

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ОСТРОЗЬКА АКАДЕМІЯ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНО-
ГУМАНІТАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ ТА PR-МЕНЕДЖМЕНТУ

Допущено до захисту

на засіданні кафедри журналістики та PR менеджменту

(протокол № ____ від ____ 2025 р.)

Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему: **«Подкаст про розвиток українського футболу під час воєнного стану: особливості створення та реалізації»**

Виконав студент 2 курсу, групи МЖ-2
Спеціальності 061 «Журналістика»
Мичко Олександр Миколайович

Керівник – кандидат наук з державного управління, доцент
Штурхецький Сергій Володимирович
Рецензент – доктор філологічних наук, професор каф. філософії та культурного менеджменту
Янковська Жанна Олександрівна

Острог, 2025

ВСТУП

4

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ ФУТБОЛ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

9

1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту

9

1.2 Проблема медіапроєкту в джерелах та літературі

11

1.3 Формати та практичні кейси спортивних подкастів

12

1.4 Обґрунтування вибору формату подкасту

14

1.5 Класифікація медіапроєкту

16

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ ФУТБОЛ

18

2.1 Управління змістом медіапроєкту

18

2.2 Управління часом у медіапроєкті

21

2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

23

2.4 Управління вартістю медіапроєкту

25

2.5 Управління якістю медіапроєкту

28

2.6 Управління ризиками медіапроєкту

30

2.7 Управління командою медіапроєкту

33

2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту

35

2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту

39

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ
ФУТБОЛ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ
42

3.1 Проблеми практичної реалізації проекту
42

3.2 Особливості реалізації медіапроекту
51

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроекту
58

ВИСНОВКИ
67

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
73

ДОДАТКИ
79

ВСТУП

Зараз в українському медіа відбувається справжній період змін, які були зумовлені як і світовими технологічними змінами, так і доволі особливими національними викликами війни та воєнного стану. Аудіоконтент у форматі подкасту показує нам стрімке зростання популярності серед українських слухачів, тим самим створивши нові можливості для певних спеціалізованих проєктів у певних тематиках. Футбол наразі досі є одним з найпопулярніших видів спорту в нашій країні, але нажаль, справді хороша аналітична журналістика в цій сфері обмежена тільки висвітленням результатів матчів без більш глибокого тактичного розбору. Війна радикально змінила умови функціонування спортивної індустрії та медіа, створивши необхідність переосмислення підходів до виробництва контенту та взаємодії з аудиторією. Створення нашого подкасту про український футбол у цих умовах потребує поєднання міжнародних стандартів проєктного менеджменту з урахуванням української специфіки та реалій воєнного часу.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що нині практично відсутні комплексні роботи, які систематизують досвід запуску спеціалізованих подкастів у воєнний період саме з позиції управління проєктами. Наявні наукові дослідження торкаються окремо подкастингу, спортивної журналістики або проєктного менеджменту, проте не поєднують ці напрями в єдину аналітичну модель, що відображала б сучасні умови медіавиробництва. Потреба ринку у

практичних рекомендаціях щодо планування та реалізації нішевих медіапроектів з обмеженими ресурсами лише посилює значення теми.

Теоретична актуальність роботи полягає у розширенні підходів до застосування стандартів PMBOK у креативних індустріях, які характеризуються високою динамічністю та непередбачуваністю зовнішніх умов. Проведене дослідження робить внесок у формування науково обґрунтованих підходів до модернізації українського медіапростору крізь призму методів проектного менеджменту. Для нас ключовою метою цього дослідження стало створення цілісної, науково обґрунтованої та практично реалізованої концепції нашого медіапроекту – подкасту, присвяченого українському футболу в умовах воєнного стану. Реалізація цього завдання вимагала значно більше, ніж просто визначення ідеї: необхідним було комплексне занурення в теоретичні засади та практичні механізми медіавиробництва. Ми прагнули поєднати творчу складову з чіткою структурою, методологічною послідовністю й опорою на міжнародні стандарти управління проектами. У процесі роботи важливо було не лише викласти задум, а й проаналізувати його відповідно до глобальних підходів до планування, організації та реалізації медійних ініціатив. Це охоплювало опрацювання моделей управління ресурсами, визначення ролей і обов'язків учасників команди, створення покрокової дорожньої карти розвитку, а також розуміння інструментів контролю якості та оцінювання ефективності. Завдяки такому підходу концепція перетворилася з простої ідеї на структурований, життєздатний та потенційно масштабований медіапроект.

Застосування міжнародних проектних стандартів допомогло глибше досягнути логіку побудови професійного медіаконтенту – від вибору формату й стилістики до оптимізації виробничих процесів, які забезпечують сталість та регулярність випусків. Аналіз робочих процесів дав змогу визначити, які інструменти, технології та методи комунікації необхідні для створення якісного й релевантного інформаційного продукту. У результаті дослідження нам вдалося не тільки окреслити концептуальні рамки подкасту, а й усвідомити його роль у сучасному медіапросторі, значення для футбольної спільноти та ширшого

суспільства, що переживає війну. Це перетворило мою роботу на комплексний аналітико-практичний процес, який став важливою основою для подальшої реалізації та розвитку проєкту.

Не менш значущим завданням у межах цього дослідження було глибоке визначення унікальностей і специфічних особливостей реалізації подкасту саме в умовах воєнного стану, коли інформаційний простір України перебуває під постійним інформаційним, психологічним та медійним тиском. У таких реаліях спортивні події вже не існують окремо від загального суспільно-політичного контексту – вони нерозривно переплітаються з темами безпеки, моральної стійкості, гуманітарних викликів, волонтерства та національної ідентичності. Це вимагає від медіапродукту значно більшої відповідальності, чутливості до тематики й готовності адаптувати контент до ситуації, що постійно змінюється.

Дослідження дозволило проаналізувати, як саме трансформується зміст подкасту в таких умовах: які теми стають пріоритетними, як змінюється тональність подачі, які аспекти футболу виходять на перший план – від психологічної стійкості спортсменів до функціонування клубів у кризових ситуаціях. Окремим напрямом стало виявлення комунікаційних ризиків, пов'язаних із висвітленням чутливих питань: можливість неправильного трактування, поширення непроглядної інформації, відчуття емоційної вразливості аудиторії. Це дало змогу окреслити протоколи безпеки, яких потребує виробництво: фактчекінг, уважний відбір тем, контроль джерел, етичні стандарти подачі та формування коректних меседжів.

Таким чином, дослідження стало не лише теоретичним аналізом, а й практичним досвідом, що допоміг сформувати підхід до створення конкурентоспроможного, відповідального та стійкого медіапродукту, здатного існувати й розвиватися в умовах воєнних викликів. Воно підсилило моє розуміння ролі медіа під час війни, окреслило специфіку контенту, що відповідає очікуванням і потребам суспільства, та заклало основу для формування подкасту як інструменту підтримки, інформування й об'єднання аудиторії.

Ключові завдання нашого дослідження:

1. Необхідно обґрунтувати вибір проблематики медіапроєкту через аналіз українського футболу, спортивної журналістики та подкастингу в джерелах та літературі.
2. Проаналізувати формати та практичні кейси спортивних подкастів для визначення оптимальної структури медіапродукту.
3. Класифікувати медіапроєкт за типологічними характеристиками контенту, форматом, цільовою аудиторією та функціональним призначенням.
4. Створити систему часом, ресурсами, якістю, вартістю, ризиками медіапроєкту, управління змістом відповідно до стандартів PMBOK 7.
5. Визначити специфіку управління командою та комунікаціями медіапроєкту в умовах розподіленої роботи та воєнного стану.
6. Побудувати систему моніторингу виконання медіапроєкту з ключовими показниками ефективності.

Об’єкт дослідження: Процес розробки та реалізації спеціалізованого медіапроєкту у форматі подкасту про український футбол в умовах воєнного стану.

Предмет дослідження: Способи керування медіапроєктом на основі міжнародних стандартів PMBOK 7 з адаптацією до специфіки української медіаіндустрії, обмежених ресурсів та викликів функціонування в умовах війни.

Практичне значення роботи. Прикладне значення цієї роботи полягає у напрацюванні методологічного фреймворку для розробки та реалізації нішевих медіапроєктів з обмеженими ресурсами в українському контексті.

Теоретичне значення роботи. Теоретична важливість дослідження є у збільшенні використання концепцій проєктного менеджменту на сферу творчих індустрій за умов неочікуваності та специфічними викликами.

Гіпотеза дослідження. Застосування адаптованих міжнародних стандартів управління проєктами PMBOK 7 до розробки та реалізації спеціалізованого

подкасту про український футбол дозволить створити життєздатний медіапродукт з обмеженими ресурсами в нинішніх реаліях для нашої країни, а саме воєнного стану, з урахуванням усіх можливих творчих процесів, культурного контексту та безпекових викликів.

Новизна роботи. Наукова новизна роботи полягає у вперше проведеному комплексному аналізі розробки та реалізації спеціалізованого медіапроєкту через призму міжнародних стандартів проєктного управління з урахуванням специфіки функціонування в умовах воєнного стану.

Методи дослідження. В процесі написання цієї дипломної роботи було використано систему спеціальних емпіричних та загальнонаукових і теоретичних методів дослідження. Окрім цього, додатково застосовано такі емпіричні методи, як, порівняння, узагальнення та опис.

Структура роботи. Матеріал будується з титульної сторінки, змісту, вступу, трьох розділів, шістнадцяти підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ ФУТБОЛ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроекту

Український футбол зараз має період перебудування, який був спричинений військовим станом та потребі адаптації до нових умов. Дослідження Мохонька демонструє, що вітчизняний спорт опинився перед викликами, які вимагають переосмислення підходів до його функціонування та медійного представлення [3]. Усі змагання зі спортивних турнірів продовжуються попри важкі обставини, але для їхнього показу потрібні справді нові формати для співпраці з аудиторією. Більшість медіа не завжди можуть вчасно давати відповіді на запити глядачів, які прагнуть глибшого аналізу подій на футбольному полі. Водночас зростає потреба у контенті, що поєднує спортивну аналітику з розумінням контексту, в якому розвивається український футбол. Саме ці фактори обумовлюють актуальність створення спеціалізованого медіапродукту, здатного заповнити існуючу прогалину.

Історія футболу в Україні має глибоке коріння та багату традицію, що підтверджується численними дослідженнями становлення цього виду спорту в різних регіонах країни. Нариси історії футболу в Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова висвітлюють ключові напрями становлення та еволюції футбольного руху, а також його вплив на формування спортивної культури регіону, як спортивний рух формувався в академічному середовищі та впливав на культурне життя міста [22]. Футбольна культура поступово ставала невід'ємною частиною української ідентичності, формуючи спільноти вболівальників та створюючи простір для національної самореалізації. Дослідники відзначають, що футбол виконував не лише розважальну функцію, а й сприяв консолідації суспільства навколо спільних цінностей. Попередні результати наукових розвідок показують перспективність подальшого вивчення

цієї теми в контексті сучасних викликів. Збереження та популяризація футбольної спадщини через медіа стає завданням, що виходить за межі суто спортивної проблематики.

Українська журналістика, яка спеціалізується саме на спорті мала доволі довгий шлях становлення, показуючи зміни в суспільстві та медійному середовищі. Особливості спортивної журналістики характеризуються специфічними викликами, які щільно пов'язані з необхідністю балансування між інформуванням, розвагою та аналітикою [26]. Спортивні ЗМІ фокусувалися на результатах матчів та коротких оглядах, не беручи до уваги глибинні процеси у футбольному середовищі. Проблеми розвитку цієї сфери журналістики включають обмежені можливості для аналітичного контенту в рамках стандартних новинних форматів. Основні тенденції вказують на зростання попиту аудиторії на експертні коментарі та детальний розбір тактичних аспектів гри. Медіапроект, орієнтований на футбольну аналітику, відповідає цим тенденціям і буде якісне підґрунття для якісного професійного дискурсу.

Дослідження унікальностей та перспектив розвитку українського футболу акцентує на важливості та необхідності комплексного підходу до висвітлення спортивних подій у контексті поточних викликів. Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова представляє аналіз того, як військовий стан впливає на всі аспекти функціонування футбольної індустрії [16]. Клуби змушені адаптувати свою діяльність до умов обмеженої інфраструктури та постійної загрози безпеці. Футболісти та тренери стикаються з психологічними викликами, що впливають на їхню професійну діяльність. Медійне висвітлення цих процесів вимагає не лише спортивної експертизи, але й розуміння ширшого суспільного контексту. Створення медіапроектів, що здатен аналізувати футбол крізь призму цих складних реалій, стає відповіддю на запит часу та аудиторії, яка потребує осмисленого контенту.

1.2 Проблематика медіапроєкту в джерелах та літературі

Методологічний базис управління медіапроєктами розвитку складних систем формує теоретичну основу для розуміння процесів створення та реалізації медійних продуктів. Зачко визначає проєктне управління як безпеко-орієнтований підхід, що враховує ризики та можливості в умовах невизначеності [17, с. 51]. Складні системи, до яких належать медіапроєкти, характеризуються множинністю взаємопов'язаних елементів та динамічністю зовнішнього середовища. Проєктний підхід передбачає структуроване планування етапів від концепції до реалізації з чітким визначенням цілей та ресурсів. Безпекова складова набуває критичного значення для медіапроєктів у воєнний час, коли інформаційні ризики та загрози кібербезпеці стають реальними факторами впливу. Тому, розуміючи ці методологічні засади, ми можемо логічніше і простіше побудувати стійку модель нашого медіапродукту, який здатний працювати у складних для країни умовах.

Керівництво знаннями по управлінню проєктами PMBOK 7 представляє міжнародні стандарти, адаптовані до українських реалій та потреб вітчизняної проєктної спільноти. PMI Ukraine Chapter здійснив переклад та адаптацію цього фундаментального документа, що визначає принципи та домени проєктного управління [4]. Стандарт описує дванадцять принципів проєктної діяльності, включаючи орієнтацію на цінність для стейкхолдерів та системне мислення. Домени проєктної роботи охоплюють команду, планування, невизначеність, виконання робіт та вимірювання результатів. Інтеграція цих міжнародних стандартів у процес реалізації медіапроєктів в Україні забезпечує професійний підхід та відповідність світовим практикам. Корхіна підкреслює важливість такої інтеграції для підвищення якості проєктної діяльності в умовах трансформації національної економіки [21].

Аналіз медійного ринку України розкриває динаміку змін та виклики, з якими стикається індустрія в період соціально-економічних трансформацій. Ефективна економіка публікує дослідження структури медіаринку, його сегментації та конкурентного середовища [6]. Український медіапростір

характеризується високою концентрацією традиційних медіа та поступовим зростанням цифрового сегменту. Ринок демонструє нерівномірний розподіл ресурсів між столичними та регіональними медіа, що впливає на доступність якісного контенту для різних аудиторій. Економічна модель медіабізнесу в Україні залишається залежною від рекламодавців, що обмежує незалежність редакційної політики. Розуміння цих ринкових реалій визначає стратегію позиціонування нового медіапроєкту та вибір моделі монетизації, здатної забезпечити його сталість.

Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору демонструє трансформаційні процеси, що змінюють способи виробництва та споживання медійного контенту. Порівняльний аналіз українського та міжнародного досвіду показує, що цифровізація медіа відбувається нерівномірно залежно від економічного розвитку та технологічної інфраструктури [12]. Технологічні інновації уможливають створення персоналізованого контенту та інтерактивну взаємодію з аудиторією. Платформи поширення контенту еволюціонували від централізованих телерадіомовників до децентралізованих цифрових екосистем. Соціальні медіа та подкаст-платформи змінили логіку дистрибуції, надаючи незалежним творцям інструменти для прямого контакту з глядачами. Ці технологічні зміни створюють сприятливе середовище для запуску спеціалізованих медіапроєктів, орієнтованих на нішеві аудиторії з конкретними інтересами.

1.3 Формати та практичні кейси спортивних подкастів

Подкаст як жанр медійного дискурсу являє собою аудіоформат, що поєднує елементи радіомовлення з можливостями цифрової дистрибуції та асинхронного споживання контенту. Південний архів визначає подкастинг як форму комунікації, що характеризується серійністю, тематичною спеціалізацією та можливістю підписки на регулярні випуски [29]. Цей формат дозволяє авторам розгортати тривалі розмови та глибокі аналітичні дискусії без обмежень ефірного часу традиційного радіо. Слухачі отримують можливість

споживати контент у зручний час та в комфортному темпі, що відповідає логіці сучасного медіаспоживання. Жанрова природа подкастів варіюється від інтерв'ю та розмов до документальних розслідувань та освітніх програм. Спортивні подкасти використовують цей формат для детального розбору матчів, інтерв'ю з гравцями та дискусій про тактичні аспекти гри.

Типологія українських подкастів демонструє різноманітність підходів до створення аудіоконтенту та сегментацію за тематичними напрямками й форматами ведення. Дмитровський класифікує подкасти за змістовними характеристиками, виділяючи інформаційні, розважальні, освітні та конwersаційні типи [14]. Спортивний сегмент українського подкастингу представлений проектами різного рівня професійності та охоплення аудиторії. Формати варіюються від сольних монологів коментаторів до панельних дискусій з кількома учасниками, що обговорюють актуальні спортивні події. Технічна якість виробництва подкастів також демонструє широкий спектр від аматорських записів до студійних продукцій з професійним звуковим дизайном. Найважливішим сегментом інтернет-радіо подкастинг стає завдяки низьким бар'єрам входу для нових творців та можливості монетизації через рекламу й підписки.

Подкасти українських медіа у 2021 році пережили період активного зростання, коли традиційні медійні компанії почали інвестувати в розвиток аудіоформатів. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» аналізує досвід провідних українських видань у створенні подкаст-проектів як додаткового каналу комунікації з аудиторією [30]. Газети та онлайн-медіа запускали подкасти для диверсифікації контенту та залучення молодшої аудиторії, що віддає перевагу аудіоформатам. Спортивні редакції створювали тематичні подкасти, присвячені футболу, баскетболу та іншим популярним видам спорту. Досвід показав, що найуспішніші проекти поєднували регулярність виходу епізодів з високою якістю контенту та залученням експертів. Монетизація подкастів залишалася викликом для більшості проектів

через обмежений ринок реклами та невеликі бюджети рекламодавців на цей формат.

Подкастинг в умовах війни набув нових характеристик та функцій, відображаючи зміни в інформаційних потребах аудиторії та умовах виробництва контенту. Шишков досліджує трансформацію українського подкастингу після початку повномасштабного вторгнення, коли багато проєктів змінили тематичний фокус або тимчасово припинили діяльність [49]. Спортивні подкасти зіткнулися з дилемою релевантності обговорення футбольних матчів на тлі війни та необхідності контекстуалізації спортивних подій у нових реаліях. Частина проєктів адаптувалася, інтегруючи в спортивну аналітику обговорення впливу війни на український футбол та історії футболістів, які захищають країну. Технічні умови виробництва ускладнилися через відсутність стабільного електропостачання та необхідність евакуації деяких творців. Проте формат подкасту виявився достатньо гнучким для адаптації до цих викликів завдяки мобільності виробництва та можливості віддаленої співпраці учасників.

1.4 Обґрунтування вибору формату подкасту

Подкастинг як медіаформат демонструє стійку динаміку зростання, підтверджену аналізом статистичних даних та науковими дослідженнями тенденцій розвитку аудіоконтенту. Obraz публікує дослідження, яке показує збільшення кількості як виробників, так і споживачів подкастів в українському медіапросторі [31, с. 45]. Статистика свідчить про зростання середнього часу прослуховування подкастів серед міленіалів та покоління Z, які складають ядро футбольної аудиторії. Аналіз наукових статей виявляє консенсус щодо перспективності цього формату для спеціалізованого контенту, що потребує глибокого занурення в тему. Подкасти забезпечують баланс між доступністю для широкої аудиторії та можливістю створювати експертний контент високої складності. Технологічна простота виробництва дозволяє підтримувати регулярність випуску епізодів без потреби у великих виробничих командах та дорогому обладнанні.

Цифрові медіастартапи останніх років демонструють ефективність подкаст-формату як бізнес-моделі для нішевих медійних проєктів. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції розглядають досвід запуску медіапроєктів, що зосередилися на аудіоконтенті як основному продукті [48]. Успішні стартапи побудували аудиторію через регулярність, автентичність голосу авторів та фокус на конкретній тематиці, що дозволяє стати референтним джерелом для цільової групи. Економічна модель подкастів передбачає відносно низькі операційні витрати порівняно з відеопродукцією або друкованими виданнями. Монетизація відбувається через спонсорство, рекламні інтеграції, преміум-підписки та краудфандинг від лояльної аудиторії. Досвід останніх років показує, що футбольні подкасти здатні формувати стійкі спільноти навколо себе, перетворюючи пасивних слухачів на активних учасників дискусій у соціальних мережах.

Новинна журналістика традиційно орієнтувалася на оперативність та стислість подачі інформації, що обмежувало можливості для аналітичного розбору подій. Вайшенберг визначає новинну журналістику як практику відбору, обробки та поширення актуальної інформації відповідно до критеріїв новинної цінності [10]. Футбольна журналістика в рамках новинного формату зосереджується на результатах матчів, трансферах гравців та коротких коментарях тренерів. Проте аудиторія, що прагне глибшого розуміння тактичних нюансів та стратегічних рішень, не отримує задоволення від поверхневого висвітлення. Подкаст-формат дозволяє вийти за межі новинної логіки, присвячуючи годину чи більше детальному розбору одного матчу або теми. Ця свобода від жорстких часових рамок створює простір для експертної дискусії, що неможлива в традиційних новинних форматах.

Популяризація науки в Україні через мас-медійні тренди демонструє, як складні теми можуть бути донесені до широкої аудиторії через доступні формати комунікації. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна аналізує практики адаптації експертного знання для масового споживання без втрати змістовної глибини [32]. Подкасти виявилися

ефективним інструментом науково-популярної комунікації, дозволяючи експертам пояснювати складні концепції в діалоговому форматі. Футбольна тактика та аналітика містять рівень складності, що вимагає освітнього підходу до аудиторії, яка не має професійної підготовки. Розмовний формат подкасту робить цю освітню функцію природною через поступове пояснення термінів, використання аналогій та можливість повернутися до попередніх епізодів. Тренди показують зростання попиту на інтелектуальний контент, що поєднує розвагу з освітою, що відповідає концепції edutainment у медіапродукції.

1.5 Класифікація медіапроєкту

Нариси з лінгвістичної прагматики визначають комунікативні стратегії медіатекстів та їхній вплив на процеси сприйняття інформації аудиторією. Бацевич досліджує, як медійний дискурс конструється через вибір мовних засобів, жанрових характеристик та комунікативних інтенцій авторів [9]. Спортивний медіадискурс характеризується специфічною термінологією, емоційною насиченістю та орієнтацією на створення спільної ідентичності між автором та аудиторією. Прагматичний вимір подкасту про український футбол полягає у формуванні інтерпретативної рамки для розуміння спортивних подій через призму національного контексту. Лінгвістичні стратегії включають використання професійного жаргону для підтвердження експертності та розмовних елементів для створення атмосфери дружньої бесіди. Класифікація цього медіапроєкту з позиції прагматики визначає його як дискусійно-аналітичний формат з елементами освітньої комунікації.

Семіотичний аналіз медіапродукції розкриває багаторівневу структуру значень, що генеруються в процесі створення та споживання медіаконтенту. Андрейчук розглядає виміри семіозису як систему знакових відношень, що конституують медіареальність [8]. Футбольний подкаст функціонує як знакова система, де словесний текст доповнюється паралінгвістичними елементами: інтонацією, паузами, тембром голосу ведучих. Семіотична класифікація відносить такі проєкти до іконічно-індексальних знаків, що одночасно

репрезентують футбольну реальність і відсилають до неї через коментування реальних подій. Звуковий дизайн подкасту створює додатковий рівень значення через використання музичних заставок, звукових ефектів та ритміку монтажу. Ці семіотичні виміри формують ідентичність медіапроєкту та відрізняють його від інших типів спортивного контенту через унікальну знакову систему.

Довіра до медіа в Україні визначається комплексом чинників, що впливають на сприйняття достовірності та об'єктивності медійних повідомлень аудиторією. Наукові записки Інституту журналістики аналізують тенденції формування довіри в умовах інформаційної війни та ключові процеси трансформації сучасного медіаландшафту [15]. Фактори довіри включають прозорість джерел інформації, послідовність редакційної політики, відсутність маніпулятивних практик та експертність авторів. Спортивні медіа традиційно користувалися вищим рівнем довіри порівняно з політичними через менш конфліктний характер контенту. Проте класифікація медіапроєкту за критерієм довіри вимагає врахування репутації авторів, методології аналізу та відкритості до діалогу з аудиторією. Довіра будується поступово через демонстрацію професійної компетентності та послідовності у висвітленні футбольних подій без упередженості.

Академічні та медійні наративи про війну Росії проти України створюють дискурсивне поле, в якому діють медіапроєкти в умовах воєнного стану. У своїх наукових записках Інститут журналістики досліджує, як медіа формують сприйняття війни – через вибір наративних стратегій та пріоритетів у висвітленні. [5]. Спортивні медіапроєкти не можуть ігнорувати воєнний контекст, навіть коли фокусуються на футболі, оскільки війна впливає на всі аспекти функціонування спорту. Класифікація медіапроєкту за наративною стратегією визначає його як контекстуалізуючий тип, що інтегрує спортивну аналітику в ширший національний наратив опору та відновлення. Медійний наратив подкасту про український футбол може сприяти формуванню позитивної національної ідентичності через висвітлення досягнень спортсменів та стійкості футбольної спільноти. Ця наративна стратегія відрізняє проєкт від

нейтрального спортивного коментування, надаючи йому додаткового суспільного значення, коли вболівальники можуть дізнаватися детальніше та більше про свого кумира, або розкривати тему, яка справді їх давно цікавила, або є суспільно важливою.

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ ФУТБОЛ

2.1 Управління змістом медіапроєкту

Управління змістом проєкту визначає межі та структуру роботи, необхідної для досягнення цілей медіапродукту та задоволення потреб цільової аудиторії. Навчальний посібник з управління проєктами Київського національного університету розглядає зміст як сукупність продуктів, послуг та результатів, що мають бути створені в рамках проєктної діяльності [44]. Для подкасту про український футбол визначення змісту передбачає конкретизацію тематичних напрямів, форматів епізодів, структури програм та критеріїв відбору тем для

обговорення. Зміст включає не лише аудіоконтент, але й супутні матеріали: нотатки до епізодів, графічні матеріали для соціальних мереж, текстові анонси та додаткову аналітику. Чітке визначення меж змісту допомагає уникнути розпорошення зусиль команди на непрофільні активності та зберегти фокус на ключових елементах продукту. Документування вимог до змісту створює основу для прийняття рішень про включення або виключення конкретних елементів з проєкту.

Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проєктами передбачає структуроване планування змісту з урахуванням можливих загроз та обмежень зовнішнього середовища. Зачко описує підхід до декомпозиції змісту через створення ієрархічної структури робіт, що розбиває проєкт на керовані компоненти [17, с. 51]. Для медіапроєкту така декомпозиція може включати рівні: концепція програми, окремі епізоди, сегменти всередині епізодів, завдання з підготовки матеріалів та технічного виробництва. Кожен епізод подкасту розглядається як міні-проєкт з власним циклом планування, виконання та контролю якості. Структурування змісту дозволяє розподілити відповідальність між членами команди та встановити чіткі критерії завершеності кожного елемента роботи. Безпековий аспект управління змістом передбачає врахування інформаційних ризиків та необхідності верифікації фактів перед публікацією.

Коректність термінології в медіатекстах про російсько-українську війну набуває критичного значення для медіапроєктів, що функціонують у воєнних умовах. Касянчук та Левчук досліджують питання точності використання понять та дефініцій у журналістських матеріалах про війну [2]. Управління змістом подкасту про український футбол вимагає виваженого підходу до інтеграції воєнного контексту в спортивну аналітику без перетворення програми на суто політичний продукт. Термінологічна коректність стосується як військової лексики, так і футбольних термінів, що мають бути зрозумілими для цільової аудиторії. Редакційна політика має визначати принципи згадування воєнних подій у контексті спортивних матеріалів та критерії релевантності

таких згадок. Контроль змісту включає перевірку відповідності матеріалів етичним стандартам та законодавчим нормам інформаційної безпеки.

Настанова РМВОК 7 визначає управління змістом як процес, що забезпечує включення всієї необхідної роботи і тільки необхідної роботи для успішного завершення проєкту. PMI Ukraine Chapter підкреслює необхідність балансування між стабільністю базового змісту та гнучкістю у реагуванні на зміни середовища [4]. Для медіапроєкту це означає збереження основної концепції та форматної структури при можливості адаптації конкретних тем та акцентів залежно від актуальних подій у футбольному світі.

Управління змістом передбачає механізми контролю змін, що дозволяють оцінювати вплив нових ідей або запитів на загальний обсяг роботи та ресурси. Процедури схвалення змін змісту запобігають безконтрольному розширенню проєкту та допомагають підтримувати реалістичні очікування стейкхолдерів. Верифікація змісту відбувається через регулярний перегляд відповідності створеного контенту початковим вимогам та очікуванням аудиторії.

Спортивна журналістика України характеризується специфічними змістовими вимогами, що відрізняють її від інших напрямів журналістської діяльності. Сазонова визначає спортивну журналістику як сферу, що поєднує інформаційну, аналітичну та розважальну функції в контексті висвітлення спортивних подій [36]. Управління змістом спортивного медіапроєкту вимагає розуміння балансу між цими функціями та їхнім розподілом у структурі кожного епізоду. Змістова стратегія має враховувати різні рівні зацікавленості аудиторії: від випадкових вболівальників до експертів, що глибоко розуміються на тактиці гри. Плануванням змісту охоплюється як реактивний контент, пов'язаний з поточними матчами, так і проактивний контент тематичних епізодів про історію клубів або аналіз тенденцій сезону. Управління змістом включає створення контент-календаря, що забезпечує різноманітність тем та підтримує цікавість підписників, яка буде тривати й надалі.

2.2 Управління часом у медіапроекті

Управління часом проєкту забезпечує своєчасне завершення робіт та дотримання графіку публікації контенту, що критично важливо для медіапродуктів з регулярною періодичністю. Навчальний посібник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності розглядає часове планування як процес визначення послідовності дій, оцінки тривалості та розробки розкладу виконання робіт [45]. Для подкасту про український футбол управління часом включає планування циклу виробництва кожного епізоду від підготовки матеріалів до публікації та просування. Типовий виробничий цикл епізоду може включати етапи: вибір теми та запрошення гостей, підготовка дослідницьких матеріалів, запис розмови, постпродакшн, створення супутніх матеріалів та публікацію. Тривалість кожного етапу визначається на основі досвіду та ресурсних можливостей команди з урахуванням буферного часу на непередбачені затримки. Розклад має враховувати залежності між завданнями та критичний шлях проєкту, порушення якого призведе до зриву термінів публікації.

Інтеграція міжнародних стандартів у процес реалізації проєктів в Україні передбачає використання перевірених методик часового планування та контролю виконання. Корхіна підкреслює значення стандартизованих підходів до оцінки тривалості робіт та управління графіком проєкту [21]. Методи оцінки включають експертне судження на основі досвіду попередніх проєктів, аналогову оцінку за подібними медіапродуктами та параметричне оцінювання за нормативами часу на типові операції.

Для медіапроєкту доцільним є використання методу критичного шляху для визначення мінімальної тривалості виробничого циклу та виявлення операцій, затримка яких критично вплине на загальний термін. Буферний час планується для завдань з високою невизначеністю, таких як координація графіків з експертами-гостями або технічні складнощі під час запису. Моніторинг виконання графіку відбувається через регулярне порівняння планових та фактичних термінів завершення етапів з аналізом причин відхилень.

Український подкастинг в умовах війни стикається з додатковими викликами часового планування через непередбачуваність зовнішніх обставин та обмеження інфраструктури. Шишков описує, як відключення електроенергії, повітряні тривоги та інші воєнні реалії впливають на можливість дотримання виробничого графіку [49]. Управління часом в таких умовах вимагає гнучкості та створення альтернативних сценаріїв виконання робіт при виникненні форс-мажорних обставин. Резервні слоти в календарі дозволяють компенсувати втрачений час без порушення регулярності публікацій, що є критичним фактором утримання аудиторії. Розподілена модель роботи команди, коли члени знаходяться в різних локаціях з різними умовами безпеки, ускладнює синхронізацію діяльності. Цифрові інструменти планування та комунікації стають необхідними для координації роботи та відстеження прогресу виконання завдань у реальному часі.

Методологічний базис управління проєктами розвитку складних систем розглядає час як обмежений ресурс, що потребує оптимізації розподілу між конкуруючими пріоритетами. Зачко визначає часове планування як процес балансування між швидкістю виконання, якістю результатів та ресурсними витратами [17, с. 51]. Для медіапроєкту компроміс між цими факторами виявляється у виборі між частотою публікацій та глибиною опрацювання кожного епізоду. Щотижневий графік випуску може бути оптимальним для підтримки присутності в інформаційному просторі без надмірного навантаження на команду. Сезонність футбольного календаря впливає на інтенсивність роботи, вимагаючи адаптації графіку в періоди міжсезоння або під час важливих турнірів. Управління часом включає планування довгострокових проєктів, таких як спеціальні серії епізодів про історичні події або детальні аналітичні дослідження, що виходять за рамки стандартного випуску.

Популяризація науки в Україні через мас-медійні тренди демонструє значення ритмічності публікацій для формування стійкої аудиторної звички споживання контенту. Вісник Харківського національного університету імені В.

Н. Каразіна аналізує, як регулярність випуску матеріалів впливає на лояльність аудиторії та передбачуваність взаємодії [32]. Для подкасту встановлення фіксованого дня та часу публікації створює очікування у слухачів та інтегрує програму в їхню щотижневу рутину. Психологія медіаспоживання показує, що нерегулярні публікації призводять до втрати аудиторії, навіть якщо якість окремих випусків висока. Управління часом проєкту має забезпечувати не лише виконання окремих епізодів, але й стабільність загального ритму публікацій протягом тривалого періоду. Стратегічне планування включає підготовку резервних епізодів для публікації в періоди, коли виробництво нового контенту може бути ускладнене через зовнішні обставини або відпустки членів команди.

2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Управління ресурсами проєкту охоплює планування, придбання та оптимальне використання людських, технічних та інформаційних активів для досягнення цілей медіапродукту. Навчальний посібник Київського національного університету визначає ресурси як обмежені елементи, розподіл яких прямо впливає на можливість виконання запланованих робіт у встановлені терміни [44]. Для подкасту про український футбол ресурсна база включає ведучих з експертними знаннями, технічне обладнання для запису та обробки звуку, програмне забезпечення для монтажу, платформи для хостингу та дистрибуції контенту. Людські ресурси є найкритичнішими, оскільки якість контенту безпосередньо залежить від компетентності та мотивації команди проєкту. Планування ресурсів передбачає оцінку потреби в кожному типі ресурсів на різних етапах виробництва та визначення джерел їхнього отримання. Оптимізація використання ресурсів спрямована на мінімізацію простоїв та досягнення максимальної продуктивності при обмежених бюджетних можливостях стартового медіапроєкту.

Інтеграція міжнародних стандартів у процес реалізації проєктів передбачає структурований підхід до управління закупівлями товарів та послуг від

зовнішніх постачальників. Корхіна розглядає закупівельну діяльність як процес визначення потреб, відбору постачальників, укладання контрактів та контролю виконання зобов'язань [21]. Медіапроект може потребувати закупівлі професійних мікрофонів, аудіоінтерфейсів, акустичної обробки приміщення для запису, ліцензій на програмне забезпечення та послуг графічного дизайну для оформлення проекту. Рішення «зробити або купити» приймається на основі порівняння вартості, якості та термінів виконання робіт власними силами та залученням зовнішніх виконавців. Процедури закупівель включають підготовку специфікацій вимог, запити цінових пропозицій від потенційних постачальників, оцінку пропозицій за встановленими критеріями та укладання формальних угод. Управління контрактами з постачальниками передбачає моніторинг якості отриманих товарів та послуг і врегулювання можливих суперечок або невідповідностей.

Аналіз медійного ринку України виявляє обмеженість ресурсної бази для незалежних медіапроектів та необхідність креативних підходів до забезпечення діяльності. Ефективна економіка описує концентрацію ресурсів у великих медіахолдингах, що створює бар'єри входу для нових гравців [6]. Стартові медіапроекти змушені максимально ефективно використовувати обмежені ресурси через застосування доступних технологій та мінімізацію операційних витрат. Модель роботи з віддаленими учасниками дозволяє залучати експертів та гостей без витрат на логістику та оренду студійного простору. Відкрите програмне забезпечення для редагування аудіо замінює дорогі комерційні продукти без суттєвої втрати функціональності для базових потреб подкастингу. Ресурсна стратегія орієнтується на поступове нарощування технічної бази по мірі зростання проекту та появи можливостей монетизації контенту.

Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проектами розглядає ресурсне забезпечення через призму стійкості до зовнішніх загроз та можливості швидкої адаптації до змін. Зачко підкреслює необхідність диверсифікації джерел ресурсів для зниження залежності від окремих постачальників або технологій [17, с. 51]. Для медіапроекту в умовах війни це

означає наявність резервних варіантів обладнання, альтернативних платформ хостингу та можливості швидкого переміщення виробничих потужностей у разі загрози безпеці. Резервування критичних ресурсів, таких як записи попередніх епізодів та архіви матеріалів, має здійснюватися в хмарних сховищах з географічно розподіленими серверами. Управління ресурсами включає планування дій на випадок втрати доступу до основного обладнання або платформ через технічні збої чи кібератаки. Гнучкість ресурсної моделі забезпечує можливість продовження діяльності проєкту навіть при частковій втраті матеріальних або технічних активів.

Цифрові медіастартапи останніх років демонструють ефективність мінімалістичного підходу до ресурсного забезпечення на початкових етапах розвитку проєкту. Матеріали конференції розглядають кейси успішних медіапроєктів, що починали з обмеженими ресурсами та поступово розширювали матеріальну базу [48]. Принцип мінімально життєздатного продукту передбачає запуск проєкту з базовим набором ресурсів, достатніх для створення контенту прийнятної якості. Інвестиції в дороге обладнання відкладаються до моменту підтвердження життєздатності бізнес-моделі та появи стабільного потоку доходів. Закупівельна стратегія орієнтується на придбання обладнання з високим співвідношенням якості до ціни замість преміум-сегменту, що дозволяє знизити початкові капітальні витрати. Управління ресурсами включає регулярний перегляд ефективності використання наявних активів та прийняття рішень про модернізацію або заміну обладнання на основі впливу на якість кінцевого продукту.

2.4 Управління вартістю медіапроєкту

Управління вартістю проєкту забезпечує планування, оцінку, бюджетування та контроль витрат для завершення робіт у межах затвердженого фінансового плану. Навчальний посібник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності визначає вартість як монетарне вираження ресурсів, необхідних для виконання всіх операцій проєкту [45]. Для медіапроєкту

структура витрат включає капітальні інвестиції в обладнання, операційні витрати на виробництво контенту, витрати на просування та розповсюдження, оплату праці команди та адміністративні витрати. Оцінка вартості здійснюється на основі аналізу ринкових цін на обладнання та послуги, нормативів часу на виконання типових операцій та планованого обсягу виробництва контенту. Бюджет проєкту структурується за категоріями витрат та часовими періодами, що дозволяє контролювати грошові потоки та прогнозувати потребу в фінансуванні. Резерви коштів плануються для покриття непередбачених витрат, що можуть виникнути через зміни вимог або зовнішніх обставин проєкту.

Настанова PMBOK 7 розглядає управління вартістю як інтегрований процес, що пов'язує фінансове планування з іншими аспектами управління проєктом. PMI Ukraine Chapter підкреслює необхідність врахування вартості життєвого циклу продукту, а не лише початкових інвестицій [4]. Для подкасту про український футбол аналіз вартості життєвого циклу включає не тільки витрати на запуск, але й поточні операційні витрати протягом планового періоду функціонування проєкту. Модель бюджетування має враховувати можливість масштабування проєкту та відповідне зростання витрат при розширенні діяльності. Техніки оцінки вартості включають параметричне моделювання на основі вартості одного епізоду, помножене на плановану кількість випусків. Аналіз освоєної вартості дозволяє порівнювати фактичні витрати з плановими та оцінювати ефективність використання бюджету на кожному етапі реалізації проєкту.

Аналіз медійного ринку України виявляє особливості фінансування медіапроєктів та доступні джерела капіталу для стартових ініціатив. Ефективна економіка описує структуру медіаринку, де традиційні гравці мають перевагу в доступі до рекламних бюджетів та інвестицій [6]. Незалежні медіапроєкти стикаються з викликом обмеженого доступу до венчурного капіталу та необхідністю пошуку альтернативних моделей фінансування. Краудфандинг через платформи підтримки творців дозволяє залучати кошти безпосередньо від аудиторії в обмін на ексклюзивний контент або інші переваги. Спонсорство від

брендів, пов'язаних зі спортом, може стати джерелом доходу за умови збереження редакційної незалежності та прозорості співпраці. Модель передплати преміум-контенту генерує стабільний дохід від лояльної частини аудиторії, готової платити за додаткову цінність. Управління вартістю включає диверсифікацію джерел доходу для зниження залежності від одного каналу монетизації.

Інтеграція міжнародних стандартів у процес реалізації проєктів передбачає використання перевірених методик фінансового контролю та звітності про використання коштів. Корхіна розглядає систему фінансового моніторингу як інструмент забезпечення прозорості та підзвітності в управлінні проєктними коштами [21]. Для медіапроєкту облік витрат ведеться з деталізацією за статтями бюджету та конкретними епізодами або активностями проєкту. Регулярні фінансові звіти дозволяють відстежувати динаміку витрат і своєчасно виявляти відхилення від бюджетного плану.

Аналіз рентабельності окремих типів контенту або каналів дистрибуції допомагає оптимізувати розподіл фінансових ресурсів на користь найбільш ефективних напрямів. Контроль вартості включає процедури схвалення витрат понад заплановані суми та обґрунтування необхідності додаткового фінансування. Прогнозування фінансових результатів на основі поточних трендів дозволяє передбачити майбутні потреби в коштах та завчасно планувати заходи з їх залучення.

Цифрові медіастартапи демонструють різноманітні підходи до управління вартістю залежно від обраної бізнес-моделі та цільової аудиторії. Матеріали конференції аналізують досвід проєктів, що досягли фінансової стійкості через ефективне управління витратами та диверсифіковану монетизацію [48]. Lean-підхід до бюджетування передбачає мінімізацію фіксованих витрат та гнучке масштабування змінних витрат залежно від обсягу виробництва та доходів.

Аутсорсинг непрофільних функцій, таких як дизайн або технічна підтримка, дозволяє конвертувати постійні витрати на персонал у змінні витрати на послуги. Реінвестування прибутку в розвиток проєкту замість швидкого

вилучення коштів засновниками забезпечує сталий ріст та поступове підвищення якості продукту. Управління вартістю включає балансування між інвестиціями в зростання та збереженням достатньої ліквідності для покриття операційних витрат у періоди нестабільних доходів або непередбачених викликів.

2.5 Управління якістю медіапроєкту

Управління якістю проєкту забезпечує відповідність результатів роботи встановленим вимогам та очікуванням стейкхолдерів через систематичне планування, забезпечення та контроль якості. Навчальний посібник Київського національного університету визначає якість як ступінь відповідності характеристик продукту специфікованим вимогам та придатність для використання за призначенням [44]. Для подкасту про український футбол якість проявляється в декількох вимірах: технічна якість звуку без шумів та спотворень, змістовна якість аналітики та експертності коментарів, структурна якість композиції епізоду та редакторської роботи. Планування якості передбачає визначення стандартів та критеріїв для кожного аспекту продукту на основі кращих практик індустрії та очікувань цільової аудиторії. Метрики якості включають технічні параметри аудіо, показники утримання слухачів протягом епізоду, рівень залученості через коментарі та поширення контенту. Політика якості проєкту документує зобов'язання команди щодо стандартів роботи та принципів забезпечення високої якості на всіх етапах виробництва.

Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проєктами розглядає якість як критичний фактор успіху, що прямо впливає на довіру аудиторії та репутацію медіапродукту. Зачко визначає забезпечення якості як систему запобіжних заходів, що інтегровані в процеси виконання проєкту [17, с. 51]. Процедури забезпечення якості включають використання перевірених методик та інструментів, навчання команди найкращим практикам, регулярні аудити процесів виробництва контенту. Контроль якості здійснюється через інспекції та тестування результатів роботи перед публікацією, виявлення

дефектів та їх коригування. Для медіапроєкту критичними контрольними точками є перевірка якості звукозапису одразу після сесії, редакторський огляд змонтованого епізоду, фінальна вчитка текстових матеріалів та тестове прослуховування перед публікацією. Зворотній зв'язок від аудиторії аналізується для виявлення системних проблем якості та вдосконалення процесів виробництва.

Настанова РМВОК 7 підкреслює зв'язок між якістю продукту та якістю проєктних процесів, що його створюють. РМІ Ukraine Chapter розглядає управління якістю як інтегровану функцію, що взаємодіє з усіма іншими аспектами управління проєктом [4]. Якість не може бути досягнута через інспекції готового продукту, а має закладатися на етапі проєктування процесів та систематично підтримуватися протягом всього життєвого циклу. Концепція загального управління якістю передбачає залучення всієї команди до відповідальності за результат та збереження мислення постійного вдосконалення. Бенчмаркінг з провідними подкастами дозволяє встановлювати реалістичні цілі якості та виявляти зони для покращення власного продукту. Документування найкращих практик та стандартних операційних процедур забезпечує фіксування та збереження якості між різними епізодами та можливість швидкого навчання нових членів команди.

Довіра до медіа в Україні безпосередньо залежить від дотримання стандартів якості журналістської роботи та етичних норм професії. Наукові записки інституту журналістики аналізують чинники, що формують довіру аудиторії, включаючи точність фактів, балансованість представлення позицій, прозорість методів роботи [15]. Для спортивного медіапроєкту якість означає не лише розважальну цінність, але й фактологічну точність статистики, обґрунтованість аналітичних висновків, чесність у визнанні обмежень власної експертизи. Система забезпечення якості включає факт-чекінг статистичних даних перед їх озвученням, верифікацію цитат та джерел інформації, корекцію помилок через оновлення описів епізодів або повідомлення в соціальних мережах. Культура якості в команді проєкту передбачає відкритість до критики та готовність

визнавати й виправляти помилки замість їх приховування. Репутація якісного та надійного джерела інформації будується поступово через послідовне дотримання стандартів протягом тривалого періоду.

Спортивна журналістика України характеризується специфічними вимогами до якості, що відрізняють її від інших жанрів медійної діяльності. Сазонова визначає критерії професійності спортивної журналістики, включаючи знання специфіки виду спорту, розуміння технічних та тактичних аспектів, здатність пояснювати складні речі доступною мовою [36]. Якість спортивного подкасту вимірюється глибиною аналізу, що виходить за межі поверхневих коментарів, доступних у традиційних медіа. Експертність ведучих підтверджується через демонстрацію знань історії, статистики, тактичних нюансів українського футболу та міжнародного контексту. Структурна якість епізодів проявляється в логічності побудови розмови, балансі між різними темами, динаміці зміни ритму від серйозної аналітики до легших сегментів. Управління якістю включає постійне вдосконалення навичок команди через вивчення кращих світових практик подкастингу та спортивної аналітики.

2.6 Управління ризиками медіапроєкту

Управління ризиками проєкту передбачає систематичну ідентифікацію, аналіз, планування реагування та моніторинг подій, що можуть позитивно або негативно вплинути на досягнення цілей. Навчальний посібник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності визначає ризик як невизначену подію або умову, що в разі виникнення впливає мету проєкту [45]. Для медіапроєкту типові ризики включають технічні збої обладнання під час запису, втрату доступу до платформ дистрибуції, зміни в алгоритмах рекомендацій, що впливають на охоплення аудиторії. Стратегічні ризики пов'язані з можливими змінами в структурі ринку подкастів, появою сильних конкурентів, зміною уподобань цільової аудиторії. Реєстр ризиків документує ідентифіковані загрози та можливості з оцінкою ймовірності виникнення та можливого впливу на кожен аспект проєкту. І саме визначення ризиків, які є для

нас найбільш пріоритетними та ймовірними, дозволяє сфокусуватися на загрозах, які потребують в подальшому розробки планів, щодо реагування на ці виклики, якщо такі будуть.

Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проєктами розвитку складних систем інтегрує управління ризиками як центральну функцію проєктної діяльності. Зачко підкреслює необхідність проактивного підходу до ризиків через їх передбачення та розробку превентивних заходів замість швидкого реагування на проблеми [17, с. 51]. Безпековий аспект управління ризиками набуває критичного значення для медіапроєктів в умовах війни, де існують реальні загрози кібератак, інформаційних диверсій, фізичної безпеки команди. Стратегії реагування на ризики включають уникнення через відмову від ризикованих активностей, передачу через страхування або аутсорсинг, пом'якшення через заходи зниження ймовірності або впливу, прийняття з розробкою планів на випадок реалізації.

Характер сучасної російсько-української війни створює специфічний контекст ризиків для медіапроєктів, що функціонують у воєнних умовах. Вітчизняний історіографічний дискурс розглядає війну як фактор, що радикально змінює умови функціонування всіх сфер суспільства, включаючи медійну індустрію [47]. Воєнні ризики включають пряму загрозу безпеці членів команди під час обстрілів, пошкодження інфраструктури, яка забезпечує можливість виробництва контенту, обмеження доступу до інтернету. Інформаційні ризики пов'язані не лише з можливістю поширення дезінформації через проєкт, а й із цілеспрямованими спробами сторонніх акторів маніпулювати контентом, змінювати або спотворювати дані, створювати фейкові повідомлення від імені платформи. До цього також належать кібератаки на інфраструктуру проєкту, зокрема спроби зламати сервери, отримати несанкціонований доступ до внутрішніх матеріалів чи паралізувати роботу системи через DDoS-атаки. Репутаційні ризики виникають через можливість неправильної інтерпретації висловлювань, неточностей у формулюванні або помилок у висвітленні чутливих тем, особливо тих, що стосуються війни,

людських втрат чи політичних процесів. Навіть незначні неточності в таких сферах можуть призвести до суспільного обурення, втрати довіри та критики з боку експертів або державних інституцій. Ефективне управління цими специфічними ризиками вимагає впровадження додаткових протоколів безпеки, регулярного аудиту вразливостей, резервування ключових систем, суворої модерації контенту та постійної пильності команди. Крім того, важливо забезпечити прозорість процесів, оперативну реакцію на інциденти та системну комунікацію з аудиторією для збереження довіри та стійкості проєкту.

Настанова PMBOK 7 розглядає управління ризиками як невід'ємну частину прийняття рішень на всіх етапах проєкту від ініціації до закриття. PMI Ukraine Chapter підкреслює необхідність інтеграції аналізу ризиків у процеси планування та виконання проєктних робіт [4]. Кількісний аналіз ризиків використовує статистичні методи для оцінки ймовірного впливу на вартість та терміни проєкту з розрахунком резервів на непередбачені обставини. Якісний аналіз оцінює ризики за категоріями ймовірності та впливу для визначення пріоритетів без точних числових розрахунків. Для медіапроєкту аналіз ризиків включає сценарне планування з розробкою варіантів дій за різних комбінацій реалізації загроз та можливостей. Моніторинг ризиків здійснюється через відстеження індикаторів раннього попередження, що сигналізують про зростання ймовірності реалізації конкретних ризиків. Культура відкритого обговорення ризиків у команді запобігає приховуванню проблем та забезпечує своєчасне реагування на виклики.

Український подкастинг в умовах війни демонструє специфічні ризики та виклики, що вимагають адаптації стандартних підходів до управління невизначеністю. Шишков описує, як подкастери стикаються з непередбачуваністю можливості продовжувати виробництво контенту через зовнішні обставини поза їхнім контролем [49]. Ризик втрати регулярності публікацій через форс-мажорні обставини пом'якшується через створення банку резервних епізодів, що можуть бути опубліковані в критичних ситуаціях. Ризик втрати аудиторії через тривалі перерви адресується через підтримання

комунікації в соціальних мережах навіть за відсутності нових епізодів. Технічні ризики пошкодження обладнання або втрати даних мінімізуються через регулярне резервне копіювання в хмарні сховища та наявність мобільних засобів запису як альтернативи стаціонарному обладнанню. Управління ризиками включає психологічну підготовку команди до роботи в стресових умовах та розробку протоколів підтримки ментального здоров'я учасників проєкту.

2.7 Управління командою медіапроєкту

Управління командою цього проєкту охоплює процеси організації, розвитку та керівництва групою людей, що працюють над досягненням спільних цілей медіапродукту. Навчальний посібник Київського національного університету визначає команду як структуровану групу з комплементарними навичками, об'єднану спільною метою та відповідальністю за результати [44]. Для подкасту про український футбол базова команда може включати ведучих з експертизою в футбольній аналітиці, продюсера для координації процесів, звукорежисера для технічного забезпечення якості, менеджера соціальних мереж для просування контенту. Планування команди передбачає визначення ролей та відповідальностей кожного учасника, встановлення звітності та механізмів координації. Комплектування команди включає пошук та відбір учасників з необхідними компетенціями та мотивацією для роботи над довгостроковим проєктом. Тренінг та апгрейд для команди буде дозволяти нам покращуватися та зміцнюватися, і головне, це отримувати досвід, який ми потім зможемо використовувати надалі та ділитися з новими учасниками команди та проєкту.

Методологічний базис управління проєктами розвитку складних систем розглядає команду як найціннішу складову проєкту, ефективність якої визначає успіх всієї ініціативи. Зачко підкреслює значення формування команди з високим рівнем довіри, відкритої комунікації та здатності до самоорганізації [17, с. 51]. Стадії розвитку команди включають формування, коли встановлюються базові правила взаємодії, поглиблення з проявом конфліктів та

встановленням ієрархії, нормування зі створенням робочих процедур, продуктивність з досягненням високої ефективності. Керівництво командою адаптується до кожної стадії, від директивного на початку до фасилітативного на етапі зрілості групи. Мотивація учасників підтримується через визнання внеску кожного, можливості професійного зростання, залученість до прийняття рішень про напрям розвитку проєкту. Конфлікти в команді розглядаються як природний елемент групової динаміки та можливість для вдосконалення процесів за умови конструктивного врегулювання.

Настанова PMBOK 7 визначає принципи ефективного командного лідерства, що забезпечують високу продуктивність та задоволеність учасників проєкту. PMI Ukraine Chapter розглядає трансформаційне лідерство як підхід, що надихає команду через бачення та особистий приклад замість адміністративного примусу [4]. Лідер медіапроєкту виконує множинні ролі: візонера, що формулює привабливу мету, коуча, що розвиває потенціал учасників, медіатора, що врегульовує суперечки, представника, що захищає інтереси команди перед зовнішніми стейкхолдерами. Делегування повноважень дозволяє розподілити відповідальність та використати експертизу кожного члена команди без надмірного контролю з боку керівництва. Регулярні ретроспективні зустрічі створюють простір для рефлексії над досвідом, обговорення проблем та спільного пошуку шляхів покращення роботи. Культура психологічної безпеки дозволяє учасникам висловлювати незгоду, визнавати помилки, експериментувати з новими підходами без страху осуду чи покарання.

Національно-патріотичне виховання майбутніх фахівців галузі фізичної культури та спорту набуває нового історичного осмислення в контексті війни та формування національної ідентичності. Янчук розглядає патріотизм не як абстрактне поняття, а як конкретну діяльність на благо країни в обраній професійній сфері [50, с. 236–241]. Для команди медіапроєкту про український футбол патріотична мотивація може виражатися в усвідомленні внеску своєї роботи в підтримку національного спорту та формування позитивного іміджу України. Спільні цінності команди включають повагу до вітчизняних

спортивних традицій, віру в потенціал українського футболу, відповідальність за якісне представлення національної гри. Саме ці цінності зміцнюють згуртованість групи та надають додаткового сенсу діяльності поза комерційними цілями. Управління командою включає збереження цієї ціннісної основи через обговорення місії проєкту та його ролі в більш широкому контексті розвитку українського спорту.

Психологічна підготовка особистості до виконання службових та бойових завдань в умовах воєнного стану розглядає аспекти ментальної стійкості, що актуальні для різних сфер діяльності. Збірник наукових праць Національного університету оборони України аналізує методи підтримки психологічного благополуччя в стресових умовах [34]. Команда медіапроєкту в умовах війни стикається з хронічним стресом через загрози безпеці, невизначеність майбутнього, емоційне навантаження від новин про жертви та руйнування. Управління командою має включати турботу про ментальне здоров'я учасників через заохочення перерв, гнучкий графік роботи, доступ до психологічної підтримки. Нормалізація обговорення емоційних викликів створює простір для підтримки один одного та зниження ізоляції в переживаннях. Розподіл навантаження враховує індивідуальні обставини кожного члена команди та можливість тимчасового зниження активності без осуду. Формування резильєнтності команди дозволяє не лише витримувати негаразди, але й відновлюватися та продовжувати продуктивну діяльність попри складні обставини.

2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту

Управління комунікаціями проєкту забезпечує своєчасне та адекватне планування, збір, створення, розповсюдження, зберігання та контроль інформації серед стейкхолдерів. Навчальний посібник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності визначає комунікації як процес обміну інформацією між відправником та отримувачем з використанням відповідних каналів та форматів [45]. Для медіапроєкту стейкхолдери включають

внутрішню команду, аудиторію слухачів, гостей та експертів, спонсорів або партнерів, платформи дистрибуції контенту. Потреби кожної групи в інформації відрізняються за змістом, частотою, форматом та рівнем деталізації. План комунікацій документує хто, кому, що, коли, як та через які канали передає інформацію для ефективної координації діяльності. Внутрішня комунікація команди здійснюється через регулярні зустрічі, месенджери для оперативного зв'язку, спільні документи для асинхронної співпраці. Зовнішня комунікація з аудиторією відбувається через самі епізоди подкасту, соціальні мережі, електронну розсилку, взаємодію в коментарях.

Методологічний базис управління проєктами розглядає комунікації як критичну компетенцію, від якої залежить узгодженість дій команди та задоволеність стейкхолдерів. Зачко підкреслює необхідність не просто передачі інформації, а забезпечення її розуміння отримувачами та отримання зворотного зв'язку [17, с. 51]. Модель комунікації включає кодування повідомлення відправником, передачу через канал з можливими перешкодами, декодування отримувачем, зворотний зв'язок для підтвердження розуміння. Для медіапроєкту особливо критичною є комунікація творчого задуму між автором контенту та технічними спеціалістами, що його реалізують. Бар'єри комунікації можуть виникати через різницю в професійній термінології, культурних контекстах, особистих стилях спілкування. Стратегії подолання включають використання візуальних прикладів, уточнювальні запитання для перевірки розуміння, документування домовленостей. Ефективна комунікація економить час команди через зменшення непорозумінь та необхідності переробки результатів.

Настанова РМВОК 7 визначає принципи прозорості та інклюзивної комунікації, що забезпечує залученість всіх стейкхолдерів та доступ до релевантної інформації. PMI Ukraine Chapter розглядає управління комунікаціями як процес створення інформаційного поля проєкту, в якому всі учасники мають необхідні дані для прийняття рішень [4]. Технології комунікації для розподіленої команди включають відеоконференції для синхронних

обговорень, хмарні документи для спільної роботи над матеріалами, проєктні трекери для відстеження прогресу завдань. Ритм комунікації встановлює передбачувану каденцію взаємодій: щотижневі планові зустрічі команди, щоденні короткі синхронізації в критичні періоди, ad-hoc комунікація для вирішення оперативних питань. Протоколи зустрічей документують прийняті рішення, розподілені завдання та терміни виконання для забезпечення підзвітності. Управління комунікаціями включає адаптацію стилю та каналів до специфіки ситуації та переваг конкретних стейкхолдерів.

Довіра до медіа в Україні безпосередньо залежить від відкритості та чесності комунікації редакції з аудиторією про принципи роботи та обмеження. Наукові записки інституту журналістики аналізують, як прозорість редакційної політики впливає на сприйняття надійності медіа [15]. Для подкасту комунікація з аудиторією виходить за межі самого контенту епізодів та включає пояснення методології аналізу, розкриття можливих конфліктів інтересів, відкритість до критики та готовність виправляти помилки. Діалогова природа відносин з аудиторією передбачає двостороннє спілкування через відповіді на коментарі, врахування зворотного зв'язку в плануванні контенту, залучення слухачів до обговорення тем. Кризова комунікація планується заздалегідь для ситуацій, коли виникають проблеми технічного характеру, затримки публікацій або контроверсійні випуски. Відкрите визнання проблем та пояснення кроків для їх вирішення зміцнює довіру більше, ніж спроби приховування чи мовчання.

Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору трансформує канали та форми комунікації між творцями контенту та аудиторією. Порівняльний аналіз показує, як соціальні платформи створили можливості для прямої взаємодії, що були недоступні в епоху традиційних медіа [12]. Для подкасту соціальні мережі стають не просто каналами просування, а платформами для побудови спільноти навколо проєкту через регулярну взаємодію між випусками. Інтерактивні формати, такі як опитування про теми майбутніх епізодів або запити на питання до гостей, перетворюють аудиторію з пасивних споживачів на активних учасників формування контенту. Аналітика взаємодії в соціальних мережах є

одним із ключових інструментів для розуміння реальних потреб, інтересів і поведінкових патернів аудиторії. Вона дозволяє не лише відстежувати базові метрики – охоплення, перегляди, лайки чи коментарі, але й оцінювати якість взаємодії, глибину залученості, динаміку зростання спільноти та реакцію на різні формати контенту. Завдяки такій аналітиці команда отримує цінні інсайти щодо того, які теми викликають найбільший резонанс, який стиль подачі працює ефективніше, та які часові проміжки найбільш оптимальні для публікацій. Це дозволяє будувати контент-стратегію, що базується на реальних даних, а не інтуїтивних припущеннях. Управління комунікаціями передбачає створення комплексного контент-плану для соціальних мереж, який забезпечує постійну присутність між виходами нових епізодів і підтримує інтерес аудиторії. Такий план охоплює різні типи матеріалів: анонси, бекстейджі, цитати з випусків, інтерактивні опитування, освітні матеріали, короткі відеофрагменти, тематичні новини та аналітичні дописи. Регулярність комунікації формує відчуття стабільності та робить проєкт більш впізнаваним, а структурованість планування допомагає уникнути хаотичних або надто рідких публікацій. Багатоканальність комунікації є одним із ключових чинників ефективного поширення контенту, адже сьогодні аудиторія споживає інформацію фрагментовано й перебуває на різних цифрових платформах – Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, Twitter, Telegram та інших. Використання лише одного каналу суттєво обмежує охоплення, тоді як інтегрований підхід дозволяє охопити різні вікові, соціальні та поведінкові групи користувачів.

Адаптація контенту до логіки й форматів кожної платформи не просто підсилює впізнаваність, а й робить комунікацію значно ефективнішою. Динамічні короткі відео та трендовий контент найкраще працюють у TikTok; структуровані аналітичні дописи та дискусії – у Facebook; візуально приваблива інфографіка й візуальні акценти – в Instagram; розгорнуті пояснення, інтерв'ю та відеоверсії – на YouTube; оперативні повідомлення й новини – у Telegram. Таким чином, кожна платформа виконує свою функцію в загальній комунікаційній архітектурі.

Завдяки такому підходу формується цілісна, багаторівнева екосистема присутності, у якій користувач може взаємодіяти з проєктом у зручному для себе форматі та на звичному майданчику. Це не лише збільшує охоплення та залученість, але й зміцнює бренд медіапроєкту, робить його впізнаваним і стійким у конкурентному цифровому середовищі.

2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту

Моніторинг виконання проєкту забезпечує систематичне відстеження прогресу, вимірювання результатів та виявлення відхилень від плану для своєчасного коригування дій. Навчальний посібник Київського національного університету визначає моніторинг як процес регулярного збору та аналізу даних про стан проєкту для підтримки управлінських рішень [44]. Для медіапроєкту об'єктами моніторингу є дотримання графіку публікацій, якість випущеного контенту, фінансові показники доходів та витрат, метрики аудиторії та залученості, виконання індивідуальних завдань членами команди. Система показників ефективності включає кількісні метрики, такі як кількість прослуховувань, середній час утримання слухача, зростання аудиторії, та якісні індикатори, такі як тональність коментарів, згадки в інших медіа, експертні оцінки. Інструменти моніторингу включають аналітику подкаст-платформ, системи відстеження соціальних медіа, фінансовий облік, проєктні трекери для завдань команди. Частота моніторингу варіюється від щоденного перегляду критичних метрик до щомісячного комплексного аналізу всіх аспектів проєкту.

Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проєктами розглядає моніторинг як систему раннього попередження про потенційні проблеми до їх переростання в кризи. Зачко визначає індикатори раннього попередження як метрики, зміна яких сигналізує про зростання ризиків або відхилення від траєкторії успіху [17, с. 51]. Для медіапроєкту такими індикаторами можуть бути падіння показника утримання слухачів протягом епізоду, зниження темпів зростання аудиторії, негативна динаміка залученості в соціальних мережах.

Моніторинг безпекових аспектів включає відстеження спроб несанкціонованого доступу до інфраструктури, аналіз джерел трафіку для виявлення підозрілої активності, контроль за дотриманням команди протоколів інформаційної безпеки. Панель керування проєктом візуалізує ключові показники в зручному форматі для швидкої оцінки стану без необхідності аналізу детальних звітів. Регулярність моніторингу забезпечує актуальність інформації для прийняття рішень та можливість швидкого реагування на зміни.

Настанова PMBOK 7 визначає моніторинг як невід'ємну частину циклу управління проєктом, що включає планування, виконання, контроль та коригування. PMI Ukraine Chapter підкреслює значення не просто збору даних, а їх інтерпретації в контексті цілей проєкту та прийняття обґрунтованих рішень на основі фактів [4]. Методи освоєної вартості дозволяють інтегровано оцінювати прогрес за обсягом робіт, часом та витратами через порівняння планових, фактичних та заслужених показників. Для медіапроєкту адаптація цього методу може включати вимірювання запланованої та фактичної кількості випущених епізодів, витрат на епізод, охоплення аудиторії. Аналіз трендів виявляє зміни у динаміці показників, що допомагають прогнозувати майбутні результати та потребу в коригувальних діях. Порівняльний аналіз з конкурентами або аналогічними проєктами створює надійний зовнішній бенчмарк, що дозволяє оцінювати відносну ефективність, визначати сильні та слабкі сторони, а також знаходити можливості для вдосконалення контенту й процесів. Такий аналіз допомагає зрозуміти позиціонування проєкту на ринку, відстежувати зміни у вподобаннях аудиторії та реагувати на динаміку медіатрендів.

Регулярні зустрічі команди відіграють ключову роль у цьому процесі, адже саме під час них відбувається системне обговорення результатів моніторингу, генерація нових ідей та визначення пріоритетів розвитку. Спільне прийняття рішень сприяє узгодженості дій, підвищенню якості реалізації та готовності вчасно адаптувати підходи або внутрішні процеси відповідно до змін

середовища. Це формує командну культуру прозорості, гнучкості та постійного вдосконалення.

Аналіз поколінь війн згідно з концепціями технологічного та хвильового розвитку суспільства надає контекст для розуміння еволюції інформаційного середовища та медіа. *Journal of Scientific Papers* розглядає, як технологічні зміни трансформують характер не лише воєнних конфліктів, але й інформаційного протиборства [7]. Моніторинг медіапроєкту в умовах гібридної війни має враховувати інформаційний вимір безпеки через відстеження спроб маніпуляції контентом, поширення дезінформації з використанням бренду проєкту, координованих кампаній дискредитації. Інструменти моніторингу включають відстеження згадок проєкту в мережі для виявлення підозрілих графіків поширення, аналіз джерел несподіваного зростання трафіку, моніторинг коментарів на ознаки координованих тролінг-кампаній. Протоколи реагування на інформаційні атаки плануються заздалегідь, щоб забезпечити швидку мобілізацію команди та залучення всіх необхідних стейкхолдерів у разі виникнення загрози. До таких протоколів можуть входити чітко визначені сценарії дій, розподіл ролей між членами команди, готові інформаційні повідомлення для медіа та аудиторії, а також механізми внутрішньої координації, які дозволяють реагувати максимально оперативно й узгоджено.

Завдяки цьому проєкт може мінімізувати шкоду, швидко спростовувати фейки та відновлювати довіру аудиторії. Моніторинг безпекового середовища стає постійною, інтегрованою функцією, а не разовою активністю, оскільки загрози в інформаційному просторі еволюціонують надзвичайно швидко. Команда повинна регулярно аналізувати джерела потенційних атак, відстежувати нові тактики дезінформаційних кампаній і оперативно виявляти аномалії в інформаційному потоці. Це включає використання спеціалізованих інструментів аналітики, взаємодію з експертними організаціями, оновлення внутрішніх політик безпеки та проведення навчань для співробітників. Такий підхід забезпечує підвищену стійкість проєкту й дозволяє проактивно реагувати на загрози ще до того, як вони переростуть у масштабні інциденти.

Завдяки завчасно вибудованій системі моніторингу ризиків, чітким протоколам дій та регулярному оновленню безпекових процедур команда отримує можливість швидко і впевнено ухвалювати рішення в критичних ситуаціях. Це не лише мінімізує потенційні збитки та переривання робочих процесів, а й формує культуру відповідальності, передбачливості та професійної дисципліни. У результаті проєкт стає більш гнучким, здатним адаптуватися до змін зовнішнього середовища та зберігати стабільність навіть у періоди підвищеної турбулентності.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКИЙ ФУТБОЛ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1 Проблеми практичної реалізації проєкту

Фінансування медіапроєктів в Україні залишається однією з найгостріших проблем для незалежних ініціатив, позбавлених доступу до корпоративного капіталу або державної підтримки. Аналіз медійного ринку України демонструє концентрацію рекламних бюджетів у великих медіахолдингах, що створює

бар'єри для нових гравців у конкуренції за увагу рекламодавців [6]. Подкаст про український футбол стикається з обмеженістю профільних спонсорів, готових інвестувати в нішевий контент з невеликою початковою аудиторією. Модель монетизації через передплату вимагає часу для формування лояльної бази підписників, готових платити за контент.

Краудфандингові платформи можуть забезпечити стартове фінансування, проте вимагають значних зусиль на промоцію кампанії та побудову довіри потенційних інвесторів. Відсутність стабільного фінансування обмежує можливості інвестування в якісне обладнання, залучення професійних фахівців, проведення маркетингових активностей для зростання аудиторії. Економічна нестабільність в умовах війни посилює фінансові виклики через зниження купівельної спроможності населення та скорочення рекламних бюджетів компаній.

Технічні виклики виробництва якісного аудіоконтенту включають необхідність придбання спеціалізованого обладнання та опанування складного програмного забезпечення для обробки звуку. Подкастинг в умовах війни стикається з додатковими технічними проблемами через нестабільне електропостачання та обмеження інфраструктури [49]. Якість звукозапису критично впливає на сприйняття контенту слухачами, проте досягнення професійного рівня вимагає інвестицій у мікрофони, аудіоінтерфейси, акустичну обробку простору. Віддалена робота з гостями через інтернет-з'єднання створює ризики технічних збоїв, затримок, погіршення якості звуку порівняно з студійним записом. Постпродакшн вимагає навичок роботи з програмами редагування аудіо, розуміння принципів звукового дизайну, компресії, еквалізації для досягнення комфортного для прослуховування звуку. Відсутність досвіду у членів команди призводить до тривалого процесу навчання через експериментування та помилки. Технологічні обмеження стають особливо відчутними при порівнянні з професійними медіапродуктами, що встановлюють високу планку очікувань аудиторії щодо технічної якості.

Формування аудиторії нового медіапроєкту в насиченому інформаційному просторі вимагає значних зусиль на просування та маркетинг без гарантій успіху. Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору створив ситуацію переповненості ринку контенту, де увага аудиторії стала дефіцитним ресурсом [12]. Подкаст про український футбол функціонує у висококонкурентному медіасередовищі, де боротьба точиться не лише між спортивними проєктами, а й між усіма формами сучасного контенту – від стрімінгових платформ і коротких відео до новинних ресурсів та блогерських форматів. У такій ситуації кожен потенційний слухач має обмежений часовий ресурс, за який конкурують десятки альтернатив, що автоматично підвищує вимоги до якості, унікальності та регулярності випусків.

Алгоритми рекомендацій на популярних подкаст-платформах структурно тяжіють до просування вже існуючих великих проєктів із високою кількістю прослуховувань і стабільною історією взаємодій. Це створює своєрідний «бар'єр входу» для нових і нішевих продуктів, зменшуючи їхню видимість у стрічках користувачів та уповільнюючи органічний ріст. Відповідно, навіть якісний контент може довго залишатися непоміченим, якщо немає інтенсивної зовнішньої підтримки або потужної вже існуючої спільноти. Органічне зростання аудиторії в подкастингу – це завжди стратегія тривалої дистанції. Воно потребує місяців або навіть років системної, послідовної роботи: регулярних випусків, постійної взаємодії зі слухачами, пошуку гостей, удосконалення формату та технічної якості. Результати при цьому з'являються повільно, що може знижувати мотивацію команди та створювати відчуття нестачі прогресу на ранніх етапах. Відсутність швидкого зростання є типовою, але саме тому потребує стратегічного планування й реалістичних очікувань. Додатковий виклик становить обмежений бюджет на просування. Платні рекламні інструменти – таргетована реклама, співпраця з великими медіа чи рекламні інтеграції – часто є недоступними для невеликих незалежних проєктів. Це унеможливорює швидку масштабізацію аудиторії та змушує

покладатися на більш повільні, проте органічні канали: сарафанне радіо, колаборації, взаємні згадки, участь у інфоприводах.

Вразливість до алгоритмів соціальних мереж стає додатковим системним ризиком. Якщо Instagram, Facebook, TikTok або YouTube змінюють принципи ранжування контенту, це може раптово зменшити охоплення навіть при збереженні однакових зусиль з боку команди. Таким чином, залежність від платформ робить розвиток проєкту нестабільним: те, що працювало вчора, може перестати давати результат завтра. Сукупність цих викликів підкреслює, що просування подкасту про український футбол вимагає не лише якісного контенту, а й стратегічного підходу до маркетингу, гнучкості в адаптації до змін, грамотного використання наявних ресурсів та терплячої роботи із спільнотою, яка формується поступово, але є ключем до довгострокового успіху. Залучення експертів та гостей для участі в епізодах подкасту стикається з проблемами координації графіків, мотивації участі, забезпечення якості їхнього контрибуту.

Спортивна журналістика України характеризується обмеженим колом визнаних експертів, готових регулярно ділитися аналітикою в медіаформатах [36]. Професійні коментатори та аналітики часто пов'язані ексклюзивними контрактами з великими медіа, що обмежує їхню можливість участі в незалежних проєктах. Футболісти та тренери можуть бути обережними у публічних висловлюваннях через контрактні обмеження або побоювання репутаційних ризиків. Координація записів з гостями ускладнюється непередбачуваністю графіків, особливо в умовах війни, коли плани можуть змінюватися через форс-мажорні обставини. Відсутність гонорарів для гостей на початкових етапах проєкту обмежує мотивацію участі лише нематеріальними факторами, такими як бажання поділитися знаннями або підтримати ініціативу. Якість виступу гостя безпосередньо впливає на цінність епізоду, проте не всі експерти володіють навичками медійної комунікації або здатні донести знання в доступній формі.

Підтримання регулярності публікацій стає викликом при обмежених ресурсах команди та непередбачуваності зовнішніх обставин. Популяризація науки в

Україні через мас-медійні тренди демонструє, що консистентність випусків критично важлива для утримання аудиторії та формування звички споживання контенту [32]. Щотижневий графік вимагає постійної роботи над підготовкою матеріалів, координацією гостей, записом, постпродакшн без можливості тривалих перерв. Життєві обставини членів команди, їхні основні професійні зобов'язання можуть конфліктувати з потребами проєкту, особливо якщо він не є основним джерелом доходу. Креативне виснаження настає після тривалого періоду інтенсивної роботи, коли генерування нових ідей та підтримання ентузіазму стають складнішими. Український подкастинг в умовах війни стикається з додатковими викликами регулярності через відключення електроенергії, повітряні тривоги, психологічне навантаження від воєнних подій [49]. Відсутність резервних епізодів робить проєкт вразливим до будь-яких затримок у виробничому процесі, що може призвести до пропуску запланованої дати публікації.

Правові та етичні аспекти створення контенту про спортивні події включають питання авторського права, використання відеоматеріалів, згадок торгових марок та імен гравців. Коректність термінології в медіатекстах про російсько-українську війну підкреслює необхідність дотримання етичних стандартів у висвітленні чутливих тем [2]. Подкаст може потрапити в правову сіру зону при використанні музики, звукових ефектів або відеофрагментів матчів без ліцензій від правовласників. Критичні коментарі щодо футболістів, тренерів, арбітрів мають балансувати між свободою вираження думки та уникненням наклепу або образ. Комерційні угоди зі спонсорами вимагають юридичного оформлення з чітким визначенням зобов'язань сторін та умов розкриття рекламних інтеграцій. Відсутність юридичної експертизи в команді створює ризики несвідомого порушення законодавства або контрактних зобов'язань третіх сторін. Етичні дилеми виникають при висвітленні особистого життя спортсменів, внутрішніх конфліктів у клубах, фінансових проблем організацій, де інтерес аудиторії може конфліктувати з повагою до приватності та професійними етичними стандартами журналістики.

Конкурентне середовище українського медіапростору створює виклики диференціації нового проєкту та встановлення унікальної ціннісної пропозиції для аудиторії. Аналіз медійного ринку України показує наявність встановлених гравців у спортивній журналістиці з ресурсними перевагами та лояльною аудиторією [6]. Нові проєкти мають знайти нішу або підхід, що відрізняє їх від існуючих пропозицій та створює причину для аудиторії переключитися або додати новий подкаст до свого медіараціону. Ризик копіювання успішних форматів призводить до гомогенізації контенту, де різні проєкти стають взаємозамінними для слухачів. Глибока спеціалізація на українському футболі обмежує потенційний розмір аудиторії порівняно з загальноспортивними медіа, проте дозволяє глибше опрацьовувати теми. Баланс між доступністю для широкої аудиторії та глибиною аналізу для знавців визначає позиціонування проєкту та цільовий сегмент. Встановлені медіа можуть легко копіювати успішні інновації малих проєктів, використовуючи свої ресурсні переваги для швидкого масштабування подібних форматів.

Виміри семіозису в медіакомунікації створюють складність у забезпеченні однозначного розуміння повідомлень різноманітною аудиторією з відмінними контекстами сприйняття. Андрейчук розглядає семіотичну природу медіатекстів, де значення конструюється в процесі інтерпретації отримувачем, а не задається автором [8]. Футбольна термінологія може бути незрозумілою для частини аудиторії, що обмежує доступність контенту, проте спрощення ризикує втратою глибини для досвідчених вболівальників. Іронія, сарказм, жарти можуть інтерпретуватися по-різному залежно від культурного бекграунду та особистих цінностей слухачів. Емоційний тон розмов впливає на сприйняття об'єктивності аналізу, де надмірна пристрасність може підривати довіру до експертності. Контекст війни додає додатковий рівень семіотичної складності, де будь-які згадки конфлікту активують потужні емоційні асоціації у слухачів. Управління цими семіотичними вимірами вимагає постійної рефлексії над мовними виборами та їхнім можливим впливом на різні сегменти аудиторії.

Психологічне навантаження на команду проєкту в умовах війни впливає на продуктивність, креативність та здатність підтримувати довгостроковий ентузіазм. Психологічна підготовка особистості до виконання службових та бойових завдань в умовах воєнного стану аналізує вплив хронічного стресу на когнітивні та емоційні функції [34]. Учасники команди медіапроєкту в умовах війни стикаються з багатовимірним психологічним тиском, який безпосередньо впливає на їхню здатність стабільно працювати та приймати виважені рішення. Тривога за безпеку родини, постійне очікування новин із фронту та переживання втрат створюють емоційний фон, який ускладнює підтримання внутрішньої рівноваги. У таких умовах навіть звичні робочі завдання можуть здаватися надмірно складними, а короткострокові проєктні дедлайни – непропорційно стресогенними.

Екзистенційні загрози й нескінченний потік травматичних новин роблять процес концентрації фрагментованим: увага розсіюється, знижується здатність до глибокої аналітичної роботи, яка є ключовою у виробництві якісного медіаконтенту. На цьому тлі може виникати відчуття внутрішнього конфлікту – коли робота над подкастом або будь-якою іншою творчою продукцією видається неважливою чи несвоєчасною порівняно з масштабами реальних трагедій. Така зміна власної діяльності негативно позначається на мотивації, посилює емоційне виснаження й створює ризики передчасного професійного вигорання.

В умовах підвищеного стресу конфлікти в колективі загострюються: знижується рівень терпимості до відмінних думок, зростає кількість імпульсивних реакцій, і навіть дрібні непорозуміння можуть перерости у тривалі напружені ситуації. Обмеженість ресурсів для відновлення часу, фінансів, можливостей відпочинку, психологічної підтримки – прискорює темп виснаження команди, послаблюючи її згуртованість та ефективність. Турбота про ментальне здоров'я стає необхідним, але водночас ресурсомістким процесом. Вона вимагає системного підходу: від створення безпечного комунікаційного середовища до впровадження чітких правил навантаження й

можливостей для відпочинку. Однак час і енергія, що спрямовуються на підтримку команди, часто конкурують з виробничими завданнями - монтажем, записами, плануванням контенту, роботою зі спільнотою. Це створює стратегічну дилему: як зберегти життєздатність проєкту, не жертвуючи добробутом людей, які його створюють. Таким чином, психологічний стан членів команди є не другорядним, а фундаментальним аспектом управління медіапроєктом у воєнний час. Його ігнорування здатне підірвати стабільність, якість продукції та довгострокову перспективу розвитку.

Технологічна залежність від платформ дистрибуції створює ризики для стабільності та контролю над проєктом. Цифрові медіастартапи останніх років демонструють вразливість до змін у політиках платформ, алгоритмах ранжування, умовах монетизації [48]. Подкаст-платформи можуть змінювати правила розподілу рекламних доходів, вимоги до контенту, технічні специфікації без попередження. Залежність від соціальних мереж для просування створює ризик втрати охоплення через зміни в алгоритмах, що відбуваються регулярно та непередбачувано. Блокування або обмеження доступу до певних платформ через геополітичні рішення може різко скоротити доступність контенту для частини аудиторії. Відсутність власної інфраструктури дистрибуції робить проєкт заручником рішень корпорацій, що контролюють канали доступу до аудиторії. Диверсифікація присутності на множині платформ зменшує залежність від однієї, проте вимагає додаткових зусиль на адаптацію контенту та підтримку комунікації в кожному каналі. Інвестиції в власний вебсайт та систему розсилки створюють незалежний канал комунікації, проте вимагають технічних ресурсів та зусиль на залучення підписників.

Виміри ефективності медіапроєкту створюють методологічні виклики через множинність можливих метрик та відсутність універсальних стандартів успіху. Управління якістю медіапроєкту вимагає балансування між кількісними показниками охоплення та якісними індикаторами впливу й цінності для аудиторії [44]. Кількість прослуховувань може зростати без відповідного

зростання залученості або монетизації, що ставить під питання реальну цінність цього показника. Алгоритми платформ не завжди точно відстежують повні прослуховування, завищуючи показники через підрахунок часткових відтворень. Якісні показники, такі як глибина аналізу або вплив на дискурс про український футбол, складно операціоналізувати в вимірювані метрики.

Порівняння з конкурентами ускладнюється відсутністю прозорості в їхніх реальних показниках, оскільки публічні дані часто не відображають повної картини. Тиск на досягнення кількісних показників може призводити до компромісів у якості або зміщення фокусу на популістський контент замість глибокої аналітики. Визначення реалістичних цілей на різних етапах розвитку проєкту вимагає розуміння типових траєкторій зростання подкастів у нішевих сегментах.

Адаптація до змінюваного футбольного ландшафту в умовах війни вимагає гнучкості контент-стратегії та готовності переосмислювати формат. Дослідження особливостей та перспектив розвитку українського футболу підкреслює непередбачуваність траєкторії розвитку спорту в умовах воєнного стану [16]. Переривання чемпіонату, евакуація клубів, виїзд гравців за кордон радикально змінюють контекст, про який можна розповідати в подкасті. Інтерес аудиторії до футболу може коливатися залежно від розвитку воєнної ситуації, де періоди загострення конфлікту знижують увагу до спортивного контенту. Баланс між фокусом на українському футболі та розширенням на міжнародні теми визначає релевантність контенту в різні періоди. Проєкт може опинитися перед вибором між збереженням оригінальної концепції та адаптацією до нових реалій для виживання. Довгострокова стратегія розвитку стає складною для планування через невизначеність майбутнього футболу в країні та тривалості воєнного стану. Ризик втрати ідентичності проєкту виникає при надмірній адаптації, коли початкова унікальна пропозиція розмивається в спробах залишатися релевантними.

3.2 Особливості реалізації медіапроєкту

Контекстуалізація спортивного контенту в умовах війни стала визначальною особливістю реалізації українських медіапроєктів після лютого 2022 року. Академічні та медійні наративи про війну Росії проти України формують дискурсивне поле, в якому функціонує будь-який медіапродукт незалежно від тематики [5]. Подкаст про український футбол не може ігнорувати воєнний контекст, оскільки війна впливає на всі аспекти функціонування спорту від логістики матчів до психологічного стану гравців. Інтеграція воєнного контексту відбувається не через перетворення програми на політичний продукт, а через визнання реальності, в якій існують футбольні клуби та їхні вболівальники. Епізоди можуть включати обговорення того, як команди адаптуються до гри в умовах повітряних тривог, як війна вплинула на трансферну політику клубів, які футболісти приєдналися до збройних сил. Тональність розмов балансує між повагою до трагедії війни та збереженням простору для обговорення спорту як форми нормальності та надії. Ця контекстуалізація відрізняє український футбольний контент від міжнародних аналогів та створює унікальну перспективу для аудиторії.

Розподілена модель роботи команди стала не лише технічною необхідністю, але й стратегічною перевагою в умовах мобільності населення та безпекових викликів. Управління командою медіапроєкту в умовах війни передбачає гнучкість щодо локації членів команди та здатність ефективно координувати роботу без фізичної присутності [44]. Віддалена співпраця дозволяє залучати експертів з різних регіонів України та з-за кордону, розширюючи пул потенційних учасників проєкту. Технології відеоконференцій забезпечують можливість запису розмов з гостями незалежно від їхньої географічної локації без витрат на логістику. Асинхронна робота над постпродакшном дозволяє членам команди працювати в зручний час відповідно до їхніх обставин та графіку електропостачання. Хмарні сервіси забезпечують доступ до спільних файлів, проєктних документів, архівів матеріалів з будь-якої точки, де є доступ до інтернет-з'єднання. Ця розподіленість вимагає більш структурованої

комунікації та документування процесів порівняно з роботою в одному офісі. Безпекова перевага децентралізації полягає в тому, що пошкодження інфраструктури в одній локації не паралізує весь проєкт.

Адаптивне планування контенту з урахуванням непередбачуваності футбольного календаря та зовнішніх обставин замінює довгострокове планування. Український подкастинг в умовах війни характеризується необхідністю швидко реагувати на зміни та коригувати плани випусків [49]. Контент-календар містить основну структуру тем, проте залишає простір для оперативної зміни фокусу залежно від актуальних подій у футболі. Резервні теми та заздалегідь записані епізоди створюють буфер для ситуацій, коли виробництво нового контенту ускладнюється через зовнішні обставини. Баланс між швидким контентом про поточні матчі та проактивним контентом тематичних епізодів забезпечує релевантність при збереженні можливості планування. Гнучкість формату дозволяє варіювати тривалість епізодів, кількість учасників, структуру залежно від доступних ресурсів та характеру теми. Швидкість реакції на важливі події стає конкурентною перевагою, коли аудиторія шукає осмислення футбольних новин у контексті експертної аналітики. Ця адаптивність вимагає від команди здатності приймати оперативні рішення та реалізовувати їх без тривалих узгоджувальних процедур.

Побудова спільноти навколо проєкту перетворюється з маркетингової тактики на основу життєздатності медіапродукту в конкурентному середовищі. Довіра до медіа в Україні формується через прозору взаємодію з аудиторією та визнання її не просто споживачами, а партнерами у створенні цінності [15]. Подкаст зберігає спільноту через заохочення обговорень між слухачами в коментарях та соціальних мережах, створюючи простір для діалогу про український футбол. Залучення аудиторії до формування контенту через опитування про теми майбутніх епізодів, збір питань до гостей, краудсорсинг ідей створює відчуття співвласності проєктом. Регулярні зустрічі або спільні перегляди матчів з аудиторією переносять відносини з цифрового простору в реальний досвід. Внутрішні жарти, меми, термінологія формують унікальну

культуру спільноти, що зміцнює ідентифікацію учасників з проєктом. Лояльна спільнота стає органічним каналом просування через сарафанне радіо та поширення епізодів у своїх мережах. Монетизація через підтримку спільноти виявляється більш стійкою, ніж залежність від реклами, оскільки базується на емоційному зв'язку та взаємній цінності.

Інтеграція освітньої функції в розважальний формат створює унікальну ціннісну пропозицію для аудиторії, що прагне не лише споживати, але й розуміти футбол глибше. Популяризація науки в Україні через мас-медійні тренди демонструє ефективність освітнього підходу для донесення складних концепцій [32]. Подкаст поступово вводить слухачів у технічні аспекти футбольної тактики, пояснюючи системи гри, ролі позицій, принципи організації оборони та атаки. Використання візуальних матеріалів у супровідних постах соціальних мереж доповнює аудіоконтент схемами, що ілюструють тактичні концепції. Історичний контекст розвитку українського футболу вплітається в обговорення поточних подій, формуючи глибше розуміння традицій та еволюції гри. Порівняння з міжнародними трендами та практиками розширює перспективу аудиторії за межі локального контексту. Глосарій футбольних термінів та концепцій накопичується в описах епізодів, створюючи довідковий ресурс для слухачів. Ця освітня місія диференціює проєкт від суто розважальних спортивних медіа та залучає аудиторію, що цінує інтелектуальний розвиток поряд з емоційним переживанням гри.

Етична навігація складних тем вимагає виважених редакційних рішень щодо меж обговорення особистих аспектів життя спортсменів та внутрішньої кухні клубів. Нариси з лінгвістичної прагматики підкреслюють відповідальність медіа за конструювання дискурсу та вплив мовних виборів на сприйняття реальності [9]. Подкаст вибудовує чіткі етичні рамки, спрямовані на відповідальне й професійне висвітлення тем, пов'язаних з українським футболом.

Одним із ключових принципів є уникнення втручання в особисте життя футболістів та інших фігурантів, якщо це не має прямого впливу на їхню

професійну діяльність чи футбольний контекст. Це гарантує повагу до приватності та запобігає перетворенню спортивного аналізу на таблоїдний контент. Критика рішень тренерів або виступів гравців подається в конструктивному, аргументованому форматі, де основою стають тактичні, технічні та професійні чинники. Уникається мова, що знецінює чи переходить на особисті характеристики. Такий підхід формує культуру розумного, усвідомленого вболівання й підтримує здоровий дискурс у футбольній спільноті.

Під час розбору фінансових труднощів клубів або управлінських конфліктів подкаст дотримується принципу обережності. Подання інформації зберігає баланс між бажанням аудиторії розуміти внутрішні процеси та відповідальністю не поширювати непідтверджених відомостей. Аналіз спирається на доступні дані, офіційні джерела та професійні коментарі, уникаючи сенсаційності чи маніпулятивних припущень. Обов'язкова верифікація фактів перед публікацією або озвученням відіграє ключову роль у запобіганні дезінформації. Такий підхід захищає репутацію згаданих осіб і зміцнює довіру до проєкту як до джерела надійної аналітики. Редакційна політика фіксує всі етичні принципи, процедури реагування на суперечливі ситуації, а також критерії допустимості тем і формулювань. Це забезпечує послідовність у прийнятті редакційних рішень і захищає команду від суб'єктивних або поспішних оцінок. Прозоре донесення цих стандартів до аудиторії формує відчуття відповідальності, доброчесності та професійності проєкту. Завдяки цьому слухачі краще розуміють, за якими правилами створюється контент, і можуть довіряти як якості аналітики, так і етичності її подання.

Експериментування з форматом та структурою епізодів дозволяє знаходити оптимальний баланс між різними типами контенту та потребами різних сегментів аудиторії. Типологія українських подкастів демонструє різноманітність підходів до структурування програм від вільних розмов до жорстко скриптованих форматів [14]. Проєкт може чергувати епізоди-розмови з

експертами, епізоди-монологи з аналізом матчів, епізоди-інтерв'ю з футболістами, тематичні серії про історичні події. Тривалість епізодів адаптується до характеру теми: короткі 30-хвилинні випуски для оперативних оглядів турів, тривалі 90-хвилинні для глибоких дискусій з гостями.

Сегментація всередині епізоду з чіткими розділами допомагає слухачам навігувати контент та переходити до найцікавіших частин. Регулярні рубрики створюють передбачуваність та очікування, як-от щотижневий огляд новин, аналіз статистики туру, відповіді на питання слухачів. Спеціальні формати для особливих подій, такі як передматчеві прев'ю важливих ігор або постматчеві детальні розбори, урізноманітнюють контент-мікс. Аналіз метрик утримання слухачів по сегментах епізодів виявляє найефективніші типи контенту для подальшої оптимізації структури.

Мінімалістичний підхід до виробництва на початкових етапах дозволяє запустити проєкт та перевірити концепцію без значних капітальних інвестицій. Цифрові медіастартапи останніх років демонструють успішність стратегії мінімально життєздатного продукту для тестування ринку [48]. Початкове обладнання обмежується базовими мікрофонами прийнятної якості, безкоштовним програмним забезпеченням для редагування, використанням доступних платформ хостингу. Виробничі процеси оптимізуються для ефективності замість досконалості, дозволяючи швидко створювати епізоди без надмірного перфекціонізму. Інвестиції в покращення технічної бази плануються поетапно по мірі підтвердження життєздатності проєкту та появи ресурсів. Аутсорсинг окремих функцій, таких як графічний дизайн обкладинок або транскрибація епізодів, дозволяє отримати професійний результат без найму постійного персоналу. Фокус на змістовні цінності компенсує обмеження технічного виконання на початковому етапі, коли аудиторія вибачає недоліки заради унікального контенту. Поступове органічне зростання проєкту синхронізується з розвитком виробничих потужностей, уникаючи ситуації передчасного масштабування без достатньої аудиторної бази.

Диверсифікація контент-форматів за межі аудіо створює додаткові точки контакту з аудиторією та можливості монетизації. Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору створив екосистему, де успішні медіа присутні на множині платформ з адаптованим контентом [12]. Текстові пости в соціальних мережах з короткими інсайтами з епізодів залучають аудиторію, що віддає перевагу читанню. Відеофрагменти найцікавіших моментів розмов адаптовані для платформ як YouTube Shorts або Instagram Reels розширюють охоплення. Транскрипції епізодів публікуються на вебсайті для тих, хто віддає перевагу читанню над прослуховуванням, та покращують SEO. Інфографіка з статистикою або тактичними схемами створює візуальний контент, що легко поширюється в соціальних мережах. Довгі відеоверсії записів для YouTube диверсифікують присутність на різних платформах та залучають відеоаудиторію. Цей мультиформатний підхід вимагає додаткових зусиль на адаптацію контенту, проте розширює потенційну аудиторію та знижує залежність від єдиної платформи дистрибуції.

Партнерські відносини з футбольними клубами, організаціями, іншими медіа створюють синергії та відкривають можливості для взаємовигідної співпраці. Спортивний імідж України як м'яка сила демонструє значення медійного висвітлення для підтримки та розвитку спорту [39]. Подкаст може стати медіапартнером локальних клубів, отримуючи ексклюзивний доступ до гравців та тренерів для інтерв'ю в обмін на висвітлення. Співпраця з футбольними федераціями відкриває можливості участі в офіційних заходах, отримання прес-акредитацій на матчі, доступу до статистичних баз даних. Кросс-промоція з іншими спортивними подкастами або медіа розширює охоплення через обмін аудиторіями без конкурентного конфлікту. Спільні проєкти з журналістами традиційних медіа, як-от газет або телебачення, створюють контент-синергії та підвищують видимість. Партнерство з брендами спортивного інвентарю або сервісів для вболівальників забезпечує спонсорство при збереженні релевантності для аудиторії. Ці партнерства будуються на взаємній цінності та довгострокових відносинах замість транзакційних разових угод.

Інвестиції в особистісний бренд ведучих стають стратегічним активом проєкту, що виходить за межі самого подкасту. Спортивна журналістика України характеризується важливістю особистих репутацій коментаторів та аналітиків для довіри аудиторії [36]. Ведучі розвивають присутність у соціальних мережах з регулярними дописами про футбол, що підтримує зв'язок з аудиторією між епізодами. Участь у публічних заходах, таких як футбольні форуми або фанатські зустрічі, підвищує впізнаваність та формує особистий зв'язок з вболівальниками. Колонки або статті в інших медіа розширюють присутність ведучих за межі подкасту та залучають нову аудиторію. Експертні коментарі для телебачення або інших платформ легітимізують статус професійних аналітиків. Автентичність голосу та послідовність поглядів формують довіру та лояльність аудиторії до конкретних особистостей. Цей особистісний капітал стає захистом для проєкту, оскільки аудиторія слідує за ведучими навіть при зміні платформ або форматів.

Циклічність футбольного календаря створює природний ритм для проєкту з періодами інтенсивності та можливостями для стратегічних пауз. Дослідження особливостей та перспектив розвитку українського футболу показує сезонність активності та інтересу аудиторії [16]. Період активних змагань вимагає значно вищої частоти випусків, оскільки саме тоді інформаційний простір найбільш насичений новинами, матчами, коментарями та подіями, що швидко змінюються. Регулярне висвітлення таких моментів дозволяє підтримувати релевантність, оперативно реагувати на ключові футбольні події та зберігати інтерес аудиторії, яка очікує своєчасного аналізу, думок експертів та пояснень тактичних рішень. У цей час темп виробництва подкасту значно зростає, що потребує від команди підвищеної мобілізації, швидкості обробки інформації та чіткої координації.

Міжсезоння, навпаки, створює можливість зменшити інтенсивність і змістити тематичний фокус у бік глибших, більш розгорнутих матеріалів. Це можуть бути спеціальні тематичні серії, аналітичні огляди, історичні ретроспективи, інтерв'ю з футболістами, тренерами чи експертами, які не прив'язані до

термінових подій. Такий контент дозволяє не лише підтримувати інтерес спільноти, а й поглиблювати її розуміння футболу, показуючи ширший контекст розвитку спорту. Літня трансферна кампанія формує окремий цикл контенту, орієнтований на аналіз потенційних переходів, оцінювання нових гравців, вивчення стратегій клубів та комунікації між футбольними інституціями. Аудиторія зазвичай проявляє підвищений інтерес до таких тем, що робить цей період важливим для розширення охоплення та підсилення експертного іміджу проєкту.

Паузи в чемпіонаті під час міжнародних турнірів, матчів збірних або великих спортивних подій дарують команді змогу трохи сповільнити темп, відпочити або зосередитися на вдосконаленні внутрішніх процесів, технічної інфраструктури та контентної стратегії. Такі проміжки слугують важливим ресурсом для профілактики професійного вигорання та підготовки до майбутніх інтенсивних періодів. Продумане планування цих контентних циклів забезпечує збалансований графік роботи, який дозволяє ефективно розподіляти навантаження, уникати виснаження команди та підтримувати сталість якості. Відкрита комунікація з аудиторією щодо сезонних змін у графіку публікацій допомагає встановити реалістичні очікування, зберегти довіру та підсилити відчуття прозорості й професійності проєкту.

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту

Стратегічне планування фінансової моделі з множинними джерелами доходу знижує ризики залежності від одного каналу та підвищує стійкість проєкту. Використання міжнародних стандартів для реалізації цих чи інших проєктів передбачає систематизований підхід до управління вартістю та подальшому плануванню монетизації [21]. Комбінація спонсорства, преміум-підписок, краудфандингу, мерчендайзингу, платних подій створює диверсифікований потік доходів. Спонсорські пакети структуруються з різними рівнями залученості та цін для привернення як великих брендів, так і локальних бізнесів. Преміум-рівень підписки пропонує ексклюзивний контент, ранній

доступ до епізодів, участь у закритих зустрічах з ведучими. Краудфандингові кампанії проводяться періодично для фінансування конкретних проєктів, як-от документальні серії або покращення обладнання. Мерчандайзинг з брендованим одягом або аксесуарами монетизує лояльність спільноти та створює додаткову видимість бренду. Платні офлайн-події, такі як спільні перегляди матчів з коментарями ведучих, генерують дохід та зміцнюють зв'язок з аудиторією.

Інвестиції в професійний розвиток команди через навчання, участь у конференціях, вивчення кращих практик підвищують якість продукту та конкурентоспроможність. Настанова РМВОК 7 підкреслює значення безперервного розвитку компетенцій для успіху проєктів у динамічному середовищі [4]. Курси з аудіопродукції покращують технічні навички запису, редагування, звукового дизайну для вищої якості випусків. Тренінги з журналістської майстерності розвивають навички інтерв'ювання, структурування наративів, етичного висвітлення чутливих тем. Вивчення футбольної тактики через спеціалізовані курси або літературу поглиблює експертизу для більш кваліфікованої аналітики. Участь у подкастингових конференціях або воркшопах відкриває доступ до індустріальних трендів, нетворкінгу з колегами, інсайтів від успішних творців. Регулярний аналіз провідних світових футбольних подкастів виявляє інноваційні підходи та техніки, що можуть бути адаптовані. Культура навчання в команді заохочує експериментування з новими форматами, технологіями, методами без страху помилок як можливості для росту.

Систематичний підхід до збору та аналізу зворотного зв'язку від аудиторії інформує покращення контенту та процесів. Управління якістю медіапроєкту вимагає регулярного вимірювання задоволеності стейкхолдерів та відповідності продукту їхнім очікуванням [44]. Опитування слухачів через форми зворотного зв'язку збирають структуровані дані про переваги щодо тем, форматів, тривалості, гостей. Аналіз коментарів у соціальних мережах та під епізодами виявляє спонтанні реакції та тренди в сприйнятті контенту. Метрики утримання

слухачів по хвилинах епізоду показують точки, де інтерес падає, сигналізуючи про проблеми з темпом або релевантністю сегменту. Фокус-групи з представниками різних сегментів аудиторії надають глибші інсайти про мотивації, потреби, сприйняття. А/В тестування різних форматів публікацій епізодів, обкладинок, описів виявляє найефективніші підходи до просування. Прямі діалоги з найактивнішими членами спільноти створюють якісне розуміння досвіду та очікувань лояльної бази.

Розробка стратегії контент-маркетингу з фокусом на органічне зростання через цінність замість платної реклами оптимізує обмежені бюджетні ресурси. Популяризація науки в Україні демонструє ефективність контент-орієнтованих підходів до побудови аудиторії [32]. SEO-оптимізація описів епізодів, титулів, текстових матеріалів на вебсайті покращує знаходження через пошукові системи. Довготривалий контент, такий як детальні аналітичні статті або гайди з футбольної тактики, залучає трафік та встановлює експертність. Колаборації з футбольними інфлюенсерами або блогерами розширюють охоплення через їхні встановлені спільноти. Вирізки найцікавіших моментів у короткі відео для соціальних мереж створює нові точки входу для нової потенційної аудиторії. Заохочення слухачів залишати рейтинги та відгуки на подкаст-платформах покращує ранжування в рекомендаціях. Ця органічна стратегія вимагає терпіння та послідовності, проте будує стійку аудиторну базу без залежності від рекламних бюджетів.

Створення документованих стандартних операційних процедур для всіх аспектів виробництва забезпечує консистентність якості та полегшує масштабування. Методологічний базис управління проєктами підкреслює значення процесної зрілості для ефективності та передбачуваності результатів [17, с. 51]. Процедури підготовки епізоду документують кроки від вибору теми до публікації з чек-листами для кожного етапу. Технічні стандарти звукозапису роблять специфічними налаштування обладнання, параметри якості, процедури тестування перед записом. Редакційні гайдлайни визначають стиль комунікації, етичні межі обговорення, процедури верифікації фактів. Шаблони для описів

епізодів, постів соціальних мереж, email-розсилок прискорюють створення супутніх матеріалів. Процедури резервного копіювання гарантують збереження цінних активів проєкту від втрати через технічні збої. Документування найкращих практик та отриманих уроків створює організаційну пам'ять для уникнення повторення помилок.

Побудова стратегічних партнерств з освітніми установами, такими як факультети журналістики або спортивних наук, створює взаємовигідні можливості. Національно-патріотичне виховання майбутніх фахівців галузі фізичної культури та спорту може включати практичне залучення студентів до медіапроєктів [50, с. 236–241]. Стажування для студентів журналістики надає проєкту додаткові людські ресурси для рутинних завдань при створенні освітніх можливостей. Дослідницькі проєкти студентів або викладачів можуть генерувати контент або інсайти для тематичних епізодів. Гостьові лекції ведучих подкасту в університетах підвищують видимість та легітимізують експертність. Доступ до академічних ресурсів, таких як бібліотеки або бази даних, збагачує дослідницьку базу для аналітики. Партнерство з науковими журналами про спорт створює можливості для публікації досліджень, базованих на даних проєкту. Ці академічні зв'язки підвищують інтелектуальну суворість контенту та відкривають канали для рекрутингу талановитих молодих фахівців.

Впровадження системи управління взаємовідносинами з аудиторією для персоналізації комунікації та підвищення лояльності використовує сучасні технології CRM. Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору створив інструменти для більш глибокого розуміння та сегментації аудиторії [12]. База даних підписників сегментується за інтересами, рівнем залученості, історією взаємодії для таргетованих комунікацій. Автоматизація welcome-серій для нових слухачів знайомить їх з архівом контенту та ключовими концепціями проєкту. Персоналізовані рекомендації епізодів базуються на історії прослуховувань та виражених преференціях слухача. Спеціальні повідомлення для найактивніших членів спільноти з подяками та ексклюзивними анонсами

зміцнюють відчуття приналежності. Аналіз життєвого циклу слухача виявляє точки ризику відтоку для проактивних заходів утримання. Ця система вимагає інвестицій у CRM-платформу та час на налаштування, проте окупається через підвищену утримання та монетизацію лояльної аудиторії.

Диверсифікація контентних вертикалей за межі основного подкасту створює екосистему взаємопов'язаних продуктів для різних потреб аудиторії. Подкасти українських медіа у 2021 році показали ефективність мультипродуктової стратегії для максимізації цінності інтелектуальної власності [30]. Окремий подкаст з короткими щоденними новинними оглядами опрацьовує аудиторію, що шукає швидке інформування без глибокого аналізу. Відеосерії з розборами тактики матчів використовують візуальний формат для демонстрації схем та рухів гравців. Письмовий блог з довгими аналітичними есе залучає читацьку аудиторію. Інтерактивні квізи або ігри про український футбол створюють розважальний контент, що залучає через гейміфікацію. Архівний контент репакується в тематичні колекції або найкраще з компіляції для нової аудиторії. Ця екосистема максимізує охоплення різних сегментів при синергії між продуктами через кросс-промоцію.

Інвестиції в власну технологічну інфраструктуру зменшують залежність від сторонніх платформ та створюють прямий канал до аудиторії. Цифрові медіастартапи останніх років демонструють цінність контролю над власними даними та каналами дистрибуції [48]. Власний вебсайт з інтегрованим аудіоплеєром забезпечує незалежну точку доступу до контенту поза подкаст-платформами. Система управління контентом дозволяє швидко публікувати супутні матеріали, створювати лендінги для спеціальних проєктів. Email-розсилка через власну платформу забезпечує прямий канал комунікації без посередників соціальних мереж. Аналітика власної інфраструктури надає глибші інсайти про поведінку аудиторії, ніж дані різних платформ. Мобільний додаток для найлояльніших фанатів створює преміум-досвід з персоналізацією та офлайн-доступом. Ці інвестиції вимагають технічних ресурсів, проте

окупаються через контроль над даними, незалежність від змін політик платформ, можливості прямої монетизації.

Створення системи раннього попередження про ризики через моніторинг ключових індикаторів дозволяє проактивно реагувати на проблеми до кризи. Управління ризиками медіапроєкту вимагає систематичного відстеження факторів, що можуть вплинути на життєздатність [45]. Аналітична панель з метриками зростання аудиторії, залученості, фінансових показників візуалізує тренди для швидкого виявлення негативних змін. Моніторинг згадок проєкту в мережі виявляє зростання негативних коментарів або координовані атаки репутації. Відстеження технічних метрик серверів та платформ попереджає про потенційні збої до впливу на доступність контенту. Регулярні перевірки фінансового здоров'я проєкту прогнозують точку вичерпання резервів при поточних витратах і доходах. Аналіз команди виявляє ознаки вигорання або конфліктів для ранніх інтервенцій підтримки. Ця система попередження дає час для коригувальних дій замість реактивної кризової відповіді.

Збереження культури експериментування та прийняття невдач як навчального досвіду стимулює інновації та адаптивність проєкту. Методологічний базис управління проєктами розвитку складних систем підкреслює значення організаційного навчання для еволюції в динамічному середовищі [17, с. 51]. Виділення частини ресурсів на експериментальні формати або теми дозволяє тестувати нові ідеї без ризику для основного продукту. Регулярні ретроспективні сесії команди обговорюють що спрацювало, що ні, що варто спробувати інакше, без звинувачення за помилки. Публічне визнання експериментів, навіть невдалих, демонструє аудиторії відкритість до інновацій та розвитку. Швидкі цикли «гіпотеза-тест-навчання» дозволяють дешево валідувати ідеї перед масштабними інвестиціями. Документування отриманих уроків створює базу знань для майбутніх рішень та не тільки. Ця культура перетворює проєкт на організацію, що навчається, здатну швидко адаптуватися до змін ринку та потреб аудиторії.

Розробка довгострокової візії та місії проєкту забезпечує стратегічну направленість при тактичній гнучкості оперативних рішень. Настанова PMBOK 7 визначає стратегічне вирівнювання як критичний фактор успіху проєктів у досягненні організаційних цілей [4]. Візія проєкту формує натхненний, стратегічно продуманий образ майбутнього, який задає чіткий напрям розвитку та об'єднує команду спільною метою. Йдеться не лише про прагнення бути присутнім у медіапросторі, а про створення впливової платформи, що визначатиме стандарти подачі контенту про український футбол. Така візія передбачає побудову авторитетного, послідовного та шанованого джерела глибокої аналітики, яке стане орієнтиром для аудиторії та формуватиме культуру свідомого, компетентного й аргументованого вболівання.

Проєкт має на меті не просто інформувати, а й надихати слухачів на глибше розуміння гри, розкривати контекст футбольних подій, допомагати формувати критичне мислення щодо спортивних процесів і розвивати спільноту, об'єднану спільними цінностями. Така візія підкреслює, що кінцева мета - це не лише популярність чи охоплення, а створення якісного інформаційного простору, який сприятиме зростанню футбольної культури в Україні та за її межами. У цій візії закладено прагнення підтримувати розвиток національного спорту, просувати якісний діалог про футбольні процеси та підсилювати роль гри як важливої частини соціального та культурного життя країни. Місія проєкту визначає конкретний шлях до досягнення цієї візії. Вона полягає у створенні глибокого, збалансованого та експертного контенту, який не лише інформує, а й навчає аудиторію.

Серед ключових завдань місії – розвиток спільноти, об'єднаної любов'ю до футболу, популяризація тактичної грамотності, пояснення складних аспектів гри доступною мовою та формування простору, де кожен може отримати нове розуміння про футбол і його контексти. Ціннісні принципи проєкту виконують роль внутрішнього компаса, що направляє прийняття рішень у складних чи суперечливих ситуаціях. Вони визначають пріоритети: чесність важливіша за сенсаційність, глибина аналізу – цінніша за популізм, а побудова спільноти та

довіри – важливіша за короткострокові метрики переглядів чи прослуховувань. Саме ці цінності забезпечують сталість стилю подачі, формують репутацію та допомагають уникати компромісів, що можуть зашкодити якості або етичності контенту. Ефективна комунікація візії, місії та цінностей – як для команди, так і для аудиторії створює спільне розуміння призначення проєкту, окреслює очікування, формує єдині критерії успіху та допомагає будувати довготривалі стосунки з прихильниками. Це забезпечує чітку ідентифікацію бренду та стабільність у процесі розвитку. Регулярний перегляд стратегії є не просто формальною процедурою, а одним із ключових інструментів забезпечення життєздатності та динамічного розвитку медіапроєкту.

В умовах, коли зовнішнє середовище – інформаційне, соціальне, економічне та спортивне зазнає постійних змін, від команди вимагається здатність оперативно реагувати на нові тренди, ризики й можливості. Це означає, що стратегічні документи не можуть залишатися статичними: вони мають бути живим механізмом, який регулярно оновлюється відповідно до актуального контексту. Такий перегляд дозволяє враховувати зміни в поведінці аудиторії, алгоритмах платформ, та який можна виготовляти контент, конкурентному середовищі, в якому тобі потрібно працювати, а також у специфічних умовах воєнного часу, коли інформаційні ландшафти змінюються особливо стрімко. Завдяки цьому команда може вчасно оновлювати контентні формати, тестувати нові жанрові підходи, оцінювати ефективність комунікаційних каналів і оптимізувати робочі процеси.

Водночас головна місія проєкту виконує стабілізаційну функцію. Вона задає генеральний напрям руху, забезпечує внутрішню цілісність та дозволяє зберігати послідовність підходів навіть тоді, коли тактичні рішення змінюються. Поєднання стратегічної гнучкості з незмінністю місії створює надійний і стійкий фундамент для довготривалого розвитку будь-якого медіапроєкту. Такий баланс дає змогу ініціативі оперативно реагувати на зовнішні зміни, адаптувати формати, канали комунікації та підходи до виробництва контенту, не втрачаючи при цьому своєї автентики, базових принципів і ціннісних

орієнтирів. Завдяки цьому проєкт зберігає чітку ідентичність, що є важливим у діяльності, де довіра та впізнаваність відіграють ключову роль.

У цьому контексті регулярний перегляд і оновлення стратегії перестають бути лише реакційним кроком на виклики або ризики. Вони трансформуються у системний інструмент розвитку, який дозволяє переосмислювати пріоритети, визначати нові можливості, посилювати конкурентні переваги та підвищувати якість взаємодії з аудиторією. Постійна стратегічна робота допомагає проєкту не просто адаптуватися до невизначеності, а й активно використовувати її як ресурс для зростання та інновацій.

Завдяки такому підходу медіапроєкт здатен упевнено функціонувати й поступово вдосконалюватися навіть у непростих умовах сучасного інформаційного середовища – багат шаровому, швидкоплинному та високо конкурентному. Він залишається релевантним, стійким і здатним утримувати увагу аудиторії у довготривалій перспективі, зміцнюючи власну позицію на медіаринку.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження підтвердило гіпотезу про можливість створення життєздатного медіапроєкту з обмеженими ресурсами в умовах воєнного стану через застосування адаптованих міжнародних стандартів проєктного управління. Аналіз проблематики медіапроєкту виявив існування незаповненої ніші футбольної аналітики в українському медіапросторі, де поверхнєве висвітлення результатів матчів домінує над експертним розбором тактичних аспектів гри. Обґрунтування вибору формату подкасту базується на його технологічній доступності, низьких бар'єрах входу, можливості створювати тривалий аналітичний контент без обмежень традиційних медіа. Класифікація розробленого медіапроєкту визначає його як дискусійно-аналітичний подкаст з освітньою функцією, орієнтований на аудиторію вболівальників, що прагнуть глибшого розуміння українського футболу в контексті воєнних реалій.

Систематизація підходів до управління різними аспектами медіапроєкту на основі стандартів PMBOK 7 продемонструвала необхідність їх адаптації до специфіки творчих індустрій та умов високої невизначеності. Управління змістом вимагає балансування між структурованим плануванням тем та гнучкістю реагування на актуальні події футбольного календаря. Управління часом передбачає встановлення регулярного ритму публікацій при наявності буферних механізмів для компенсації непередбачуваних затримок через воєнні обставини. Управління ресурсами орієнтується на мінімалістичний підхід з поступовим нарощуванням технічної бази та диверсифікацією джерел

фінансування через комбінацію спонсорства, підписок, краудфандингу. Управління вартістю базується на принципі мінімально життєздатного продукту з контролем операційних витрат та реінвестуванням доходів у розвиток проєкту.

Особливу увагу в дослідженні приділено управлінню якістю, ризиками та командою як критичним факторам успіху медіапроєкту в складних умовах. Управління якістю інтегрує технічні стандарти аудіопродукції з журналістською етикою, фактологічною точністю, експертністю аналізу для формування довіри аудиторії. Управління ризиками фокусується на безпековій складовій через резервування систем, диверсифікацію платформ, протоколи інформаційної безпеки для протидії загрозам кібератак та технічних збоїв. Управління командою враховує психологічне навантаження воєнного стану, необхідність гнучких графіків, підтримку ментального здоров'я учасників для забезпечення довгострокової продуктивності. Розподілена модель роботи перетворюється з вимушеної необхідності на стратегічну перевагу, дозволяючи залучати експертів з різних локацій та забезпечувати стійкість до локальних проблем інфраструктури.

Ідентифіковані проблеми практичної реалізації медіапроєкту охоплюють широкий спектр викликів, зокрема фінансові, технічні, комунікаційні та стратегічні. Фінансові труднощі пов'язані з обмеженим доступом до капіталу, необхідністю інвестувати у професійне обладнання, програмне забезпечення, маркетинг та просування. Це вимагає ретельного бюджетування, пошуку альтернативних джерел фінансування, таких як гранти, партнерства або краудфандинг, а також оптимізації витрат на початкових етапах. Технічні складнощі включають забезпечення стабільної, високої якості звуку, налаштування студійного середовища, постпродакшн, а також потребу у надійних платформах для розповсюдження контенту.

Суттєвим викликом є формування та утримання лояльної аудиторії в надзвичайно насиченому медіапросторі, де нові контент-проєкти з'являються щодня. Додатково процес ускладнюється необхідністю координації з експертами, спортсменами та запрошеними гостями, що передбачає гнучке

планування, узгодження графіків і забезпечення належної логістики комунікації. Особливості реалізації проєкту в умовах війни створюють окремий рівень складності. Вони вимагають постійної контекстуалізації спортивного контенту, адже події на полі нерозривно пов'язані з воєнною реальністю. Планування випусків повинно залишатися адаптивним, готовим до термінового коригування у разі непередбачуваних змін безпекової ситуації. Водночас зростає значення вибудовування спільноти – аудиторії, яка не лише споживає контент, а й підтримує проєкт, взаємодіє з авторами та формує коло його стійкості. Успішна реалізація подкасту базується на автентичності голосу авторів, їхній чесності, відкритості та здатності відображати власне бачення українського футболу в непростих умовах.

Не менш важливою є послідовність у дотриманні стандартів якості, готовність до системного аналізу зворотного зв'язку аудиторії та постійне вдосконалення формату. Експериментування з подачею, рубриками, стилістикою та способом взаємодії з глядачами/слухачами дозволяє утримувати інтерес і розширювати охоплення. Унікальна цінність проєкту формується через поєднання глибокої експертизи, доступності викладу, щирої патріотичної мотивації та прагнення підтримати український футбол у період, коли спортивна культура також потребує інформаційної присутності та моральної підтримки. Це робить подкаст не просто медіапродуктом, а важливою платформою для осмислення ролі спорту в житті країни під час війни.

Розроблені рекомендації щодо покращення та реалізації подібних медіапроєктів охоплюють широкий спектр управлінських, фінансових, організаційних та технологічних аспектів, спрямованих на підвищення стійкості й конкурентоспроможності продукту. Одним із ключових напрямів є стратегічне планування диверсифікованої фінансової моделі, яке передбачає не лише традиційні джерела доходів – рекламу чи спонсорство, а й пошук грантових програм, донатів від аудиторії, партнерських пакетів, монетизації додаткових форматів або запуску мерчу. Такий підхід дозволяє зменшити залежність від нестабільних ринкових факторів і забезпечити гнучке управління бюджетом.

Важливою рекомендацією є інвестиції у професійний розвиток команди: опанування сучасних інструментів продакшену, навичок аналітики, сторітелінгу, PR та комунікацій, що в комплексі підвищує якість кінцевого продукту. Систематичний збір і аналіз зворотнього зв'язку стає основою для покращень – від технічної складової до змістовного наповнення. Створення стандартних операційних процедур є важливим інструментом підвищення ефективності роботи команди, оскільки вони забезпечують чіткість, послідовність і передбачуваність усіх виробничих процесів. Завдяки таким регламентам легше підтримувати стабільну якість контенту, уникати хаотичних рішень та зменшувати кількість помилок, що виникають через неузгоджені дії. Крім того, прописані процедури значно скорочують час адаптації нових членів команди: вони швидше розуміють логіку проєкту, стандарти роботи, вимоги до матеріалів та принципи внутрішньої комунікації. Це робить команду більш керованою, згуртованою та здатною до системного зростання.

Окремо важливою є стратегія формування партнерств з освітніми закладами, футбольними організаціями, спортивними аналітиками, дослідницькими центрами та медіаплатформами. Такі колаборації створюють ґрунт для взаємовигідної співпраці: від обміну експертністю й методичними матеріалами до можливості організації спільних ефірів, аналітичних проєктів, тематичних спецвипусків або освітніх програм. Партнерські відносини також сприяють розширенню аудиторії, підвищенню довіри до бренду та формуванню репутації компетентного, аналітичного та відкритого до співпраці медіапроєкту. Доступ до унікальних даних, внутрішньої статистики, експертних коментарів або спеціалізованих досліджень додатково підсилює якість контенту та дозволяє створювати матеріали, які неможливо відтворити без налагоджених взаємозв'язків.

Впровадження CRM-систем відкриває новий рівень взаємодії з аудиторією, роблячи комунікацію більш персоналізованою, цілеспрямованою та ефективною. Завдяки сегментації слухачів і глядачів, аналізу їхньої активності, вподобань та історії взаємодій проєкт отримує змогу точніше визначати

інтереси аудиторних груп, прогнозувати потреби, готувати релевантні матеріали й адаптувати контентну стратегію. Такий підхід сприяє побудові довготривалих відносин «бренд - аудиторія», де кожен користувач отримує відчуття залученості та взаємодії з проєктом, а сам проєкт – стабільне ядро прихильних прихильників, готових підтримувати його розвиток. Диверсифікація контентних форматів за межі аудіо - відеоверсії, лонґріди, інтерактивні матеріали, соцмережеві спецпроєкти – допомагає максимізувати охоплення та адаптувати продукт під різні звички споживання.

Інвестиції у власну технологічну інфраструктуру знижують залежність від сторонніх платформ і ризики, пов'язані з їх політикою чи технічними перебоями. Паралельно важливим є створення системи раннього попередження про ризики: це може бути регулярний аудит інформаційної безпеки, моніторинг кіберзагроз, чіткі сценарії реагування на кризи та інформаційні атаки. Фіксування та збереження внутрішньої культури експериментування стимулює інноваційність, допомагає впроваджувати нові підходи до подачі контенту, взаємодії з аудиторією та розвитку бренду.

Довгострокова візія та чітко визначена місія формують стратегічну основу проєкту, забезпечуючи йому послідовність, цілісність і зрозумілий орієнтир розвитку. Водночас тактична гнучкість дає змогу своєчасно реагувати на будь-які зміни зовнішнього середовища, що особливо важливо в умовах високої невизначеності та воєнного стану. Саме гармонійне поєднання стабільної стратегічної лінії зі здатністю до швидкої адаптації стає ключовим чинником виживання, сталого зростання та поступового посилення впливу медіапроєкту у конкурентному та динамічному інформаційному просторі.

Особисто для нас, ця робота допомогла в аналізі всіх проблемних точок та пунктів, які можуть виникнути під час роботи над проєктом. Робота в колективі, вирішення критичних ситуацій, як зміна графіку зйомки, відміна гостя, перенесення через обстріли і т. д. Нажаль, в нашій країні триває війна і від цього ніхто не застережений. Такі моменти і виникали в нас під час роботи над нашим проєктом у форматі подкасту. Загалом, цей дослідницький аналіз

допоміг нам більше надихнутися і загорітися до роботи з подкастингом. Спочатку, це повинен був бути лише один епізод, який не буде опублікований назагал, лише для цієї наукової роботи. Станом наразі вже є відзнятий другий епізод з тренером ампкоманди «Верес Мрія», і є вже домовленості про зйомки з виконавчим директором Народного клубу «Верес» та з один із професійних коментаторів «Української Прем'єр-ліги», єврокубкових матчів та чемпіонатів різних світових ліг. Завдяки цій дипломній роботі ми змогли детальніше вивчити потреби аудиторії, що думаю не робив би, якби вирішив би раніше розпочати записувати відео на YouTube канал.

Нам вдалося проаналізувати, як з початком повномасштабної війни трансформувався український подкастинг як бренд і як змінилася спортивна подкаст-індустрія в порівнянні з довоєнним періодом. Під час роботи над першим епізодом ми сприймали власний випуск як доволі тривалий, доки не ознайомилися з подібними форматами, де окремі епізоди тривають понад 2 години 40 хвилин. На цьому тлі наш перший випуск тривалістю близько 39 хвилин виявився цілком лаконічним і динамічним. Другий епізод подкасту планується ще компактнішим – приблизно 28 хвилин, що відповідає оптимальному темпу сприйняття для аудиторії та зберігає структурну чіткість контенту.

Завдяки цій роботі ми змогли більш детально зрозуміти, в якому напрямі рухатися, але їх дуже багато, тому зараз шукаємо саме свій, який буде людям цікавий та суспільно-значущий. Наша мета для цього проєкту – не заробити гроші від монетизації, реклами або т. д., а саме зробити цікавий та якісний контент, який буде цікавим не лише для нас та наших близьких, рідних та друзів, а й для звичайного вболівальника футболу, який випадково натрапить на мої відео з рекомендацій YouTube. Для нас важливо, щоб наша маленька наразі історія, стала великим початком цікавого та тривалого шляху, який допоможе розкрити нас як особистість та допоможе більше розвиватися гостям, які будуть приходити до нас в подальшому на подкаст та допомагати прогресувати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) – Seventh Edition / Project Management Institute. Newtown Square, Pennsylvania : PMI, 2021. ISBN 9781628256642. Український переклад: 2022. URL: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/274061/mod_resource/content/1/PMBOK7_Ukr_ForPersonalUseOnly.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
2. Kasianchuk V. O., Levchuk O. M. Correctness of terminology in media texts about the Russian-Ukrainian war. *Obrii drukarstva*. 2022. Vol. 2 (12).P.97–109. DOI: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2\(12\).270038](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2022.2(12).270038).
3. Mokhonko D. K. The state of domestic sport under war conditions (using the example of football). 2024.
4. PMBOK 7: Настанова до зводу знань з управління проєктами. 7-е видання та стандарт з управління проєктами. PMI Ukraine Chapter, 2022. URL: <https://pmiukraine.org/pmbok7> (дата звернення: 25.11.2025).
5. Академічні та медійні наративи про війну Росії проти України. Наукові записки інституту журналістики. 2025. Т. 87, № 2. URL: <https://nz.knu.ua/article/view/3580> (дата звернення: 25.11.2025).
6. Аналіз медійного ринку України. Ефективна економіка. 2016. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4983> (дата звернення: 25.11.2025).
7. Аналіз поколінь війн згідно з концепціями технологічного та хвильового розвитку суспільства. *Journal of Scientific Papers "Social Development and Security"*. 2022. Vol. 12, No. 2. URL: <https://paperssds.eu/index.php/JSPSDS/article/download/435/513> (дата звернення: 25.11.2025).
8. Андрейчук Н. І. Виміри семіозису : монографія. Львів : ПАІС, 2021. 352 с.
9. Бацевич Ф. С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів : ПАІС, 2010.

10. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник. Київ : Академія Української преси, 2004. 262 с.
11. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво : науковий журнал. Київ : КНУКіМ. URL: <http://audiovisual-art.knukim.edu.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
12. Вплив нових технологій на розвиток медіа-простору: порівняльний аналіз українського та міжнародного досвіду. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Філологія. 2025. №4. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/4698> (дата звернення: 25.11.2025).
13. Всі українські наукові журнали у базах Scopus та WoS. Open Science in Ukraine. URL: <https://openscience.in.ua/ua-journals> (дата звернення: 25.11.2025).
14. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. Південний архів (філологічні науки). 2023. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/864> (дата звернення: 25.11.2025).
15. Довіра до медіа в Україні: чинники й тенденції. Наукові записки інституту журналістики. 2025. Т. 86, № 1. URL: <https://nz.knu.ua/article/view/3815> (дата звернення: 25.11.2025).
16. Дослідження особливостей та перспектив розвитку українського футболу в розрізі поточних викликів. Науковий часопис Українського державного університету імені Михайла Драгоманова. Серія 15. 2025. URL: <https://spppc.com.ua/index.php/journal/article/view/2540> (дата звернення: 25.11.2025).
17. Зачко О. Б. Методологічний базис безпеко-орієнтованого управління проектами розвитку складних систем. Управління розвитком складних систем. 2023. Вип. 23. С. 51. URL: <https://urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-23/7.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).

- 18.Збірник наукових праць Центру воєнно-стратегічних досліджень НУОУ імені Івана Черняхівського. 2024. № 2(81). URL: <http://znp-cvds.nuou.org.ua/issue/view/18358> (дата звернення: 25.11.2025).
- 19.Історія футболу в Україні: попередні результати та перспективи дослідження. Чорноморська минувшина : зап. Від. історії козацтва на півдні України : зб. наук. пр. 2024.
- 20.Ковалевський В. Сучасний стан і тенденції розвитку медіасфери України. Київ : ІПІЕНД НАН України, 2018. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/kovalevskyi_suchasnyi.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
- 21.Корхіна І. А. Інтеграція міжнародних стандартів у процес реалізації проєктів в Україні. Вісник Української академії управління персоналом.2024.URL:<https://crust.ust.edu.ua/items/ea96fdc1-0e54-4646-bf0b-27a21370f40b> (дата звернення: 25.11.2025).
- 22.Нариси історії футболу в Одеському національному університеті імені І. І. Мечникова. Одеса : Освіта України, 2019. URL: <https://academia.edu/44761011> (дата звернення: 25.11.2025).
- 23.Наукова періодика України : каталог. URL: <https://journals.uran.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
- 24.Наукові статті кафедри журналістики. Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського, 2022. URL: <https://er.nau.edu.ua/collections/17c80c59-3f79-44c6-9b62-3229c7e1e583> (дата звернення: 25.11.2025).
- 25.Наукові фахові видання України категорій «А» та «Б». Open Science in Ukraine. 2020. URL: <https://openscience.in.ua/ab-journals> (дата звернення: 25.11.2025).
- 26.Особливості спортивної журналістики в Україні: історія становлення, проблеми та основні тенденції розвитку. Обрії друкарства.2024.URL:<https://www.researchgate.net/publication/381695508> (дата звернення: 25.11.2025). DOI: 10.20535/2522-1078.

- 27.Перелік наукових фахових видань України / Міністерство освіти і науки України. Станом на 10 жовтня 2025 року. URL: <https://mon.gov.ua/nauka/nauka-2/atestatsiya-kadriv-vishchoi-kvalifikatsii/naukovi-fakhovi-vidannya> (дата звернення: 25.11.2025).
- 28.Періодичні видання НАН України : платформа наукових журналів. URL: <https://nasu-periodicals.org.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
- 29.Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. Південний архів (філологічні науки). 2023. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/864> (дата звернення: 25.11.2025).
- 30.Подкасти українських медіа у 2021 році. Вісник Національного університету "Львівська політехніка": журналістика. 2023. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/feb/29879/8.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).
- 31.Подкастинг: аналіз статистичних даних та наукових статей. Образ. 2025. Вип. 2 (48). С. 45. ISSN 2415-8496 (Print), ISSN 3083-6794 (Online). URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/35297255-01de-4caf-99e6-f16722cf3def/content> (дата звернення: 25.11.2025).
- 32.Популяризація науки в Україні: мас-медійні тренди. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації». 2020. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/16524> (дата звернення: 25.11.2025).
- 33.Породження війни з безсилля миру: смислова логіка війни. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/statti/porodzhennya-viyny-z-bezsylyya-myrusmyslova-lohika-viyny> (дата звернення: 25.11.2025).
- 34.Психологічна підготовка особистості до виконання службових та бойових завдань в умовах воєнного стану : збірник наукових праць. Київ : Національний університет оборони України, 2024. URL: <https://>

- nuou.org.ua/assets/documents/zbirnyk-vnpk-fsppppovzou-24.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
35. Російсько-українська війна від 24 лютого 2022 року донині. Актуальні питання гуманітарних наук. 2023. Вип. 62, т. 2. URL: https://aphn-journal.in.ua/archive/62_2023/part_2/1.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
36. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України : монографія. Чернігів : Чорноморський національний університет, 2021. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/425/1/Сазонова%20Ю.%20О.%20Спортивна%20журналістика%20України.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).
37. Спортивна наука та здоров'я людини : науковий журнал. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка. ISSN 2664-2069 (Online). URL: <http://sporthealth.kubg.edu.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
38. Спортивний вісник Придніпров'я : науковий журнал. Дніпро : Дніпропетровський державний інститут фізичної культури і спорту. URL: <http://infiz.dp.ua/joomla/index.php/science/sportivnij-visnik-pridniprovy> (дата звернення: 25.11.2025).
39. Спортивний імідж України як «м'яка» сила. Український науковий журнал "Освіта регіону". URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/924> (дата звернення: 25.11.2025).
40. Спортивні ігри : науковий журнал. URL: https://journals.uran.ua/sports_games (дата звернення: 25.11.2025).
41. Сучасні тенденції розвитку диджитал-медіа в Україні. Київ : НАУ, 2021. URL: <https://dspace.nau.edu.ua/handle/NAU/56969> (дата звернення: 25.11.2025).
42. Теорія і методика фізичного виховання і спорту : науковий журнал. URL: <http://tmfvs-journal.uni-sport.edu.ua> (дата звернення: 25.11.2025).
43. Українські фахові наукові журнали категорії «А». Open Science in Ukraine. 2024. URL: <https://nim.media/articles/ukrayinski-naukovi-zhurnali---kategoriya-a> (дата звернення: 25.11.2025).

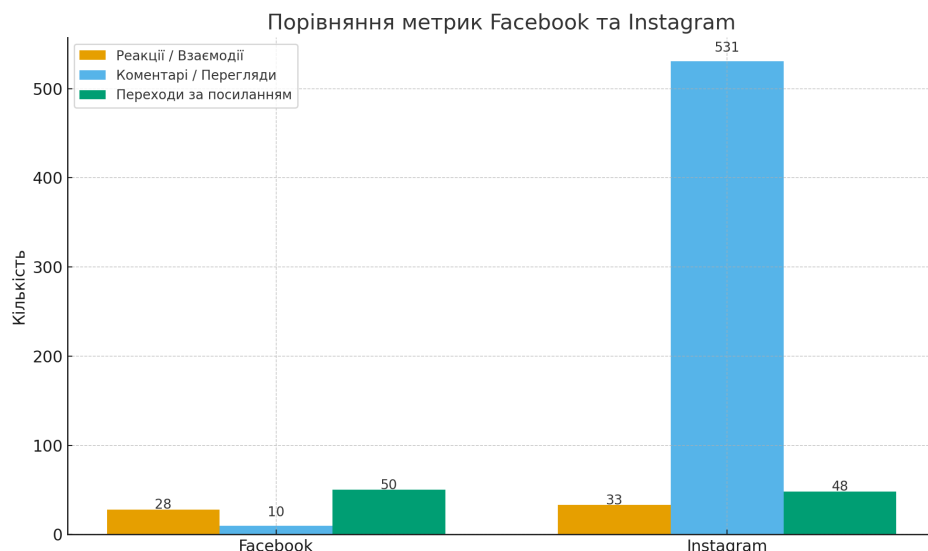
44. Управління проектами : навчальний посібник. Київ : КНУ, 2022. URL: http://www.geol.univ.kiev.ua/lib/ABC_project_management.pdf (дата звернення: 25.11.2025).
45. Управління проектами : навчальний посібник. Львів : ЛДУБЖД, 2022. URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/8053/1/dis.pdf> (дата звернення: 25.11.2025).
46. Фізичне виховання та спорт : науковий журнал. Запоріжжя : Запорізький національний університет. ISSN 2664-2069 (Online). URL: <https://journalsofznu.zp.ua/index.php/sport> (дата звернення: 25.11.2025).
47. Характер сучасної російсько-української війни (2014–2023): вітчизняний історіографічний дискурс. 2023. URL: <https://www.researchgate.net/publication/372802767> (дата звернення: 25.11.2025).
48. Цифрові медіастартапи: досвід останніх років. Актуальні проблеми медіапростору : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2021. URL: <https://academia.edu/39284737> (дата звернення: 25.11.2025).
49. Шишков Д. Ф. Український подкастинг в умовах війни : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 061 "Журналістика" / наук. керівник П. В. Мірошніченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/10441> (дата звернення: 25.11.2025).
50. Янчук Д. О. Національно-патріотичне виховання майбутніх фахівців галузі фізичної культури та спорту в новому історичному осмисленні. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2022. № 205. С.236–241. URL: <https://pednauk.cusu.edu.ua/index.php/pednauk/article/view/1299> (дата звернення: 25.11.2025).

ДОДАТКИ

Вміст	Перегляди	Тривалість перегляду (у	Підписники	Покази	Показник CTR для показів (%)
Усього	177	9,3624	12	300	6,33

Таблиця 1 - Статистика із YouTube каналу Oleksandr Muchko з першого епізоду подкасту, станом на 5 грудня (реальні цифри можуть відрізнятися на даний момент).

Примітка - Статистику взяв з YouTube-Аналітики.



Таблиця 2 - Порівняння показників з соцмереж, у яких поширювалося посилання на Епізод #1.

Примітка - У Facebook поширювалося посилання у вигляді окремого допису, а у Instagram - у форматі stories, яке поширював собі ще оператор, з яким я працював.

**YOUTUBE
OLEKSANDR
MYCHKO**



Додаток 1 - Посилання на сторінку YouTube каналу Oleksandr Mychko.

Примітка - Дизайн навколо YouTube каналу є моєю авторською розробкою.



Додаток 2 - Офіційний логотип YouTube каналу Oleksandr Mychko.

Примітка - Логотип є моєю авторською розробкою.



Додаток 3 - Обкладинка першого епізоду подкасту на YouTube каналі Oleksandr Mychko.

Примітка - Обкладинка для цього відео є моєю авторською розробкою.



Додаток 4 - Обкладинка другого епізоду подкасту на YouTube каналі Oleksandr Mychko.

Примітка - Обкладинка для цього відео є моєю авторською розробкою.