кандидат наук із соціальних комунікацій

Людмила РИЖЕНКО

Виконала

Каріна МАРКІТАН

КИЇВ – 2025

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ  
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ  
Гуманітарно-педагогічний факультет

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри журналістики та  
мовної комунікації

\_\_\_\_\_ Світлана ХАРЧЕНКО  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломного проєкту бакалавра студенту

Тему дипломного проєкту бакалавра: **«Розробка концепції та створення ютуб-каналу для спортивного комплексу (смт. Іванків)»**, затверджено наказом ректора НУБіП України від «27» січня 2025 р. № 90 «С».

Термін подання завершеної роботи на кафедру 01.05.2025

**Вихідні дані до дипломного проєкту бакалавра:**

аналіз і синтез — для вивчення сучасних тенденцій цифрового маркетингу та відеокommунікації; порівняльний метод — для оцінки прикладів успішних спортивних YouTube-каналів; проєктний метод — для розробки концепції каналу; а також практичні методи — для створення відеоконтенту, монтажу та технічного оформлення платформи.

**Перелік питань, які потрібно розробити:** Описати особливості створення культурологічного відеоконтенту на платформі YouTube; розробити візуальну концепцію каналу, включаючи елементи айдентики (логотип, банер, мініатюри); вивчити приклади подібних проєктів, що висвітлюють локальну культурну спадщину; сформулювати стратегію просування каналу; оцінити потенціал залучення аудиторії на основі існуючих даних щодо популярності YouTube-каналів, що працюють у подібній тематиці.

Дата видачі завдання «01» жовтня 2024 р.

Керівник дипломного проєкту бакалавра  
кандидат наук із соціальних комунікацій

Людмила РИЖЕНКО

Завдання прийняв до виконання

Каріна МАРКІТАН

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ YOUTUBE-КАНАЛУ.....</b>	<b>7</b>
1.1. Відеохостинг як медіаплатформа в системі передачі інформації.....	7
1.2. Комунікативні аспекти діяльності YouTube-каналу для популяризації контенту.....	11
1.3. Специфіка висвітлення діяльності спортивного комплексу засобами відеохостингу.....	17
Висновки до розділу 1. ....	20
<b>РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ YOUTUBE-КАНАЛУ «ІВАНКІВСЬКИЙ СПОРТКОМПЛЕКС».....</b>	<b>22</b>
2.1. Стратегія розвитку та технічні аспекти створення YouTube-каналу..	22
2.2. Підготовка відеоматеріалів спортивної тематики.....	26
2.3. Оцінка ефективності функціонування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» .....	31
Висновки до розділу 2.....	34
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>36</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>39</b>

## ВСТУП

**Актуальність дипломної роботи** зумовлена сучасними тенденціями цифровізації та зростанням ролі соціальних мереж у популяризації місцевих ініціатив. У наш час онлайн-платформи, зокрема YouTube, стали потужним інструментом для комунікації з аудиторією, підвищення впізнаваності брендів і залучення нових клієнтів. Для невеликих населених пунктів це відкриває можливість заявити про себе на ширшу аудиторію, просувати здоровий спосіб життя та спортивні заходи. Створення якісного відеоконтенту дозволяє показати роботу спортивного комплексу зсередини, демонструвати досягнення місцевих спортсменів та мотивувати молодь до активної участі в спорті. Особливо важливою є цифрова присутність у післякарантинний період, коли багато подій і заходів перейшли в онлайн-формат. Таким чином, YouTube-канал стає не просто інформаційним майданчиком, а елементом стратегії розвитку громади.

Дипломна робота також є актуальною в контексті підвищення цифрової грамотності на локальному рівні та розвитку комунікаційних стратегій у громадському секторі. Розробка контент-плану, айдентики каналу, формування цільової аудиторії та вибір форматів подачі інформації — усе це є важливими навичками сучасного фахівця у сфері медіа та комунікацій. Проєкт дозволяє на практиці застосувати теоретичні знання в реальному середовищі, а також сприяє розвитку критичного мислення, креативності та технічних навичок. Отже, дана тема є на часі, соціально значущою та має практичну цінність як для громади, так і для автора дослідження.

**Мета дослідження** — розробити ефективну концепцію та створити YouTube-канал для спортивного комплексу смт. Іванків як сучасного інструменту комунікації, популяризації спорту та залучення цільової аудиторії до активного способу життя.

**Завдання дослідження:**

1. Проаналізувати сучасні тенденції розвитку спортивного контенту на платформі YouTube.
2. Розробити концепцію YouTube-каналу з урахуванням цілей закладу та інтересів глядачів.
3. Створити контент-план і візуальне оформлення каналу.
4. Реалізувати запуск каналу та протестувати ефективність окремих форматів відео.
5. Провести оцінку ефективності діяльності YouTube-каналу, визначити критерії успішності та показники для аналізу результатів.

**Об'єкт дослідження** — блогосфера відеохостингу YouTube в контексті просування спортивної діяльності

**Предмет дослідження** — інструменти YouTube, маркетингові механізми створення та просування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» у смт. Іванків.

**Методи дослідження.** У процесі виконання дипломної роботи були використані загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналіз і синтез — для вивчення сучасних тенденцій цифрового маркетингу та відеокommunікації; порівняльний метод — для оцінки прикладів успішних спортивних YouTube-каналів; проєктний метод — для розробки концепції каналу; а також методи практичної реалізації — для створення відеоконтенту, монтажу та технічного оформлення платформи.

**Практичне значення** роботи полягає у можливості застосування розроблених методик для створення ефективного YouTube-каналу спортивного комплексу, що дозволить залучити широку аудиторію, підвищити рівень обізнаності про послуги закладу та сприяти його комерційному розвитку.

### **Апробація**

Відбулася на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих науковців «Сучасні тенденції в медіагалузі» 5 травня 2025 року.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів із підрозділами, загальних висновків та списку використаних джерел у кількості 28 найменувань.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ YOUTUBE-КАНАЛУ**

### **1.1. Відеохостинг як медіаплатформа в системі передачі інформації**

Відеохостинг — це онлайн-сервіс, який дозволяє користувачам завантажувати, зберігати, переглядати та поширювати відеофайли через інтернет. Найпопулярнішими платформами є YouTube, Vimeo, Dailymotion, TikTok та інші. Користувачі можуть створювати власні канали, додавати до них контент та формувати аудиторію. Відеохостинг є інструментом масової комунікації, який активно використовується як приватними особами, так і компаніями. Завдяки цьому сервісу відео доступні глядачам у будь-якому куточку світу. Це зручний спосіб обміну інформацією, розвагами, знаннями та новинами.

Основні функції відеохостингу включають завантаження, обробку, збереження та відтворення відеоконтенту. Платформи автоматично конвертують відео у формати, сумісні з різними пристроями, забезпечуючи швидке та якісне відтворення. Відеохостинг також забезпечує захист авторських прав та інструменти монетизації контенту для авторів. Користувачі можуть взаємодіяти з контентом через коментарі, лайки, підписки та поширення в соціальних мережах. Системи рекомендацій допомагають знаходити новий цікавий контент відповідно до уподобань глядача [1]. Таким чином, відеохостинг стає інтерактивною платформою для обміну візуальною інформацією.

У сучасному інформаційному просторі відеохостинги мають надзвичайно важливе значення. Вони перетворилися на окремий сегмент медіаіндустрії з великим впливом на громадську думку. Через відеоплатформи проводяться

навчання, маркетингові кампанії, культурні заходи та політична агітація. Відеохостинг сприяє розвитку особистих брендів, інфлюенсерства та електронної комерції. Крім того, це простір для самовираження, креативності та свободи слова. Сучасна молодь дедалі частіше споживає інформацію саме через відеоконтент, що посилює роль цих платформ.

Однак відеохостинги також мають певні виклики, пов'язані з безпекою, модерацією контенту та етикою. Поширення фейкових новин, пропаганди чи шкідливого контенту потребує ефективного контролю з боку адміністрації сервісів. Водночас надмірна цензура може обмежити свободу вираження поглядів. Баланс між свободою і відповідальністю — ключове завдання для розробників платформ. З розвитком технологій, таких як штучний інтелект і автоматична модерація, відеохостинг продовжує вдосконалюватися. У підсумку, ці платформи залишаються важливими інструментами у глобальному інформаційному просторі [2, с. 98-103].

YouTube займає провідне місце серед усіх відеохостингів як у світі, так і в Україні. Це найпопулярніша платформа для перегляду відео, що поєднує розважальний, освітній, інформаційний та комерційний контент. За статистикою, щомісячна аудиторія YouTube у світі перевищує 2 мільярди користувачів, а в Україні — понад 17 мільйонів. Платформа є доступною з будь-якого пристрою, підтримує високоякісне відео, прямі трансляції, субтитри, а також має мобільний додаток. Для українських користувачів YouTube став не лише засобом дозвілля, а й джерелом новин, аналітики, публічних обговорень та навчання. Особливо активно платформа використовується під час важливих суспільних і політичних подій.

Функціональність YouTube вирізняється серед конкурентів завдяки гнучким можливостям створення та просування контенту. Автори можуть монетизувати відео, отримуючи дохід від реклами, спонсорств та продажу товарів. YouTube підтримує аналітику для авторів, дозволяє керувати каналом,

спілкуватися з підписниками та оптимізувати вміст для пошуку. В Україні багато блогерів, журналістів, освітян і митців створюють контент, орієнтований саме на українську аудиторію. Особливо популярними є канали про політику, економіку, психологію, гумор і військові події. Після початку повномасштабної війни в 2022 році платформа стала важливим інформаційним ресурсом для мільйонів громадян [6, с. 66-69].

YouTube має значне охоплення завдяки алгоритмам рекомендацій, які дозволяють глядачам легко знаходити новий контент, що відповідає їхнім інтересам. У контексті України це дало змогу багатьом маловідомим авторам швидко здобути популярність. Також YouTube відіграє роль цифрової сцени для незалежних медіа, громадських організацій та культурних проєктів, які не мають доступу до традиційного телебачення. Завдяки субтитрам та автоматичному перекладу контент українською мовою може споживатися і за кордоном, що підсилює інформаційний вплив держави. Крім того, платформа дає змогу розвивати українську мову, культуру та освітні ініціативи. Численні блогери, репортери і фахівці ведуть канали, що сприяють поширенню правдивої інформації про Україну у світі.

Серед інших відеохостингів, таких як TikTok, Vimeo, Facebook Watch чи Instagram Video, YouTube залишається найбільш універсальним за кількістю функцій і глибиною взаємодії з аудиторією. TikTok, хоч і стрімко набирає популярності серед молоді, здебільшого орієнтований на короткі відео. Vimeo — платформа з високою якістю зображення, але з меншою масовістю. У Facebook та Instagram відео є додатковим елементом, а не основною функцією. Натомість YouTube об'єднує довгі відео, стріми, навчальні курси, дитячий контент і навіть фільми. В Україні YouTube вже давно вийшов за межі просто розваг і став критично важливою платформою для освіти, політичної мобілізації та соціальної активності [9, с. 148-155].

YouTube надає авторам контенту широкий спектр технічних можливостей для створення, редагування та розповсюдження відео. Завантаження відео можливе в різних форматах та роздільностях — від стандартного SD до 4K і навіть 8K. Автори можуть додавати описи, мітки, інтерактивні елементи, посилання та таймкоди для зручнішої навігації по відео. Доступна функція субтитрів, як ручного введення, так і автоматичного генератора, що значно розширює аудиторію, включаючи людей з порушеннями слуху. Також можна налаштувати доступ до відео — публічний, обмежений або приватний — залежно від цільової аудиторії. Для прямих ефірів автори мають змогу проводити трансляції з затримкою, додавати чат, опитування та інші інтерактивні елементи.

Важливим інструментом є YouTube Studio — панель керування, яка дозволяє авторам аналізувати статистику переглядів, тривалість перегляду, джерела трафіку та демографію глядачів. Це дає змогу оптимізувати контент під уподобання аудиторії, підвищувати його ефективність і планувати публікації. Автори можуть налаштовувати мініатюри (обкладинки), створювати трейлери каналів і додавати вступи або кінцеві заставки. Крім того, доступна функція розділення доходу з реклами, суперчатів, спонсорських підписок і YouTube Premium, що відкриває можливість монетизації каналу. Система авторського права (Content ID) дозволяє авторам захищати свій контент і відстежувати його використання на інших каналах [13, с. 440-445]. Усі ці інструменти сприяють професійному веденню каналу без потреби у складному технічному обладнанні.

Окремо варто згадати про доступ до музичної бібліотеки YouTube, яка містить безкоштовні треки та звукові ефекти для використання у відео. Це зручно для авторів, які не мають власного аудіоконтенту або хочуть уникнути порушення авторських прав. Також платформа підтримує інтеграцію з іншими сервісами — наприклад, OBS Studio для стрімінгу, Google Ads для просування, та Canva або Adobe для створення графіки. Завдяки регулярним оновленням, YouTube постійно розширює технічні можливості, щоб відповідати сучасним

запитам творців контенту. Таким чином, платформа залишається доступною як для початківців, так і для професійних продакшн-студій.

YouTube має низку суттєвих переваг перед традиційними засобами масової інформації (телебаченням, радіо, друкованими виданнями) у поширенні відеоінформації, що робить його надзвичайно впливовим у сучасному медіапросторі.

По-перше, платформа забезпечує миттєвий доступ до глобальної аудиторії без потреби у великих бюджетах або професійному обладнанні. Будь-хто з інтернет-з'єднанням може завантажити відео та поширити свою думку, інформацію або творчий продукт. Це демократизує інформаційний простір і дає змогу почути голоси, які рідко з'являються на телебаченні чи в газетах. По-друге, YouTube працює в режимі 24/7, а контент доступний у будь-який час і з будь-якого місця, що робить його значно зручнішим за телепрограми з жорстким розкладом. Глядачі самі обирають, що і коли дивитися, на відміну від пасивного споживання телепередач [15]. До того ж, платформа дозволяє коментувати, ставити оцінки та ділитися відео, що стимулює активну взаємодію з інформацією. По-третє, YouTube надає аналітику та персоналізовані рекомендації завдяки алгоритмам, що допомагає користувачам знаходити цікаві теми, а авторам — розвивати контент. Крім того, теми, які часто замовчуються або цензуруються у традиційних ЗМІ, можуть відкрито обговорюватися на платформі. Це особливо важливо в країнах з обмеженою свободою слова або під час воєнних та соціальних криз. Таким чином, YouTube забезпечує відкритість, мобільність, свободу висловлення і зворотний зв'язок, яких бракує традиційним медіа [16, с. 122-131].

## **1.2. Комунікативні аспекти діяльності YouTube-каналу для популяризації контенту**

YouTube-канал реалізує різні типи комунікації, зокрема односторонню, яка є найпростішою формою взаємодії. Вона відбувається тоді, коли автор викладає відео, не очікуючи безпосередньої реакції від глядачів. Такий формат характерний для інформаційних роликів, оглядів або лекцій, де передача знань або думок відбувається лише в одному напрямку — від автора до аудиторії. У цьому випадку комунікація нагадує телевізійне мовлення, однак має перевагу у вигляді доступу до відео в будь-який час. Глядач споживає контент, не маючи обов'язку або можливості одразу вплинути на його зміст. Проте навіть односторонній формат на YouTube не є абсолютно закритим, адже під відео зазвичай відкриті коментарі, що створює потенціал для зворотного зв'язку [18].

Двостороння комунікація на YouTube реалізується через коментарі, відповіді авторів, обговорення в чаті під час стрімів. Автор не лише публікує контент, а й вступає у діалог з глядачами, враховує їхні побажання, відповідає на запитання або критику. Це підвищує рівень довіри та лояльності аудиторії, а також формує відчуття спільноти навколо каналу. Наприклад, популярні YouTube-блогери часто враховують теми, запропоновані підписниками, у наступних відео. Двосторонній формат сприяє розвитку каналу, оскільки алгоритми платформи «бачать» активність користувачів як ознаку цінного контенту. Така взаємодія не лише підвищує залученість, а й формує динамічну модель розвитку комунікації [28].

Інтерактивна комунікація є найбільш сучасною формою взаємодії на YouTube, оскільки вона дозволяє глядачам не просто спостерігати, а активно впливати на контент. Прикладами є трансляції в реальному часі з використанням опитувань, суперчатів, реакцій та донатів. Також YouTube дозволяє вставляти клікабельні елементи у відео — кнопки, посилання, кінцеві заставки, що

дозволяють глядачам самостійно обирати напрямок перегляду. Відеоінструкції, інтерактивні уроки або квести на основі YouTube — усе це приклади активної участі глядача у процесі. Це не лише розширює межі комунікації, а й перетворює глядача на співтворця або учасника події [27, с. 112-127]. Такий підхід особливо актуальний у сфері освіти, маркетингу та розважального контенту.

Таким чином, YouTube забезпечує багаторівневу систему комунікації — від простої передачі повідомлення до повноцінної взаємодії з аудиторією. Це робить платформу унікальною серед інших засобів масової інформації, оскільки вона дозволяє адаптувати спосіб спілкування залежно від цілей автора та очікувань глядачів.

Встановлення контакту з цільовою аудиторією через контент на YouTube є критично важливим аспектом для розвитку каналу та забезпечення ефективної комунікації. Перш за все, для цього необхідно чітко визначити свою аудиторію — хто вони, які інтереси мають, якими проблемами займаються. Це дозволяє створювати контент, що максимально відповідає запитам та потребам цієї групи. Наприклад, для освітніх каналів важливим є надання зрозумілих, інформативних і корисних відеоуроків, тоді як розважальні канали можуть орієнтуватися на легкість споживання контенту та гумор [25].

Одним із основних інструментів встановлення контакту є регулярність публікацій. Коли контент публікується стабільно, аудиторія звикає до розкладу і починає очікувати нові відео. Це формує певний ритуал споживання контенту, що збільшує залучення та формує відчуття зв'язку з автором. Крім того, активна взаємодія з підписниками в коментарях, а також використання таких функцій як опитування, голосування, заклики до коментарів сприяють залученню аудиторії до обговорень і до співучасті в створенні контенту.

Не менш важливим є використання аналітики YouTube для аналізу поведінки підписників і коригування контенту під їхні вподобання. Платформа надає автору можливість відслідковувати, які відео отримують найбільшу

кількість переглядів, лайків і коментарів, що дає можливість коригувати стратегію і зосереджуватися на тих темах, що найбільше цікавлять глядачів. Це дозволяє не тільки підтримувати контакт, але й постійно вдосконалювати контент і адаптувати його під інтереси цільової аудиторії [23]. Тож контакт з аудиторією відбувається через постійну взаємодію, аналіз результатів та безперервне удосконалення контенту.

Також важливим аспектом є створення емоційного зв'язку з аудиторією через контент. Люди часто взаємодіють з каналами не тільки через корисність чи інформативність, а й через емоційний контекст. Автори, які відкриті, щирі, використовують гумор або розповідають особисті історії, набувають довіри аудиторії, що дозволяє створити більш глибокий і постійний контакт. Підписники відчувають, що вони частина певної спільноти, що збільшує їхню зацікавленість і лояльність до каналу [22].

У контексті України важливими елементами відео, які найбільше впливають на залучення глядачів на YouTube, є візуальний стиль, мова, структура відео, а також певні культурні аспекти, які відповідають інтересам та цінностям української аудиторії. Яскравий, чіткий і сучасний візуальний стиль має великий вплив на залучення українських глядачів. У відео важливо використовувати високу якість зображення та звуку, яскраві кольори, цікаві ефекти, які роблять контент більш привабливим і професійним. Оскільки більшість глядачів українських каналів дивляться відео через мобільні пристрої, важливо оптимізувати контент для маленьких екранів. Логічні та приємні для ока переходи, чітка композиція кадрів та якісні мініатюри значно підвищують шанси на залучення більшої кількості переглядів [21].

В Україні особливо важливим є використання української мови або двомовних варіантів контенту. Відео на українській мові або з субтитрами для тих, хто не володіє українською, допомагають привернути увагу до каналу серед більш широкої аудиторії. Крім того, культурні та мовні аспекти відіграють

важливу роль у формуванні емоційного зв'язку з глядачем, оскільки багато людей в Україні підтримують розвиток української мови, особливо серед молоді та освічених користувачів. Важливою є також манера спілкування: гумор, природність, емоційність та доступність в мові допомагають створити відчуття спільності та близькості.

Добре організована структура відео має велике значення для залучення глядачів. В Україні, як і в інших країнах, більшість користувачів цінують чітку та логічну подачу матеріалу. Відео повинно мати ясний вступ, основну частину, яка детально розкриває тему, і зрозуміле завершення, де підсумовуються основні моменти або надається заклик до дії. Структурованість відео дозволяє глядачам легше сприймати інформацію і не відволікатися. Для молоді української аудиторії, яка активно слідкує за трендами, цікавість також викликає динамічність відео, короткі відео-формати або відео з інтерактивними елементами [3, с. 78-88].

В Україні важливо враховувати національні та культурні теми, пов'язані з історією, сучасністю та культурною ідентичністю. Контент, що стосується важливих соціальних або культурних подій, трендів чи питань, таких як патріотизм, підтримка української армії, культура, місцеві події, має великий попит серед глядачів. Водночас гумор та стилістика, яка відповідає молодіжним трендам, мемам або популярним інтернет-культури, може допомогти збільшити взаємодію та залучення. Таким чином, для успішного залучення глядачів в Україні важливо дотримуватись не лише стандартів якості контенту, а й враховувати культурні та мовні особливості аудиторії, впроваджуючи ефективну структуру відео, динамічний візуальний стиль та емоційний зв'язок через мову.

Заголовки, теги, описи та обкладинки відіграють важливу роль у популяризації відео на YouTube, оскільки вони суттєво впливають на видимість і залучення глядачів. Заголовки повинні бути чіткими, лаконічними та привабливими, щоб викликати інтерес користувачів і спонукати їх до перегляду

відео. Вони також повинні містити ключові слова, які відповідають запитам цільової аудиторії [4, с. 117-131]. Теги допомагають алгоритмам платформи правильно класифікувати контент і зробити його доступним для користувачів, які шукають відео на подібні теми. Описи дозволяють детально розкрити зміст відео, допомагаючи глядачам зрозуміти, що вони можуть очікувати, і забезпечують додаткові можливості для включення важливих ключових слів для пошукової оптимізації.

Обкладинки відео також відіграють критичну роль у залученні глядачів, оскільки вони є першим візуальним елементом, який привертає увагу. Яскрава, чітка та цікава обкладинка може значно підвищити шанс на клік, навіть якщо заголовок і опис вже привабливі. Обкладинки повинні бути стильними та відповідати темі відео, щоб користувачі могли швидко зрозуміти, про що йдеться. Задля максимального ефекту варто додавати елементи, які підкреслюють основні моменти відео, такі як емоції, значущі кадри або текстові блоки, що акцентують увагу на важливих аспектах [8].

Підсумовуючи комунікативні аспекти діяльності YouTube-каналу для популяризації контенту, можна сказати, що цей процес включає кілька ключових елементів, які сприяють успішній взаємодії з аудиторією. Основним є правильне використання таких інструментів, як заголовки, теги, описи та обкладинки, які відіграють вирішальну роль у залученні уваги глядачів. Вони допомагають підвищити видимість відео на платформі, полегшуючи пошук та просування контенту. Важливими аспектами є також залучення аудиторії через коментарі, лайки та підписки, що дозволяє не тільки оцінити рівень зацікавленості, але й покращити взаємодію з глядачами.

Ефективність комунікації на YouTube оцінюється за кількома показниками: кількість переглядів, рівень залучення, підписки та зворотний зв'язок. Це дає змогу не тільки виміряти популярність контенту, але й зрозуміти, які відео викликають емоційний відгук та зацікавленість у цільової аудиторії.

Платформа надає авторам можливість створювати контент, який активно взаємодіє з глядачами, а також дозволяє коригувати стратегію просування, враховуючи отриману зворотну інформацію [11, с. 18-29]. Таким чином, YouTube виступає потужним інструментом для популяризації контенту та взаємодії з великою аудиторією на локальному та міжнародному рівнях.

### **1.3. Специфіка висвітлення діяльності спортивного комплексу засобами відеохостингу**

Для висвітлення діяльності спортивного комплексу доцільно створювати контент, який відображає основні активності комплексу, зокрема тренування. Це можуть бути відео про щоденні тренування, інтерв'ю з тренерами та спортсменами, де вони діляться своїми порадами, досвідом та мотивацією. Такі відео допомагають показати не тільки фізичний процес, але й атмосферу, яка панує в спорткомплексі, створюючи більш особисте та емоційне підключення з аудиторією. Крім того, можна створювати навчальні матеріали для початківців, щоб заохотити нових людей приєднуватися до тренувань.

Другим важливим аспектом є висвітлення спортивних турнірів та змагань, що проводяться на базі комплексу. Це може бути як пряма трансляція, так і короткі відео з найяскравішими моментами змагань. Такі відео дозволяють не лише зацікавити потенційних учасників, але й створити ефект «спільноти», показуючи, що спортивний комплекс є важливим центром спортивного життя. Також можна знімати відгуки учасників турнірів, що надає додаткову цінність контенту та підвищує довіру до комплексу [14, с. 55-57].

Не менш важливими є інтерв'ю з тренерами, спортсменами та організаторами заходів. Відео, в яких ці люди діляться своїми думками про спорт, командний дух, досягнення та труднощі, можуть мотивувати глядачів і потенційних клієнтів. Це також дозволяє людям краще пізнати не лише фізичну,

але й психологічну сторону тренувального процесу. Такий контент формує позитивний імідж комплексу, підкреслюючи його професіоналізм та високий рівень обслуговування.

Для того, щоб контент, створюваний для спортивного комплексу, був ефективним, важливо враховувати потреби та інтереси різних категорій аудиторії, таких як діти, молодь, батьки та тренери. Для дітей основний акцент варто робити на інтерактивність та ігрову складову. Відео можуть включати веселі тренування, анімації або змагання, що стимулюють до фізичної активності через гру. Важливо, щоб контент був яскравим, динамічним і легко сприймався, використовуючи популярних персонажів чи спеціальні заходи для дітей, які спонукають їх до участі в активностях.

Для молоді необхідно орієнтуватися на більш серйозний контент, що включає тренування, пов'язані з досягненням спортивних результатів, а також мотиваційні відео про успішних спортсменів. Тут доречні інтерв'ю з тренерами, показові змагання та підвищення рівня майстерності в конкретних видах спорту. Цей контент має мотивувати молодь працювати над собою, ставити високі цілі та прагнути досягати результатів. Важливим аспектом є показ тренувальних процесів, які можна адаптувати до різних рівнів підготовки, з акцентом на досягнення конкретних цілей [17, с. 537-549].

Що стосується батьків, то для них важливіше зосередитися на аспектах безпеки, розвитку дитини та досягнення рівноваги між навчанням і фізичною активністю. Відео для батьків можуть включати поради щодо вибору спортивних напрямків для дітей, коментарі педагогів та тренерів про важливість спорту для фізичного та психологічного розвитку дітей. Крім того, контент для цієї аудиторії може включати огляди спортивних заходів, на яких батьки можуть брати участь разом з дітьми, або програми, які дозволяють батькам спостерігати за успіхами своїх дітей у спортивному процесі.

Для тренерів контент має бути більш технічним і професійним, з фокусом на нові методи тренувань, стратегії досягнення спортивних результатів, а також обговорення тренерських підходів та психології спорту. Відео можуть включати кейс-стаді, аналіз конкретних тренувальних програм або обговорення успішних практик інших тренерів. Також можуть бути корисними відео-навчання, що допомагають тренерам удосконалювати свої навички в управлінні командою чи розробці індивідуальних програм для спортсменів різного рівня [20, с. 131-141]. Для регулярного створення відео про діяльність спортивного об'єкта важливо забезпечити наявність як технічних, так і організаційних ресурсів, щоб процес був ефективним і професійним.

Технічні ресурси включають, насамперед, високоякісну відео- та аудіоапаратуру. Для зйомки відео потрібні камери з хорошою роздільною здатністю (наприклад, 4К), а також штативи, стабілізатори або дрони для зйомки з різних кутів і надавання відео динаміки. Для запису чистого звуку важливо мати мікрофони, які знижують фонові шуми, оскільки спортивні об'єкти можуть бути досить галасливими. Додатково слід використовувати освітлення для зйомки в темних приміщеннях або при недостатньому природному освітленні. Також корисними будуть комп'ютери з потужним програмним забезпеченням для монтажу відео, щоб зібрати і обробити матеріал, зробити відео професійним і привабливим.

Організаційні ресурси включають команди, які забезпечують зйомку та обробку відео. Це можуть бути професійні оператори, монтажери, звукорежисери, а також сценаристи та копірайтери для створення привабливого контенту, який буде відповідати цілям спортивного об'єкта. Організаційно важливо мати чіткий план зйомок, який включає графік тренувань, подій, турнірів та інших активностей [26, с. 40-41]. Також необхідно узгодити з усіма учасниками зйомок — тренерами, спортсменами, адміністрацією комплексу —

щоб забезпечити наявність всіх потрібних дозволів і забезпечити правильну взаємодію з учасниками відео.

Ще одним важливим аспектом є платформи для публікацій та канали для розповсюдження контенту. Для цього слід створити чітку стратегію щодо того, де публікувати відео (YouTube, соцмережі, вебсайт спортивного комплексу). Важливо мати команди з маркетингу та SMM-спеціалістів, які будуть просувати контент серед цільової аудиторії, залучати нових клієнтів і підтримувати активність на каналах. Регулярність випуску відео також потребує налаштування календаря публікацій і постійного моніторингу ефективності контенту, щоб коригувати стратегію і покращувати взаємодію з аудиторією [24, с. 155-159].

Візуальна привабливість відео — це ключовий фактор у передачі атмосфери та подій, що відбуваються в спортивному комплексі. Щоб контент був емоційно захоплюючим і привертав увагу, важливо використовувати низку технік та інструментів. Основною специфікою є здатність відеоконтенту візуально передавати емоційний та динамічний характер подій, що відбуваються в комплексі. Це дозволяє глядачам відчувати атмосферу тренувань, турнірів та інших заходів, а також створює міцний зв'язок з аудиторією через персоналізовані інтерв'ю та закулісні кадри. Відеохостинг дає можливість забезпечити широку доступність контенту, що дозволяє залучати різноманітні категорії глядачів, від спортсменів до їхніх родин та тренерів.

Для ефективного висвітлення діяльності важливо враховувати технічні та організаційні ресурси, такі як використання високоякісної відеоапаратури, освітлення та монтажу для забезпечення привабливості контенту. Водночас, слід створювати контент, що враховує інтереси та потреби різних категорій аудиторії. Від вибору правильних форматів відео до ефективного використання заголовків, тегів та описів — кожен елемент має свою роль у залученні та утриманні уваги глядачів [19]. Таким чином, відеохостинг виступає не лише як канал для публікації контенту, а й як ефективний інструмент комунікації, що дозволяє

спортивним комплексам не лише демонструвати свою діяльність, а й взаємодіяти з глядачами, створюючи тривалу лояльність і підтримку серед цільової аудиторії.

### **Висновки до розділу 1.**

У розділі 1 було розглянуто теоретичні засади створення YouTube-каналу, що включають аналіз відеохостингу як медіаплатформи для передачі інформації, а також комунікативні аспекти його використання. Визначено, що YouTube є потужним інструментом для популяризації контенту завдяки своїм можливостям взаємодії з аудиторією через різні формати відео та інтерактивні елементи. Специфіка висвітлення діяльності спортивного комплексу через відеохостинг передбачає створення привабливого та різноманітного контенту, орієнтованого на різні групи глядачів. Загалом, використання YouTube як платформи для комунікації та популяризації є ефективним способом залучення та утримання уваги цільової аудиторії, забезпечуючи високий рівень інформативності та взаємодії.

## **РОЗДІЛ 2.**

### **РОЗРОБКА ТА ФОРМУВАННЯ КОНТЕНТУ ДЛЯ YOUTUBE-КАНАЛУ «ІВАНКІВСЬКИЙ СПОРТКОМПЛЕКС»**

#### **2.1. Стратегія розвитку та технічні аспекти створення YouTube-каналу**

YouTube-канал «Іванківський Спорткомплекс» — це потужний інструмент для популяризації спорту серед жителів смт. Іванків та навколишніх територій. Основною метою каналу є забезпечення доступу до інформації про тренувальні процеси, спортивні події та здоровий спосіб життя для різних категорій глядачів. Тут представлено різноманіття програм, що охоплюють заняття для дітей, підлітків, дорослих і людей похилого віку. Канал також дозволяє користувачам отримувати корисні поради від тренерів, медичних фахівців і спортсменів, що сприяє поліпшенню фізичної форми та підтримці здоров'я. Контент каналу спрямований на підвищення інтересу до фізичної активності та залучення нових учасників у спортивний процес.

На каналі регулярно публікуються відео, що демонструють тренування, спортивні досягнення та інтерв'ю з учасниками спортивного комплексу. Глядачі мають змогу ознайомитися з історіями успіху спортсменів та дізнатися більше про особливості різних секцій, таких як фітнес, йога, боротьба та футбол. Окрім цього, канал висвітлює важливі спортивні заходи, турніри та змагання, що проходять в Іванкові, надаючи можливість слідкувати за подіями в реальному часі. Крім основного контенту, канал активно використовує розважальні та мотиваційні відео для підтримки інтересу аудиторії та залучення нових глядачів.

Важливим аспектом діяльності каналу є взаємодія з підписниками та зворотній зв'язок. Користувачі можуть залишати коментарі, ставити питання

тренерам і спортсменам, що створює ефективну комунікацію між спортивним комплексом та його аудиторією. Завдяки регулярному оновленню контенту, каналу вдається підтримувати інтерес та залучення постійних глядачів, що активно слідкують за новинами комплексу. Це дозволяє не лише популяризувати спорт, але й створювати міцну спільноту людей, що прагнуть до здорового способу життя.

Крім того, YouTube-канал «Іванківський Спорткомплекс» активно використовує функціональність платформи для просування своїх тренувальних програм та подій через ефективні маркетингові стратегії. Канал не тільки інформує про події в спортивному комплексі, а й залучає місцевих мешканців через персоналізовані відео та акції. Наприклад, регулярні анонси нових тренувальних курсів, спеціальних знижок для нових учасників або спільних заходів дають змогу підвищити впізнаваність і залучити більшу кількість глядачів. Канал активно взаємодіє з місцевими підприємствами та організаціями, що також сприяє розвитку партнерських відносин і взаємовигідних колаборацій.

Крім спортивних тренувань та подій, канал також висвітлює аспекти здорового способу життя, зокрема харчування, відновлення після тренувань і профілактику травм. Це дозволяє залучати не лише активних спортсменів, але й людей, які тільки починають свій шлях до здоров'я та фізичної активності. Відео, що стосуються правильного харчування та порад по догляду за тілом, допомагають сформувати у глядачів комплексний підхід до здорового способу життя. У цьому контексті канал також виступає як освітній ресурс, пропонуючи не тільки розважальний, але й корисний контент.

В результаті, YouTube-канал «Іванківський Спорткомплекс» стає не тільки засобом для інформування про новини та події, а й активним елементом формування здорового, спортивного середовища в регіоні. Завдяки різноманіттю контенту, від тренувань до мотиваційних відео та порад, канал залучає глядачів різного віку та інтересів. Це допомагає створити стійку аудиторію, що активно

слідкує за спортивним життям комплексу та бере участь у його заходах, що в свою чергу підтримує розвиток спорту на місцевому рівні.

Створення YouTube-каналу «Іванківський Спорткомплекс» стало важливим етапом у реалізації стратегії популяризації спортивної діяльності серед різних верств населення. Процес налаштування каналу включав кілька етапів, починаючи від вибору назви та брендингу до формування контентної стратегії. Назва каналу була обрана таким чином, щоб вона відображала як саму сутність спортивного комплексу, так і його зв'язок з місцевою громадою. Важливим етапом був також дизайн візуальних елементів каналу, таких як логотип та банер, які виконують роль першого враження для потенційних підписників та глядачів.

Технічний аспект створення каналу включав вибір відповідного обладнання для зйомки та монтажу відео. Для запису контенту були використані як професійні камери, так і мобільні пристрої, що дозволило забезпечити належну якість зображення при мінімальних витратах. Важливим аспектом була оптимізація відео через налаштування освітлення, стабілізацію зображення та відповідний монтаж, що дозволило покращити сприйняття контенту глядачами. У процесі редагування використовувалися професійні програми для монтажу, що дозволило інтегрувати графічні елементи, титри, музику та спецефекти, що підвищували динамізм та емоційну привабливість відео [12, с. 3-5].

З метою забезпечення ефективної комунікації з цільовою аудиторією канал також активно використовує елементи пошукової оптимізації (SEO), зокрема правильне використання заголовків, описів та тегів для підвищення видимості контенту на платформі YouTube. Такі технічні заходи дозволяють значно збільшити шанси потрапляння відео в рекомендаційні списки, що сприяє залученню нових підписників та збільшенню кількості переглядів. Окрім цього, інтерактивність з аудиторією через коментарі, опитування та відповіді на питання підвищує рівень залученості та лояльності глядачів, що є важливим чинником для розвитку каналу в умовах конкуренції на платформі.

Для досягнення високої ефективності та залучення широкої аудиторії, важливим аспектом є регулярне оновлення контенту та адаптація його до змінних інтересів глядачів. Пошук оптимальних форматів відео, що відображають діяльність спортивного комплексу, вимагає постійного моніторингу реакції аудиторії. Це включає в себе не тільки аналіз переглядів та коментарів, а й вивчення статистичних даних щодо демографічних характеристик підписників. Використання аналітичних інструментів YouTube дозволяє отримувати цінну інформацію для коригування контентної стратегії та підвищення його релевантності для цільової аудиторії.

Крім того, створення каналу також передбачає активну взаємодію з іншими спортивними та медійними платформами для підвищення видимості контенту. Спільні проекти з іншими організаціями, участь у спортивних змаганнях та репортажі з подій можуть стати додатковими інструментами для залучення нових глядачів і підтримки інтересу до каналу. Важливою складовою є також формування бренду «Іванківський Спорткомплекс», що включає не тільки відеоконтент, а й активну участь у соціальних мережах та інших медіаплатформах, що дозволяє забезпечити максимальне охоплення аудиторії. Відтак, технічний і контентний аспект створення каналу є тісно взаємопов'язаними і спрямованими на досягнення основної мети — підвищення популярності спортивного комплексу та сприяння розвитку здорового способу життя серед населення [10].

Важливим аспектом подальшого розвитку каналу є використання сучасних технологій та інновацій у відео-продакшн процесі. Це може включати інтеграцію додаткових інструментів для віртуальних турів по спортивному комплексу, використання дронів для зйомки спортивних подій з висоти, а також застосування анімацій та графічних елементів для пояснення складних тренувальних технік чи фізичних вправ. Інноваційні технології дозволяють не тільки підвищити якість контенту, але й зробити його більш захоплюючим і

доступним для різних категорій глядачів, зокрема для молоді та дітей, що є однією з основних цільових аудиторій спортивного комплексу.

Також важливим є постійне вдосконалення зворотного зв'язку з підписниками каналу, що дозволяє більш точно оцінювати їх інтереси та запити. Створення інтерактивного контенту, зокрема організація онлайн-трансляцій тренувань або спортивних подій, проведення інтерв'ю з тренерами та учасниками турнірів, дає можливість глядачам брати активну участь у житті каналу та виражати свою думку через коментарі чи голосування. Така взаємодія сприяє формуванню активної громади, яка не лише споживає контент, але й має можливість впливати на його формати та тематику. Підтримка постійного діалогу з аудиторією та врахування їх побажань дозволяє створювати більш персоналізований контент і підтримувати високий рівень залученості глядачів на довгострокову перспективу.

Загалом, створення YouTube-каналу для «Іванківського Спорткомплексу» є багатограним процесом, який вимагає поєднання технічних, творчих та стратегічних аспектів для досягнення високих результатів у поширенні інформації та популяризації спортивного комплексу. Врахування сучасних тенденцій у відео-маркетингу та безперервне вдосконалення контенту дозволяє не тільки залучати нових підписників, але й підтримувати інтерес існуючих глядачів, забезпечуючи таким чином сталий розвиток каналу та сприяючи розвитку спорту серед місцевої громади.

## **2.2. Підготовка відеоматеріалів спортивної тематики**

Підготовка відеоматеріалів спортивної тематики є важливою складовою стратегії розвитку каналу «Іванківський Спорткомплекс», що дозволяє не лише інформувати аудиторію про діяльність комплексу, а й створювати інтерактивний контент, який сприяє підвищенню залученості глядачів. Одним із перших кроків

у цьому процесі стало проведення інтерв'ю з директором спортивного комплексу, що дало змогу ближче познайомити глядачів із місією та основними напрямками роботи закладу, а також висвітлити плани щодо розвитку комплексу в майбутньому. Інтерв'ю було проведено в комфортних умовах, з урахуванням всіх технічних вимог для забезпечення високої якості відео та звуку. Під час зйомок акцент було зроблено на використання декорацій, які підкреслюють спортивну атмосферу комплексу, а також на природне освітлення, щоб відео виглядало максимально органічно та природно.

У процесі підготовки відеоматеріалу з директором спорткомплексу було важливо чітко сформулювати питання, які стосуються ключових аспектів діяльності комплексу, зокрема, розвитку спортивної інфраструктури, участі в регіональних та національних турнірах, а також можливостей для різних вікових та професійних груп. Інтерв'ю дозволило висвітлити багато аспектів, які можуть бути цікавими для потенційних відвідувачів комплексу — від дітей до професійних спортсменів. Крім того, під час зйомки було вирішено інтегрувати різні кадри з тренувань та спортивних подій, що проходять на території комплексу, для створення більш динамічного та захоплюючого відео. Використання таких візуальних ефектів дозволяє створити не лише інформативний контент, а й емоційно насичений, що сприяє кращому залученню глядачів.

З технічного боку, важливим моментом була також обробка відео після зйомки, що включала монтаж, корекцію кольору та додавання субтитрів для зручності перегляду. Для забезпечення високої якості контенту було використано професійне обладнання для запису звуку, що дозволяє чітко передавати інтерв'ю без зайвих шумів, а також камери з високою роздільною здатністю для отримання чітких і яскравих кадрів. Важливим етапом у підготовці відео стало також включення в нього відповідних титрів, які не тільки допомогли структуровано подати інформацію, а й підвищили доступність контенту для

людей з обмеженими можливостями. На фінальному етапі було обрано оптимальний формат відео для публікації на платформі YouTube, що дозволило забезпечити максимальну якість відтворення при мінімальних вимогах до інтернет-з'єднання для користувачів [7]. Таким чином, підготовка відеоматеріалу за участю директора спортивного комплексу стала не лише інформативним, але й стратегічно важливим кроком у популяризації діяльності «Іванківського Спорткомплексу». Завдяки такому контенту було підвищено інтерес до комплексу серед глядачів, а також створено позитивний імідж закладу, який активно сприяє розвитку спорту серед різних верств населення.

Відео огляд «Спортивний комплекс смт. Іванків» був створений з метою надання потенційним відвідувачам повного уявлення про інфраструктуру та можливості спортивного комплексу, а також демонстрації різноманітних спортивних заходів, які проводяться на його території. Основною метою цього відео було залучення нових користувачів та підвищення впізнаваності комплексу серед місцевої аудиторії та ширшого кола потенційних відвідувачів. Огляд включав детальне знайомство з різними спортивними зонами комплексу, такими як тренажерні зали, майданчики для командних видів спорту та зали для фітнес-тренувань. Відео також висвітлювало інфраструктурні переваги комплексу, такі як зручне розташування, доступність для людей з обмеженими можливостями та інші аспекти, що важливі для комфортного використання спорту і відпочинку.

Під час зйомки відео-огляду було приділено велику увагу візуальному оформленню та монтажу, щоб створити яскраве і привабливе враження для глядачів. Камера плавно переміщалася по спортивних зонах, знімаючи активні тренування, процеси підготовки до змагань та взаємодію тренерів і спортсменів, що дозволяло глядачам відчувати атмосферу спортивного комплексу. Знімки на відкритих спортивних майданчиках та у тренажерних залах демонстрували можливості для заняття різними видами спорту, що дозволяло глядачам оцінити високий рівень підготовки та умов для тренувань.

Важливим етапом стало і використання коментарів від відвідувачів комплексу та тренерів, що додавали емоційний аспект відео. Це дозволило зробити контент більш живим і персоналізованим, адже глядачі могли почути відгуки тих, хто вже користується послугами комплексу. Окрему увагу було звернуто на підбір фонової музики, яка допомогла передати енергію і динамічність спортивних занять, а також покращила емоційне сприйняття відео. У результаті було створено відео, яке виявилось ефективним інструментом для популяризації комплексу серед місцевих мешканців та залучення нових клієнтів. Таким чином, відео огляд «Спортивний комплекс смт. Іванків» став важливою частиною стратегії популяризації закладу, оскільки він не лише інформує потенційних відвідувачів про наявні можливості, а й створює позитивне враження про спортивний комплекс, його інфраструктуру та атмосферу. Відео стало потужним інструментом для комунікації з цільовою аудиторією та дозволяє збільшити зацікавленість у відвідуванні комплексу.

Подальша підготовка відеоматеріалів спортивної тематики на каналі «Іванківський спорткомплекс» передбачала розширення контенту, що дозволяє охопити більш широку аудиторію, а також задовольнити різноманітні інтереси відвідувачів спортивного комплексу. Для цього було заплановано створення серій відео, що висвітлюють ключові напрямки діяльності комплексу, зокрема, тренувальні процеси, спортивні турніри, інтерв'ю з тренерами та спортсменами, а також поради щодо підтримки фізичної форми та здоров'я. Продовження розвитку каналу вимагало ретельного планування контенту, орієнтуючись на попит глядачів та актуальні тенденції в сфері фізичної культури та спорту.

Основним напрямом для майбутніх відеоматеріалів стало створення навчальних відео, спрямованих на ознайомлення з технікою виконання вправ, особливостями тренувальних програм для різних вікових груп, а також рекомендаціями для досягнення спортивних результатів. Особлива увага була приділена тренуванням для людей з обмеженими можливостями, що відповідало

соціально орієнтованій політиці комплексу та дозволяло залучити нову категорію користувачів. Крім того, було заплановано створення відео про спортивні події, що проводяться на території комплексу, включаючи турніри, чемпіонати, спортивні свята та виступи місцевих команд. Такі відео не тільки висвітлюють важливі події, але й сприяють розвитку спортивної культури в регіоні, а також формують позитивний імідж комплексу як центру спортивного життя Іванкова.

Одним із важливих аспектів подальшої підготовки контенту стало залучення до зйомок відомих спортсменів та тренерів, що дає змогу підвищити довіру до інформації та створити позитивний імідж комплексу серед широкої аудиторії. Для цих цілей було організовано інтерв'ю з лідерами місцевих спортивних команд, а також з тренерами, які працюють на базі комплексу. Відеоматеріали з їх участю надають не лише освітній, а й мотиваційний ефект, надихаючи глядачів на заняття спортом та активний спосіб життя. Крім того, планувалося створення відео з практичними порадами щодо вибору спортивного обладнання, що використовується в тренуваннях, а також роз'ясненням щодо правил безпеки під час фізичних вправ.

Враховуючи високий попит на інформативні та інтерактивні формати контенту, важливим етапом розвитку каналу стало впровадження відео з елементами взаємодії з глядачами. Це включало запровадження інтерактивних відео, де глядачі могли ставити питання тренерам і спортсменам, коментувати відео та обговорювати технічні аспекти тренувань. Відповіді на запитання, а також активна взаємодія з підписниками стали частиною стратегії просування каналу, адже це дозволяє створити лояльну аудиторію та сприяє формуванню спільноти, орієнтованої на здоровий спосіб життя та розвиток фізичної культури в регіоні.

Таким чином, подальша підготовка відеоматеріалів на каналі «Іванківський спорткомплекс» передбачала комплексний підхід до створення контенту, що відповідає потребам різних категорій користувачів, акцентуючи

увагу на різноманітних аспектах спортивної діяльності, освітніх матеріалах, а також на залученні до взаємодії з аудиторією. Це дозволило б не лише підвищити ефективність комунікації, але й сприяти популяризації здорового способу життя, що є основною місією спортивного комплексу.

### **2.3. Оцінка ефективності функціонування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс»**

Оцінка ефективності функціонування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» є важливою складовою стратегії розвитку каналу та сприяє оптимізації контенту і покращенню взаємодії з аудиторією. Першим показником, що дозволяє оцінити ефективність каналу, є кількість переглядів відео, яка відображає рівень інтересу до контенту, а також вплив на широкую аудиторію. Однак важливо зазначити, що лише кількість переглядів не дає повної картини успіху каналу, тому необхідно звертати увагу й на інші критерії, такі як взаємодія з глядачами, коментарі, лайки та поширення відео.

Залучення підписників є другим важливим показником, який свідчить про лояльність аудиторії та її зацікавленість у регулярному отриманні контенту від спортивного комплексу. Кількість підписників безпосередньо пов'язана з довірою до каналу та його репутацією. Для оцінки ефективності роботи каналу важливо враховувати також рівень активності підписників — коментарі, запитання, відгуки, що вказують на взаємодію між глядачами та авторами контенту. Цей аспект допомагає не лише поліпшити контент, а й налаштувати канали зворотного зв'язку, що є важливою складовою для підтримки високого рівня взаємодії з цільовою аудиторією.

Аналіз поведінки глядачів також є важливим інструментом для оцінки ефективності каналу. За допомогою спеціальних інструментів YouTube, таких як YouTube Analytics, можна відстежувати середній час перегляду, джерела трафіку,

демографічні характеристики глядачів і багато інших параметрів. Наприклад, час, проведений користувачем на каналі, є показником того, наскільки цікавим і корисним є контент для цільової аудиторії. Якщо відео має високий показник середнього часу перегляду, це свідчить про те, що глядачі зацікавлені і готові дивитися контент до кінця, що свідчить про високу якість та релевантність відео.

Крім того, важливо оцінювати зворотний зв'язок з глядачами, включаючи коментарі, лайки та поширення відео. Це дозволяє не лише отримати зворотну інформацію про якість контенту, але й взаємодіяти з аудиторією, відповідаючи на їхні питання, коментарі та запити. Позитивний зворотний зв'язок вказує на високий рівень задоволення глядачів і є індикатором успішного функціонування каналу. Більше того, активне поширення відео серед користувачів через соціальні мережі чи інші платформи також свідчить про великий інтерес до контенту, що створює додаткову рекламну вартість для каналу.

Загалом, оцінка ефективності функціонування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» повинна включати всебічний аналіз кількості та якості взаємодій, включаючи перегляди, підписки, коментарі, лайки, поширення контенту та показники поведінки глядачів. Це дозволить не лише виявити сильні сторони каналу, а й вчасно коригувати стратегію контенту для досягнення кращих результатів та забезпечення сталого розвитку каналу.

Подальша оцінка ефективності YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» також включає аналіз впливу відео на залучення нової аудиторії. Це може включати використання ключових слів і тегів, оптимізацію заголовків і описів, а також ретельний вибір часу публікації відео. Важливо також враховувати географічний аспект, адже спортивний комплекс орієнтований на місцеву аудиторію смт. Іванків та навколишніх регіонів. Система аналітики YouTube дозволяє визначити, з яких саме локацій приходять нові глядачі, що дає змогу коригувати маркетингові стратегії, зокрема розширювати охоплення через рекламні кампанії або співпрацю з іншими місцевими підприємствами.

Не менш важливою є і співпраця з іншими каналами або брендами. Спільні відеопроєкти, обміну контентом і крос-промоція можуть значно збільшити аудиторію каналу. Оцінка ефективності таких стратегій потребує спостереження за зростанням підписників та активністю після кожного такого спільного заходу. Це також дозволяє підвищити довіру до бренду спортивного комплексу, оскільки співпраця з іншими авторитетними платформами може бути сприйнята як знак надійності і якості.

Важливою частиною процесу оцінки є також визначення результатів, що досягаються через конкретні маркетингові інструменти. Визначення ROI (прибутковості інвестицій) для YouTube-каналу може включати вивчення ефективності витрат на рекламу, спонсорські матеріали чи партнерства. Якщо ці інвестиції призводять до збільшення числа підписників, підвищення впізнаваності бренду або, зрештою, до зростання кількості користувачів послуг спортивного комплексу, то стратегія є успішною. Тому необхідно здійснювати регулярні перевірки та коригування рекламних кампаній, щоб максимально ефективно використовувати доступні ресурси для досягнення бажаних результатів.

Додатково важливим аспектом оцінки ефективності функціонування YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс» є вивчення відгуків та коментарів глядачів, що дозволяє зрозуміти потреби та уподобання цільової аудиторії. Взаємодія з глядачами через коментарі або відповіді на запитання є важливим інструментом для покращення контенту та побудови лояльної аудиторії. Активна комунікація дозволяє отримати зворотний зв'язок, який може бути використаний для коригування підходів до створення відео та підвищення їхньої якості. Крім того, взаємодія з підписниками та глядачами дозволяє виявити актуальні для аудиторії теми, які можуть стати основою для нових відеопроєктів, таким чином підтримуючи інтерес і залучення.

Врахування таких факторів, як сезонні тренди та популярні спортивні події, також є важливим для адаптації контенту до змінюваних умов і інтересів глядачів. Наприклад, під час спортивних турнірів або сезонних тренувальних періодів можна створювати спеціальні відеоогляди або репортажі, що дозволяє зберігати актуальність контенту. Оцінка результатів цього підходу може бути проведена через аналіз переглядів і взаємодії з відео, що пов'язані з конкретними подіями, а також шляхом порівняння ефективності різних типів відеоконтенту в різні періоди року.

Загалом, ефективність функціонування каналу можна оцінювати не лише за кількістю переглядів, підписників або активності глядачів, а й через більш глибокі показники, які визначають, як канал підтримує та розвиває взаємодію з аудиторією. Оцінка взаємодії, яка включає аналіз коментарів, репостів та обговорень, а також вивчення впливу відеоконтенту на рішення щодо відвідування спортивного комплексу, є ключовою для визначення довгострокової ефективності каналу як маркетингового інструмента.

## **Висновки до розділу 2**

У другому розділі дипломного дослідження було всебічно проаналізовано процес розробки та формування контенту для YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс». У підрозділі 2.1 розкрито стратегію розвитку каналу, починаючи від визначення цілей і цільової аудиторії, закінчуючи технічними аспектами створення платформи – зокрема, обрано оптимальне обладнання, програмне забезпечення, а також визначено стиль і формат відео. У підрозділі 2.2 охарактеризовано процес підготовки відеоматеріалів спортивної тематики, зокрема інтерв'ю з керівництвом комплексу, тематичні огляди та тренувальні фрагменти, що формують цілісне уявлення про діяльність установи. У підрозділі 2.3 було здійснено оцінку ефективності функціонування каналу за допомогою

кількісних та якісних показників: кількість підписників, перегляди, зворотний зв'язок глядачів, динаміка залучення аудиторії тощо.

Узагальнено, що створення YouTube-каналу спортивного спрямування потребує комплексного підходу, який поєднує продуману комунікативну стратегію, технічну підготовку та гнучку адаптацію до потреб цільової аудиторії. Ефективне функціонування каналу забезпечується завдяки систематичному оновленню контенту, візуальній привабливості відеоматеріалів та актуальності обраних тем. Результати дослідження засвідчили, що навіть локальний медіаресурс за умови грамотної реалізації має потенціал для широкого охоплення, популяризації спорту в громаді та формування позитивного іміджу спортивного комплексу в інформаційному просторі.

## ВИСНОВКИ

У межах дослідження було здійснено ґрунтовний аналіз сучасних тенденцій розвитку спортивного контенту на платформі YouTube. Виявлено, що відеохостинг є потужним інструментом популяризації спорту серед широкої аудиторії, зокрема молоді, завдяки його доступності, візуальності та можливості оперативної взаємодії з глядачами. Було з'ясовано, що успішний спортивний контент має відповідати певним критеріям: регулярність публікацій, професійне технічне оформлення, наявність емоційного контакту з аудиторією та орієнтація на цінності здорового способу життя. Серед найбільш популярних форматів — інтерв'ю, репортажі, тренувальні ролики, короткі огляди заходів. Це дає змогу утримувати увагу різних категорій глядачів та формувати довгострокову прихильність до каналу. Дослідження показало, що спортивний відеоконтент стає частиною соціокультурного простору, що впливає на рівень фізичної активності в громадах.

На основі вивчених прикладів та аналізу цільової аудиторії було розроблено концепцію YouTube-каналу «Іванківський спорткомплекс». Ця концепція враховує специфіку закладу, його соціальну місію, а також інтереси глядачів, які поділяються на кілька ключових категорій: діти, молодь, батьки та тренери. Запропоновано поділ контенту на рубрики, що дозволяє систематизувати інформацію та забезпечити доступність її сприйняття. Створено план тематичних відео, які розкривають щоденну діяльність комплексу, висвітлюють події, досягнення спортсменів, особистості тренерів та інфраструктурні переваги об'єкта. Концепція також передбачає активне використання зворотного зв'язку з аудиторією для вдосконалення контенту. Таким чином, канал виконує функцію не лише інформаційну, а й соціальну — мотивуючи до спорту та активного способу життя.

У процесі реалізації проєкту було розроблено візуальне оформлення каналу, включаючи логотип, обкладинку, шаблони для відео та єдину стилістику презентації матеріалу. Значну увагу приділено оптимізації описів, заголовків, тегів і обкладинок відео з метою підвищення видимості в пошуку та залучення цільової аудиторії. Також проведено зйомки відеоматеріалів: інтерв'ю з директором комплексу, відеоогляд об'єкта, фрагменти тренувань і спортивних заходів. Монтаж здійснювався з дотриманням технічних стандартів YouTube, із використанням професійного програмного забезпечення. Усі матеріали орієнтовані на виклик позитивних емоцій та мотивацію до відвідування спортивного закладу. Такий підхід дозволив створити візуально привабливий, структурований та змістовний контент.

Після запуску каналу було здійснено тестування ефективності окремих форматів відео за такими показниками, як кількість переглядів, залученість (коментарі, лайки, поширення), динаміка приросту підписників. Аналіз показав, що найбільшу активність викликали відео з персоніфікованим підходом — зокрема, інтерв'ю та історії успіху спортсменів. Репортажі зі змагань також привернули увагу, особливо в локальній спільноті. Результати підтвердили важливість емоційної складової та елементів взаємодії з аудиторією. Зібрані дані лягли в основу рекомендацій щодо подальшого формування контенту. Канал показав потенціал до зростання за умови системної комунікації та постійного вдосконалення матеріалів.

У фіналі дослідження було запропоновано низку практичних рекомендацій для розвитку YouTube-каналу: регулярність публікацій, активне залучення спільноти, співпраця з місцевими ЗМІ та навчальними закладами, розширення формату відео, включаючи прямі трансляції та відеоблоги. Також акцент зроблено на важливості аналітики, використання інструментів SEO, моніторингу потреб аудиторії та гнучкості у форматах. Зазначено, що YouTube-канал може стати не лише рекламним інструментом, а й платформою для

формування спортивної культури в регіоні. Робота має практичне значення для інших закладів, які прагнуть популяризувати свою діяльність через цифрові медіа. Таким чином, поставлені завдання дослідження були повністю реалізовані, а результати можуть бути впроваджені на практиці. Це підтверджує актуальність і ефективність застосування відеохостингових платформ для розвитку локальних спортивних ініціатив.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альона Гладка. Як визначити цільову аудиторію. URL:<https://ideadigital.agency/blog/yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu/>
2. Богданов М. «YouTube» як найпотужніший інструмент просування музичних відеокліпів. *Культура і сучасність*. 2017. № 2, С. 98-103.
3. Братусь І., Сverdлик З. Власний канал на YouTube: аспекти моніторингу. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*: 2018. № 2, С. 78-88.
4. Галаджун З. YouTube як нова форма медіакомунікації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: журналістські науки. 2020. №4. С. 117–131.
5. Гарматій О. Соціальні мережі як джерело інформації у роботі журналіста. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: журналістика*. 2021. №2. С. 46–52.
6. Геревенко А.М. Мобільні додатки як інструмент ефективного навчання здобувачів освіти ЗП(ПТ)О: електронний навчальний курс / А.М. Геревенко , Біла Церква, БІНПО ДЗВО «УМО» НАПН УКРАЇНИ, 2024. 113 с.
7. Грабович І. В. Світові тенденції застосування інструментів цифрового маркетингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. № 42. С. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-42-6>
8. Дослідження Digital 2020: понад половина людей на планеті користується соцмережами. URL:<https://nachasi.com/tech/2020/07/23/digital-2020/>
9. Дуцик Д. Формування соціальної стійкості та критичної медіаграмотності – до та під час війни. *Видавництво Академії воєнного мистецтва*, Варшава, 2023. С.248.

10. 3 чого починався YouTube: історія створення.  
[URL:https://gazeta.ua/articles/science/\\_z-chogo-pochinavsya-youtube-istoriyastvorennya/8857066](https://gazeta.ua/articles/science/_z-chogo-pochinavsya-youtube-istoriyastvorennya/8857066)
11. Івченко Я. В., Побідаш І. Л. User generated content як інструмент просування бренду в соціальних мережах. *Обрії друкарства: науковий журнал*. 2022. № 2 (12). С. 18–29. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2\(12\).267940](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2(12).267940)
12. Карпюк А. Соціальні мережі як важливі інструменти ділової комунікації територіальних громад України в умовах євроінтеграції. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. 2022. С. 3-5.
13. Лідерство та комунікації в організації : навчальний посібник / упорядники: Н. Я. Михаліцька, М. Р. Яцик. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. 512 с.
14. Мельник І. Інформаційна стійкість України: вибір трендів масової культури та їх вплив на суспільну свідомість і стратегії державного управління. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 32 (71). № 2, 2021. С. 69
15. Ольга Пильщик Просування на YouTube: 16 помилок, яких допускають навіть досвідчені фахівці.  
[URL:https://www.adindex.ua/uk/prosuvannjanayoutube16-pomilok-jakihdopuskajut-navit-dosvidcheni-fahivci/](https://www.adindex.ua/uk/prosuvannjanayoutube16-pomilok-jakihdopuskajut-navit-dosvidcheni-fahivci/)
16. Онофрійчук О. П., Близнюк С. В. Інтернет-маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 12 (18). С. 122–131. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12\(18\)-122-131](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-12(18)-122-131)
17. Писаренко Н. В. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент розвитку рекламного ринку та створення і просування бренду. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 13 (27). С. 536–549. DOI:

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-13\(27\)-536-549](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-13(27)-536-549)

18. Правила спільноти YouTube. URL: <https://support.google.com/youtubecreatorstudio>
19. СітіХост. Як оформити свій канал на YouTube. URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/kak-oformit-svoy-kanal-na-youtube.html>
20. Солнцев С. О., Жигалкевич Ж. М., Залуцький Р. О. Тенденцій розвитку цифрового маркетингу. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2022. № 6 (11). С. 131–141. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2022.6.13>
21. Год Ширман про YouTube Shorts URL: [https://www.youtube.com/watch?v=n3jsYK\\_aRU&t=5s](https://www.youtube.com/watch?v=n3jsYK_aRU&t=5s)
22. Тренди інтернет-маркетингу на 2024 рік, які сприятимуть розвитку вашого бренду. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/trendi-internet-marketingu-na2024-rik-yaki-spriyatimut-rozvitku-vashogo-brendu>
23. У 2021 році YouTube став найпопулярнішою соцмережою серед українців, але молодь віддає перевагу TikTok – дослідження. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/28838/2022>
24. Українська журналістика у світовому інформаційно-комунікаційному контексті: здобутки і перспективи: зб. наук. пр. за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції / упоряд. Н. Желіховська, А. Волобуєва, І. Євдокименко, Н. Сидоренко. Київ, 2023. 355 с.
25. Українці витрачають у 8 разів більше часу на соціальні мережі, ніж на біг – результати соціального експерименту URL: <https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/7666>
26. Христофорова К. В. Створення ютуб-каналу «PROвійну». – Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавр спеціальності "Журналістика". Національний авіаційний університет. – Київ, 2024. - 53с.
27. Черниш Т. Світові тренди інтернет-маркетингу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2023. № 6. С. 112–127. DOI:

[https://doi.org/10.31617/3.2023\(131\)07](https://doi.org/10.31617/3.2023(131)07)

28. YouTube: історія розквіту найпопулярнішого відеосервісу.

[URL:https://24tv.ua/tech/youtube-istoriya-rozkvitu-naypopulyarnishogo-novinitehnologiy\\_n1540446](https://24tv.ua/tech/youtube-istoriya-rozkvitu-naypopulyarnishogo-novinitehnologiy_n1540446)