

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

ПРОДЮСУВАННЯ ЮТУБ-КАНАЛУ НА СПОРТИВНУ ТЕМАТИКУ

Кваліфікаційна магістерська робота
на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр»

Члени ЕК:

Студента групи КПЦМм-1-24-1.4д
денної форми навчання
спеціальність 061 Журналістика
ОП «Контент-продюсування
цифрових медіапроектів»
Краснощокова Максима Євгенійовича

Науковий керівник:
Коноплицький Сергій Михайлович

Київ – 2025

ЗМІСТ

Частина I. МЕДІАПРОЄКТ

Резюме проєкту	3
----------------------	---

Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Вступ	5
-------------	---

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОДЮСУВАННЯ СПОРТИВНИХ ЮТУБ КАНАЛІВ	6
--	---

Розділ 2. ПРОДЮСУВАННЯ СПОРТИВНОГО ЮТУБ-КАНАЛУ «ІГОР ЦИГАНІК».....	13
--	----

Розділ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ І ПРОДЮСЕРСЬКІ ВИСНОВКИ.....	22
--	----

Розділ 4. РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУ	28
------------------------------------	----

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	30
----------------------------------	----

ЧАСТИНА I. МЕДІАПРОЄКТ

Резюме проєкту

У сучасному цифровому медіаполі Ютуб виділяється як основна платформа для доступу до спортивного контенту. Інтерес до футболу, який є найпопулярнішим видом спорту в Україні, залишається стабільним серед української аудиторії. Водночас ринок спортивних ютуб-каналів стрімко розвивається. Спостерігається зростання кількості окремих медіапроектів, що призводить до загострення конкуренції за залучення глядачів. Тим не менш, в українському ютуб-просторі зберігається високий попит на якісну футбольну аналітику, своєчасний післяматчевий контент та експертні інтерв'ю з футболістами.

У відповідь на цей попит було запущено ютуб-канал «Ігор Циганик». Цей канал поєднує ефективність, експертний аналіз, актуальні новини, історичні формати та особливий стиль подачі інформації. Що відрізняє цей проєкт, так це його фундамент на перехресті традиційної спортивної журналістики та сучасних форматів блогінгу, поєднуючи професіоналізм, розвинений завдяки телебаченню, з можливостями цифрової платформи Ютуб.

Підтип проєкту: Ініціатива цифрових спортивних медіа, що зосереджена на аналізі та інформації.

Назва каналу: Ігор Циганик

Посилання на канал: <https://www.youtube.com/@IhorTsyhanyk>

Особливість проєкту: В Україні багато ютуб-каналів поділяються на дві категорії: або вони зосереджені на розвагах та футболі, або надають суто інформаційний контент. Канал «Ігор Циганик» вирізняється тим, що поєднує своєчасну аналітику, ґрунтовний футбольний аналіз та особистий стиль, який аудиторія інтерпретує як «розмову з другом, який знає про футбол».

Команда проєкту:

Продюсер / контент-менеджер;

Ведучі (Ігор Циганик, Максим Краснощоків, Олексій Корицький, Ілля Дудка, Олександр Мельниченко)

Оператор

Монтажер

Дизайнер обкладинок

Бізнес-модель:

- органічне ютуб-просування;
- рекламні інтеграції від брендів;
- постійні спонсори

- монетизація Ютуб

Термін реалізації медіапроєкту: (перше відео вийшло в березні 2024 року, за цей час вдалося зібрати понад 65 тисяч аудиторії, розвиток триває).

Кінцеві результати, яких прагне досягти проєкт:

- просування інших ведучих, не лише Ігоря Циганика
- збільшення розміру аудиторії;
- продовження періодичності публікації відео 8-10 разів на місяць
- створення постійної спільноти глядачів;
- зростання впізнаваності бренду Ігоря Циганика в онлайн-просторі;
- зростання доходів від рекламних партнерств та монетизації.

РОЗДІЛ II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

Вступ

Актуальність проєкту.

Еволюція цифрових медіа призвела до значних змін у споживанні спортивного контенту. Популярність традиційного телебачення зменшується, оскільки ютуб стає основною платформою для футбольної аналітики, новин та емоційних реакцій на ігри. Як молодша, так і старша аудиторія більше не бажають чекати на телевізійні трансляції; натомість вони шукають ефективності, доступності та інтерактивності, які пропонують цифрові медіа.

Щороку попит на спортивні ютуб-канали продовжує зростати; проте в українському сегменті залишається значна нестача високоякісного аналітичного контенту. Ця ситуація стала особливо гострою після повномасштабного вторгнення, оскільки спортивні ЗМІ долали кризу, а аудиторія почала перемикатися з футбольної тематики на військову/політичну. Проте, футбол та футбольні канали залишаються дуже важливими у наш час. Вони дозволяють людям перемикнуватися від суворій реальності та отримати емоції від футбольних баталій, саме тому має продовжувати функціонувати футбол, як спорт та футбольні ютуб-канали для розповсюдження футболу.

За цих обставин вкрай важливо розробляти професійні спортивні Ютуб-проекти, які можуть зрівнятися з конкурентами за якістю контенту, послідовністю та технікою виробництва. Канал Ігоря Циганика відповідає цим вимогам, поєднуючи журналістську майстерність з цифровими інноваціями.

Мета проєкту.

Метою проєкту є створення професійного спортивного медіа, яке пропонує глядачам якісний та доступний аналіз футбольних подій. Канал прагне бути провідним джерелом експертних думок, прогнозів та пояснень актуальних новин українського й світового футболу. Проєкт спрямований на розвиток сучасної спортивної журналістики через авторські формати, інтерв'ю та освітні рубрики. Важливою складовою є формування активної спільноти глядачів, які долучаються до дискусій та створюють нові сенси навколо футбольних тем.

Візія проєкту.

Створення в Україні впливового футбольного ютуб-каналу, який слугуватиме центром футбольної спільноти та місцем для експертного аналізу.

Місія проєкту.

Надання першокласного футбольного контенту, сприяння розвитку футбольної культури в Україні та формування обізнаної, зацікавленої та професійної аудиторії.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОДЮСУВАННЯ СПОРТИВНИХ ЮТУБ-КАНАЛІВ

1.1 Сутність продюсування в сучасних медіа.

Упродовж останніх десятиліть поняття «медіапродюсування» зазнало суттєвого переосмислення. Якщо традиційно продюсера розглядали як фахівця, котрий відповідає здебільшого за організаційні питання та координацію створення медіапродукту, то сучасна цифрова медіасфера зробила цю професію значно ширшою та стратегічно складнішою. Медіапродюсер сьогодні — це одночасно менеджер, креатор, аналітик, комунікатор і стратег, який працює в умовах високої конкуренції та швидких змін поведінки користувачів.

Цифрові медіа стали простором, де відбувається активне змішування жанрів, форм і моделей подачі інформації. Ютуб як глобальний відеохостинг став одним із ключових майданчиків для розвитку продюсерських компетенцій. Окрім алгоритмів ютуба, продюсеру треба знати алгоритми роботи провідних соц. мереж коротких форм (інстаграм, тікток, фейсбук, ютуб шортс). Адже велике відео на ютубі можна вдало просувати за рахунок відео коротких форм.

Сучасний продюсер повинен поєднувати такі компетенції, як:

№	Компетенція	Зміст
1	Контент-менеджмент	Вміння формувати план контенту проекту, відбирати теми, контролювати якість контенту
2	Проектний менеджмент	Планування, організація та координація всіх етапів виробництва відео.
3	Аналітика аудиторії	Робота з Творчою студією ютуб, контролювати найважливіші показники та реагувати у випадку «просідання» (CTR, приріст підписників,

		утримання аудиторії, джерела трафіку, лайки, коментарі, перегляди і т.д.)
4	Технічні знання	Розуміння основ зйомки, монтажу, звуку, освітлення, роботи в кадрі.
5	Реклама	Просування каналу, робота з соціальними мережами.
6	Бренд	Формування впізнаваного стилю каналу, візуальної айдентики.

Особливо це стосується спортивних проєктів, де важлива оперативність та компетентність у спортивній тематиці. Спортивною сферою потрібно жити, реагувати на інформаційні події буквально впродовж годин. Футбольна журналістика (а саме про футбольну журналістику ми найбільше будемо говорити в даній дипломній роботі) відрізняється тим, що з дитинства треба любити цю сферу, знати багато футболістів, які грали в різні роки.

Таким чином, продюсування спортивного ютуб каналу - це комплексна діяльність, що включає не лише створення відео, а й стратегічне управління розвитком каналу, формування лояльної спільноти, підтримку впізнаваного стилю контенту, забезпечення великої кількості переглядів (як основний інструмент запрошення спонсорів) та відповідальності за результат проєкту.

1.2. Особливості спортивного контенту в цифровому середовищі

Спортивний контент є однією з найбільш популярних категорій онлайн-відео. Найпопулярніший вид спорту в Україні – футбол. За рахунок доступності до гри (потрібен лише м'яч) та емоційності футбол дуже люблять як в нашій країні, так і по всьому світу. Тому на ринку існує велика кількість футбольних ютуб-каналів. Аудиторія активно взаємодіє з контентом, залишає коментарі, дискутує, емоційно реагує на результати матчів.

Актуальність і швидкісна реакція

На відміну від інших типів контенту, спортивні події швидко втрачають актуальність. Продюсер має забезпечити оперативну підготовку матеріалів після матчів: огляди, думки експертів, реакції, аналітику.

На ютуб-каналі «Ігор Циганик» одна з центральних рубрик – Обговорюємо футбол. Головна принада цієї рубрики – оперативність. Одразу після завершення футбольного матчу журналістів виголошують свої думки про поєдинок. Часто центральні футбольні матчі завершуються біля 12 ночі. Тому запис програми відбувається вночі. Після цього нічний монтаж приблизно до 6 ранку і планування відео на ютуб. Вже о 9 ранку відео з'являється на ютубі і люди можуть почути свіжі думки про центральні поєдинки. Подібні відео часто збирають дуже великі перегляди, враховуючи важливість матчів.

Футбольний контент передбачає роботу з фактами: статистикою, результатами матчів, трансферними новинами, коментарями футболістів.

Різноманітність форматів

У спортивному Ютуб-просторі особливо популярні:

- післяматчеві огляди;
- інтерв'ю;
- історичні формати;
- аналітичні розбори;
- розважальні формати (челенджі, реакції, креативні рубрики).

За рахунок такої різноманітності можна створювати багато контенту. Та навіть розширювати існуючі ютуб-канали додаючи нові лінії.

1.3 Ютуб – як платформа для спортивного продюсування

Ютуб став ключовою платформою для розміщення спортивного контенту з кількох причин:

Глобальна доступність – платформа має широке охоплення серед молодії та спортивно активної аудиторії).

Алгоритмічні рекомендації – ютуб відстежує поведінку користувачів і пропонує контент, який збігається з їхніми інтересами. Регулярні перегляди футбольних відео приводять аудиторію до спортивних каналів. Якщо враховувати алгоритми ютуба та активно займатися: обкладинками, назвами відео, хештегами, вивченням статистик. Можна органічно розвиватися на платформі).

Гнучкість форматів (Ютуб підтримує короткі відео (Шортс), довгі формати, прямі ефіри та прем'єри – від коротких реакцій до багатогодинних студій.).

Заробіток

Платформа дає продюсеру можливості заробітку через:

- рекламні покази,
- спонсорство,
- бренд-інтеграції,
- суперчати, донати від людей
- монетизація ютуба.

Продюсування на платформі ютуб може бути не лише творчим, а й бізнес-проектом. Вартість зйомки ютуб-проектів може бути не великою. Наприклад знімати на телефон, як мікрофон використовувати інший телефон (когось з родичів/друзів), або для якісного звуку купити петличний мікрофон. У вас буде непогана картинка з мінімальними вкладеннями. Проте, якщо наповнення відео буде вдалим та якісно працювати з алгоритмами платформи, то можна добре монетизувати проект.

1.4 Функції продюсера спортивного ютуб-каналу

Продюсер виконує багатофункціональну й багатокомпонентну роль. Його діяльність включає:

№	Функція	Зміст та основні завдання
1	Стратегічне планування	Визначення концепції каналу, його позиціонування на ринку, типів контенту та головних рубрик.
2	Контент-планування	Розробка розкладу публікацій, графіка зйомок, підготовка зйомки (домовленості з операторами, монтажером, дизайнером і т.д.), координація процесів.
3	Аналітика	Оцінка ефективності відео за показниками: CTR обкладинок, середній час перегляду, приріст підписників, аналіз аудиторії.
4	Реклама та інтеграції	Комунікація з спонсорами, створення рекламних інтеграцій
5	Управління командою	Координація злагодженої роботи команди фахівців: ведучого, операторів, монтажерів, дизайнерів, гримера, маркетолога редактора.

1.5 Специфіка продюсування спортивного ютуб-каналу «Ігор Циганик» як приклад галузевої моделі

Канал «Ігор Циганик» – це унікальний приклад спортивного проєкту, який поєднує професійну аналітику, оперативність та оригінальні рубрики.

Ключова особливість каналу – **поєднання класичної спортивної журналістики з блогінговими форматами**, що значно розширює аудиторію.

Цей канал є показовим у контексті українського спортивного Ютуб-продюсування, оскільки на каналі багато рубрик.

Основна лінія – всі про футбол. Проте, є як оперативна аналітика футбольних матчів, історична рубрика з розбором далеких сезонів українського футболу, рубрика, де молоді журналісти навчаються в досвідченого футбольного журналіста Ігоря Циганика.

Кожна рубрика потребує окремого продюсерського підходу й відрізняється за ритмом виробництва. До кожної рубрики прикріплений власний редактор, на якому

відповідальність за вдалий вихід цих рубрик. Тому кожен з видів контенту органічно розвивається та покращує результати.

1.6. Теоретична модель продюсування спортивного ютуб-каналу

На основі медіааналітики та сучасних підходів до цифрових комунікацій можна виділити такі етапи:

№	Етап	Основні завдання та процеси
1	Підготовчий етап	Формування концепції каналу, визначення місії та цінностей, вибір нішевого сегмента.
2	Виробничий етап	Створення рубрик, підготовка студії та обладнання, безпосередня зйомка відеоматеріалу.
3	Постпродакшн	Монтаж відео, робота з графікою та аудіо, оформлення відеоряду, створення обкладинок.
4	Публікація та оптимізація	Вибір оптимального часу публікації, SEO-оптимізація (заголовки, опис, хештеги).
5	Промоція	Просування відео у соціальних мережах, організація колаборацій.
6	Аналітика	Аналіз переглядів, активності аудиторії, показника утримання.

1.7. Тенденції продюсування спортивних цифрових медіа

Серед сучасних трендів вирізняємо:

- **перехід до довгих форм відео**, де аналітика та експертність набувають більшої ваги. Завдяки довгому хронометражу, середній перегляд відео зберігається досить високим. Яскравим прикладом є ютуб-канал Дениса Бойка. Денис знімає великі подкасти з футболістами\тренерами. Головною фішкою каналу є те, що Денис Бойко й сам ексфутболіст, але зараз активно розвивається в медіа. Середній хронометраж

подкастів 2-3 години. Проте, відео мають чудові перегляд завдяки цікавому формату (класичному, проте видозміненому) та завдяки великому утриманню аудиторії

- **зростання ролі персонального бренду ведучого;**
- **активний розвиток розважально-спортивних форматів (як Dude Perfect);**
- **важливість оперативних реакцій на спортивні події;**
- **спілкування з аудиторією через стріми та коментарі.**

РОЗДІЛ 2. ПРОДЮСУВАННЯ СПОРТИВНОГО ЮТУБ-КАНАЛУ «ІГОР ЦИГАНИК»

2.1 Історія створення каналу та його місце в українському спортивному ютуб-просторі

Передумови запуску: досвід Ігоря Циганика на телебаченні

Ігор Циганик – один із найвідоміших українських спортивних журналістів, який понад двадцять років працює у даній сфері. Особливо впізнаваним Ігор Циганик став завдяки телевізійній щотижневій програмі «ПРОФУТБОЛ», яка виходила на 2+2 після матчів в УПЛ та щотижневій програмі «Циганик Live», яка поєднувала оперативну аналітику, ексклюзиви та відповіді на питання глядачів.

Перехід від телевізійного до цифрового формату

Епоха ютубу та соціальних мереж трансформувала споживання спортивного контенту: аудиторія дедалі частіше переходить від традиційного телебачення до інтернет-джерел. Для спортивних журналістів це означає можливість створювати гнучкі, авторські формати. Плюсом є те, що такі формати не прив'язані до жорсткого телевізійного таймінгу.

Канал «Ігор Циганик» було створено у відповідь на запит аудиторії. Певний час ми знімали подібні рубрики для відео коротких форм. Тобто різали відео на хвилинні відео і вони набирали досить багато переглядів у різних соцмережах. Багато глядачів у коментарях запитували: «Де можна знайти повне відео». І у відповідь на запит аудиторії було ухвалено рішення про створення окремого ютуб-каналу.

Спочатку було лише дві рубрики: Обговорюємо футбол та Часопис. Проте, досить швидко з'явилися ідеї для нових рубрик та зараз ми вийшли на графік по два відео в тиждень.

Канал від початку позиціонувався як авторський футбольний медіапроект Ігоря Циганика, який поєднує оперативність, професійну аналітику та пряму взаємодію з глядачем через коментарі.

Позиціонування та цільова аудиторія

Основна цільова аудиторія каналу – це чоловіки у віці 16 – 65 років, активні глядачі футбольного контенту в Україні. Канал націлений переважно на більш дорослу аудиторію, адже немає розважальних рубрик та челенджів. Більше аналітичної складової та класичної журналістики.

У порівнянні з конкурентами в українському Ютуб-просторі (ТаТоТаке, Вацко on air), канал «Ігор Циганик» вирізняється:

- максимальною оперативністю,
- різноманіттям рубрик,
- високою регулярністю контенту,
- високою кількістю ексклюзивних інтерв'ю.

2.2 Концепція та контент-стратегія каналу

Формати рубрик: аналітичні, розмовні, розважальні

Контентна концепція каналу побудована на комбінуванні трьох типів відеоформатів:

1. Аналітичні:

- розбір матчів збірної України;
- аналіз виступів клубів в єврокубках;
- огляд легіонерів
- Футбольна Школа

2. Розмовні:

- інтерв'ю з футболістами та тренерами;
- Циганик Live
- Часопис футболу

Тон комунікації та особливості подачі

Основні характеристики каналової комунікації:

- **експертність** – Ігор Циганик говорить як професіонал, але у доступній формі.

2.3 Етапи продюсування в межах каналу «Ігор Циганик»

Підготовчий етап

1. Пошук тем, актуальність

Оскільки ютуб-канал «Ігор Циганик» має чітко сформовані рубрики, то до кожної рубрики відбувається персоналізована підготовка. Наприклад для рубрики обговорення матчів ведучим треба знати усю повну інформацію про обидві команду, які грають. Враховуючи історичні моменти, тактику, новини тощо.

Якщо ми говоримо про рубрику Часопис футболу, то тут ведучим дуже добре треба знайти історичний сезон, про який буде випуск. Наразі останній випуск був про сезон УПЛ 2005/2006 років. Тому треба детально вивчити, що було 20 років тому.

Якщо це футбольна школа, то кожен з трьох молодих футболістів мають обрати тему та розповісти про неї на випуску. Теми мають бути актуальними, цікавими для обговорення та дискусійними.

2. Планування випусків, розробка рубрик

На основі контент-плану визначається: формат випуску (аналітика, інтерв'ю, прямий ефір) та необхідні технічні ресурси (студія, звук, які камери тощо).

Виробничий етап

1. Зйомки

До знімального процесу залучені:

- ведучий — Ігор Циганик,
- Інші ведучі в залежності від рубрик,
- оператор(и),
- монтажер,
- інженер.

Зйомки можуть відбуватися:

- в студіях від 1+1 Media,
- на виїзді (якщо інтерв'ю).

2. Монтаж і постпродакшн

На етапі монтажу реалізується «тон» каналу:

- динамічний темп,
- мінімалістична графіка,
- мінімальний монтаж для оперативності.

Важливо зберігати середню тривалість роликів: **35-60 хвилин** для аналітичних відео після матчів та прямих ефірів та **90–120 хвилин** для більших рубрик — Часопис або Футбольна Школа.

3. Просування

Робота з назвами, обкладинками, тегами

- Підвищена емоційність,
- конкретний привід (наприклад, класний матч),
- коротка, але зрозуміла назва,
- текст на обкладинці та в назві мають органічно поєднуватися.

Співпраця з брендами (UPG, Favbet, 8w shipping)

Спонсори є важливою частиною каналу. Головним спонсором є компанія Favbet. За домовленістю ми маємо на початку кожного випуску ставити ролик Favbet (15 сек), дві плашки впродовж відео та закріпити коментар з посиланням на сайт букмекерської компанії. Є й інші спонсори:

Вода юа – на випусках стоять пляшки з водою. Також є анімаційний прояв

UPG, Traummel, 8w shipping, WhiteBit – періодичні інтеграції для ютуб-каналу (обсяг 40-60 секунд). Це окреме відео, яке ми вставляємо всередину випуску.

Приклад сценарію інтеграції:

Лео Мессі – один з найкращих футболістів світу. Легенда, яка виграла майже все у Європі. Зараз він грає за Інтер Маямі у США і навіть ті, хто до цього ніколи не дивився МЛС зараз слідкують за виступами іменитого аргентинця.

Якщо ви ніколи не дивилися за аукціонами автомобілів у США, то зараз як раз той момент, коли варто почати. W8 Shipping як Лео Мессі у світі доставки авто. Це

міжнародна компанія з 20-річним досвідом, яка підбере для вас найкращий автомобіль у США та доставить його до вас.

З 8W Shipping ви зекономите до 40% у порівнянні з покупкою авто в Україні. Сервіс «під ключ». Тому вам не треба витратити свій час, професіонали з 8w shipping безпомилково все зроблять за вас.

Компанія доставляє більше 1000 авто щомісяця. Тому якщо думаєте про покупку машини, то ви знаєте до кого звертатися.

4. Аналітика

Команда аналізує:

- CTR обкладинок,
- утримання аудиторії,
- кількість доданих підписників,

Якщо аналітика демонструє падіння інтересу:

- зміна тем відео,
- зміна формату монтажу (підвищення динамічності, скорочення хронометражу).

2.4 Ключові рубрики каналу «Ігор Циганик»

«Обговорюємо футбол» – актуальна аналітика, швидкість виробництва

Оперативна рубрика, яка знімається після найкращих матчів. Більшість матчів проходять пізно ввечері, тому щоб першим викласти свої про поєдинок варто все знімати та монтувати вночі. Зазвичай до 01:00 проходять зйомки випуску. Потім до 05:00 монтаж та до 06:00 планування випуску на ютуб. Такі випуску плануються на 9 ранку. Тому люди можуть подивитися вночі футбол, лягти спати. І одразу як прокинуться подивитися аналітику по матчу. Завдяки «сильним» матчам така рубрика отримує хороші перегляди (60 – 150 тис)

- 1 НАЙГІРША ГРА ЗБІРНОЇ? УСІ СИЛИ НА ІСЛАНДІЮ!
Ігор Циганик
- 2 ДИНАМО ТА ШАХТАР ЗНИЩУЮТЬ СУПЕРНИКІВ В...
Ігор Циганик
- 3 НЕСТЕРПНА ГРА В ЄВРОКУБАХ! ПОРАЗКИ...
Ігор Циганик
- 4 ШІСТЬ ОЧОК ЗА ДВА МАТЧІ ЗБІРНОЇ! ПРОТЕ ШАНСИ...
Ігор Циганик
- 5 ШАЛЕНА ПЕРЕМОГА ЗБІРНОЇ УКРАЇНИ! ЯКІ ШАНСИ НА...
Ігор Циганик
- 6 ЩО РОБИТИ ДИНАМО? ПЕРЕЛОМНА ПЕРЕМОГА...
Ігор Циганик
- 7 ЖАХЛИВА ГРА ЗБІРНОЇ! ПРЯМИЙ ЕФІР ПІСЛЯ МАТЧ...
Ігор Циганик
- 8 БЕЗ СЕНСАЦІЙ! ЗБІРНА УКРАЇНИ ПРОГРАЄ ФРАНЦІЇ...
Ігор Циганик

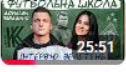
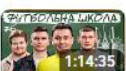
«Часопис футболу» – історичний формат

Це спеціальний історико-аналітичний формат, у якому ведучі розбирають кожен сезон в українському футболі. Виходить приблизно 1 раз в місяць. Окремої уваги заслуговують спецвипуски про шлях Дніпра до фіналу Ліги Європи та про шлях збірної України до чемпіонату світу 2006 року (інтерв'ю з Блохіним). Рубрика дуже подобається як старшому поколінню, яке пам'ятає ті часи, так і молодому, щоб дізнатися яким український футбол був колись.

- 1 Прокляття Туна, "Золотий матч", Луческу прогає син...
Ігор Циганик
- 2 Блохін, Циганик, Вацко. Шлях України на ЧС-2006. Фарт...
Ігор Циганик
- 3 Золотий м'яч Шевченка, Суперкубок, революція...
Ігор Циганик
- 4 Трансферний БУМ! Блохін у збірній, Луческу замість...
Ігор Циганик
- 5 Казка Дніпра у Лізі Європи, Маркевич vs Рамос, шлях д...
Ігор Циганик
- 6 Втеча з Динамо, доленосне рішення Ахметова, Воронін...
Ігор Циганик
- 7 Остання гра Лобановського, золотий дубль Шахтаря, ПС...
Ігор Циганик
- 8 Спад Динамо, Лобановський у збірній, дебют Шахтаря у...
Ігор Циганик

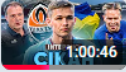
«Футбольна школа» - робота з молодими журналістами

Троє молодих журналістів пропонують свої футбольні теми для обговорення. Ігор Циганик як вчитель вирішуватиме, яке представлення теми було найкращим. Дискусійне обговорення між Ігорем Цигаником як досвідченого журналіста та молоддю.

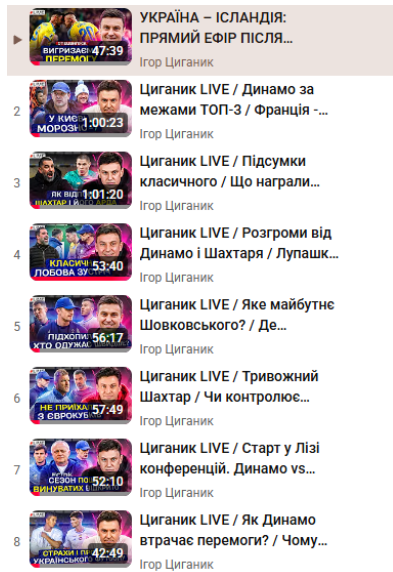
- 1  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: ліміт на легіонерів, Ярмоленко в...
Ігор Циганик
- 2  ВЛАДИСЛАВ ВЕЛЕТЕНЬ: служба в ЗСУ, пропозиція з...
Ігор Циганик
- 3  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: інтерв'ю Синчука, страх...
Ігор Циганик
- 4  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: нове майбутнє Судакова, перші...
Ігор Циганик
- 5  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: інтерв'ю ДОВБИКА, Філіппо...
Ігор Циганик
- 6  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: ГАНЬБА ТОТТІ, ЗМІНИ В УП...
Ігор Циганик
- 7  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: Україна vs Бельгія, коментарі...
Ігор Циганик
- 8  ФУТБОЛЬНА ШКОЛА: ПОВОРОЗНЮК, БЕБЕХ, ...
Ігор Циганик

«Інтерв'ю» - персональні історії

Важливий формат, що дозволяє: розкривати характер футболістів, отримувати вірусні цитати. За час каналу на інтерв'ю приходили одні з найсильніших футбольних людей України: Артем Довбик, Георгій Бушан, Данило Сікан, Олег Блохін і т.д.

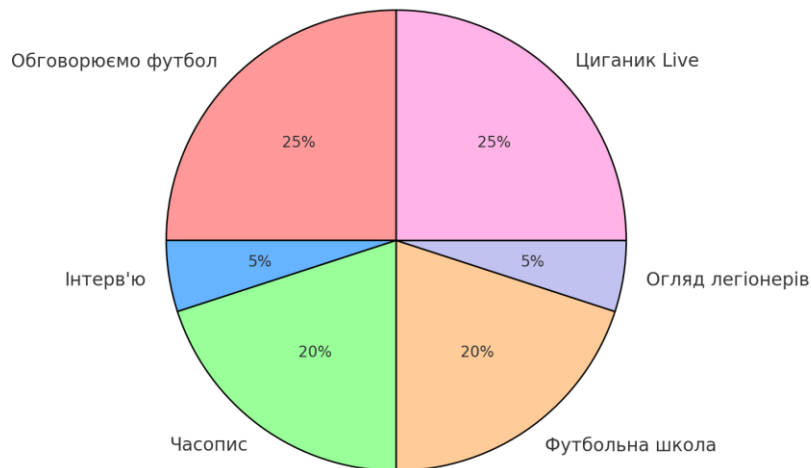
- 1  СІКАН: Трабзонспор, тренування Ван Леувена, ...
Ігор Циганик
- 2  БУЩАН: Аль-Шабаб, розмова з Роналду, Динамо в Єврокубка...
Ігор Циганик
- 3  АРТЕМ ДОВБИК – мотивація до Євро, трофей ПІЧІЧІ, ...
Ігор Циганик

«Циганик LIVE» – найдовша рубрика, який виходить на каналі. Довгий час виходила на ютуб-канал FootballHub (699 тисяч підписників, також канал від 1+1 Медіа). Після того як канал Ігоря Циганика «розкачався» на рубриках Обговорюємо футбол та Часопис, було ухвалено рішення перенести і Циганик лайв на цей канал. Варто відзначити, що не відбулося просадки в переглядах (Хоч різниця в каналах суттєва: футболхаб вже був великим канал з аудиторією 600к+, а Ігор Циганик умовно новим каналом з +/- 10 тисяч аудиторією).



«Огляд легіонерів» – періодична рубрика, яка виходить декілька разів впродовж футбольного сезону. Основна ціль – розглянути гру українських футболістів, які грають в іноземних ТОП чемпіонатах. Це найсильніші футболісти, тому людям цікаво послухати думки про них.

Діаграма 2.1. Розподіл контенту каналу «Ігор Циганик» за основними рубриками



РОЗДІЛ 3. ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ І ПРОДЮСЕРСЬКІ ВИСНОВКИ

3.1 Порівняння каналу «Ігор Циганик» із міжнародними аналогами

Для визначення переваг та недоліків каналу порівняймо його з міжнародними великими каналами, які вже мають величезну аудиторію. Хоч ці канали і різні за видами контенту. Проте, порівняння важливе для майбутнього розвитку проекту.

ESPN – інформаційний підхід, новини, інфсайди

ESPN – один із провідних міжнародних спортивних каналів, що орієнтований на новини, короткі оперативні ролики та інтерв'ю.

Ключові переваги: швидкість реагування на спортивні події, висока інформативність і точність, студійна подача з мінімальною персоналізацією ведучих.

Порівняно з ESPN, канал «Ігор Циганик» відрізняється більш персоналізованим ведучим, гнучкішими форматами (експериментами) та рубриками з акцентом на аналітику та експертну оцінку. Оперативність і новини присутні. Та також є важливими елементами каналу «Ігор Циганик». Коли відео потрапляє в інфопривід, то кількість переглядів значно збільшується. Але навіть такі випуски поєднуються з власними думками і відповідями на питання аудиторії. До того ж є і інші рубрики, які взагалі не підв'язані до інфопривідів, але стабільно набирають перегляди.

Sky Sports – аналітика, дебати, студійна структура

Найбільші переваги: студійними дебатами між експертами, глибокою аналітикою матчів і турнірів, чіткою структурованістю контенту.

Критерій	«Ігор Циганик»	ESPN	Sky Sports	Dude Perfect
Основна фокус-група	Україномовна аудиторія, ч. 18-65 р.	Глобальна, англomовна аудиторія	Велика Британія, фан-спільноти	Глобальна, молодіжна аудиторія

Тон комунікації	Експертний, але неформальний	Формальний	Високопрофесійний, аналітичний	Розважальний, енергійний
Ключові формати	Обговорюємо футбол, Футбольна школа, інтерв'ю, прямі ефіри, часопис	Новинні випуски, короткі відео, трансляції	Студійні дебати, аналітичні шоу, трансляції	Розважальні челенджі, трюки, скетчі
Модель монетизації	Бренд-інтеграції, монетизація Ютуб, спонсори	Телевізійна реклама, платні підписки, масштабні спонсорські угоди	Платні підписки, реклама, спонсорство	Масштабні бренд-інтеграції, мерч
Роль ведучого	Ключова, авторська, основа бренду	Другорядна, ведучий як функція	Експертна, але в рамках формату шоу	Колективний бренд, актори-експерти

3.2. Унікальність продюсерської моделі каналу «Ігор Циганик» Поєднання журналістики, власних думок та шоу-форматів

Канал поєднує: журналістські стандарти, достовірність, перевірку фактів, експертність, допускається власні думки і вони є центральними в каналі, велика емоційність. Особливо після великих перемог чи поразок наших команд, елементи шоу, живі ефіри, інтерактивність, персональні історії.

Це створює унікальну гібридну модель, яка дозволяє одночасно інформувати, набирати великі перегляди та розважати аудиторію.

Гнучкість у виборі тем і форматів

Продюсерська стратегія передбачає швидку адаптацію до новинних приводів, та популярних тем. Використання найбільших інфоприводів, які можуть бути в нашому футболі (єврокубки, збірна, легіонери, ліга чемпіонів і т.д.)

Синергія телевізійного досвіду та ютуб-динаміки

Ігор Циганик переносить телевізійні стандарти якості у цифрове середовище, зберігаючи:

- професійний монтаж і студійну роботу.
- імпровізація прямих ефірів.
- правильне балансування контенту (аналітика/інтерв'ю/розваги).

Це дає конкурентну перевагу, дозволяючи поєднати довіру телеглядачів з інтерактивністю цифрової платформи.

3.3.Визначення ключових продюсерських завдань на основі кейсу «Ігор Циганик»

Модель каналу є гарним робочим прикладом, за допомогою якого можна визначити ключові виробничі завдання та компетенції, які можна масштабувати або зменшувати залежно від розміру команди.

1. **Контентні компетенції:** розуміння спортивного контексту, здатність відбирати актуальні теми, формувати сценарії.
2. **Організаційні навички:** планування календаря випусків, координація роботи команди, таймінг зйомок та публікацій.
3. **Технічні компетенції:** знання монтажу, основ зйомки та звуку, контроль постпродакшну.
4. **Аналітичні навички:** вимірювання ефективності контенту, робота з фідбеком та адаптація рубрик.
5. **Комунікаційні здібності:** управління взаємодією ведучого з командою та аудиторією, ведення прямих ефірів та інтерв'ю.

Виходячи з вищезазначеного випадку, можна виділити основні завдання виробництва:

- Вибір та оновлення тем;
- Формування та розробка розділів;
- Контроль якості контенту;
- Стратегічне планування та просування;
- Адаптація до потреб аудиторії.

3.4.Перспективи розвитку спортивного ютуб-продакшну в Україні

Аналіз кейсу «Ігор Циганик» допомагає виділити такі ключові тенденції:

1. Гнучкі, персоналізовані формати – аудиторія віддає перевагу авторським проектам, де ведучий виступає експертом та «гідом» світом спорту.
2. Інтерактивність – вона впроваджується через прямі трансляції, коментарі, опитування, що створюють спільноту глядачів.
3. Мультимодальність контенту – поєднання аналітики, інтерв'ю чи розважальних вставок плюс вертикальне відео для публікації в соціальних мережах.
4. Комерційні інтеграції – нативні колаборації з брендами UPG, Favbet та іншими стають частиною моделі монетизації.
5. Аналітика та адаптація – вимірювання ефективності релізів, тестування категорій та коригування стратегії формують конкурентну перевагу.

Отже, простий висновок: перспективи розвитку знаходяться на стику професійної журналістики, до якої додається цифрова креативність. Саме тому спортивний Ютуб в Україні є одночасно перспективним та динамічним.

SWOT-аналіз продюсерської моделі каналу «Ігор Циганик»

Сильні сторони (Strengths)

Контент-стратегія залишається гнучкою та адаптивною до змін. Команда ефективна з високою оперативністю на ключові інфоприводи.

- Спільнота, яка залишається активною в межах каналу.
- Сильний особистий бренд.

Можливості (Opportunities)

- Більше нових платформ (Telegram, TikTok, аудіоформати для подкастів).

Співпраця з міжнародними спортивними кампаніями. Масштабування каналу за рахунок контенту від інших ведучих (інтерв'ю, сюжети).

Розвиток мерчу.

Слабкі сторони (Weaknesses)

- Ключовий ризик: Бренд каналу залежить від однієї людини.
- Обмежений україномовний ринок та аудиторія.

Загрози (Threats)

- Подальше загострення конкуренції в українському сегменті Ютуб.
- Виснаження формату або втома аудиторії.
- Зміни в алгоритмах рекомендацій Ютуб.
- Можливість втрати актуальності через зміни у споживанні контенту.

Висновки до розділу 3

Порівняльний аналіз показав, що канал «Ігор Циганик» успішно поєднує:

- експертність та журналістські стандарти,
- аналітичну глибину, поєднану з власними думками та судженнями,
- телевізійний досвід, поєднаний з сучасними гачками на Ютубі.

Унікальність моделі полягає в гнучкому, персоналізованому та ефективному контенті. Це означає, що канал може швидко реагувати на змінні потреби своєї аудиторії та зберігати лідируючі позиції у спортивних медіа в Україні. Завдання та компетенції, визначені на прикладі цього конкретного каналу, можуть бути використані як орієнтир для розробки нових проектів у цифровому сегменті спорту. Перспективи розвитку включають подальшу інтеграцію з мультимедійними форматами; розширення комерційних моделей разом із більш значною взаємодією з аудиторією через інноваційні цифрові платформи.

РОЗДІЛ 4. РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЄКТУ

Кінцевими результатами реалізації проєкту з продюсування Ютуб-каналу «Ігор Циганик» є комплексний розвиток медіаплатформи, впровадження нових форматів та покращення якості виробничих процесів. У ході роботи було сформовано чітку контентну стратегію, оптимізовано процеси взаємодії в команді та здійснено аналітичне дослідження аудиторії, що дозволило підвищити ефективність каналу в цифровому середовищі та кількість підписників.

До ключових результатів належать:

- розроблено проєкт, які менш ніж за два роки зібрав аудиторію в понад 65 тисяч підписників
- створено контент-план, який дозволяє кожного тижня випускати по два випуски. Є діючі рубрики, а є рубрики які можна відкласти в будь який момент. Це дозволяє зберігати регулярність виходу відео.
- сформовано рекомендації щодо просування каналу в соціальних мережах та на суміжних платформах (Інстаграм, Тікток, Фейсбук);
- розроблено пропозиції для співпраці з рекламодавцями та брендами, що дозволяють оптимізувати монетизаційні можливості каналу;

Якісні показники ефективності проєкту відображають розвиток каналу як сучасного спортивного медіа:

- підвищення рівня залучення аудиторії завдяки регулярності публікацій та різноманітності форматів;
- формування стабільної спільноти глядачів, які активно взаємодіють у коментарях та під час прямих ефірів. Та дивляться всі відео, які виходять на каналі (постійна аудиторія складає 25-30 тисяч людей);
- зростання впізнаваності бренду ведучого та каналу серед цільової аудиторії футбольних уболівальників;
- підвищення переглядів постійних рубрик.

Кількісні показники ефективності проєкту аналізувалися на основі статистики ютуб-каналу:

- середня кількість переглядів за місяць (800 000 – 1 200 000);
- кількість опублікованих відеоматеріалів: 159 (зараз вийшли на дві публікації в тиждень);
- середній показник залучення (лайки (2-5 тисяч), коментарі (300-800), середній час перегляду(+- 20 хвилин), CTR прев'ю 7-10%);
- приріст підписників за місяць - 1500

У процесі реалізації проєкту було значно вдосконалено професійні навички, необхідні продюсеру сучасного спортивного каналу, а саме:

- навички контент-продюсування: планування тематики відео, розробка структур випусків;
- медіааналітика: робота з Ютуб Analytics, аналіз аудиторії, оптимізація контенту під алгоритми платформи;
- комунікація та робота в команді: координація монтажерів, операторів та ведучого;
- досвід створення довготривалої стратегії розвитку каналу та взаємодії з рекламодавцями;
- вміння адаптувати контент під тренди спортивного медіапростору.

Таким чином, реалізований проєкт засвідчив, що системне продюсування ютуб-каналу «Ігор Циганик» дозволяє підвищити його якісні та кількісні показники, зміцнити позицію на ринку спортивного контенту та забезпечити стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *YouTube Creator Playbook*. YouTube for Creators. URL: <https://blog.youtube> (дата звернення: 18.10.2025).
2. *How YouTube Works: Policies and Guidelines*. YouTube Help Center. URL: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks> (дата звернення: 18.10.2025).
3. *ESPN Official Website and Content Model*. ESPN Digital Media. URL: <https://www.espn.com/> (дата звернення: 18.10.2025).
4. *Sky Sports Premier League YouTube Channel and Studio Formats*. Sky Group. URL: <https://www.youtube.com/@skysportspremierleague> (дата звернення: 18.10.2025).
5. *Dude Perfect YouTube Channel*. URL: https://www.youtube.com/channel/UCRijo3ddMTht_IHyNSNXpNQ (дата звернення: 18.10.2025).
6. Ігорю Циганику – 35! // ФК «Карпати» Львів. 2020. URL: <https://fckarpaty.com> (дата звернення: 18.10.2025).
7. Ігор Циганик: «Справжнє життя – у прямому ефірі» // Sport.ua. 2020. URL: <https://sport.ua> (дата звернення: 18.10.2025).
8. *10 питань для футбольного коментатора Ігоря Циганика* // Dynamomania.com. 2020. URL: <https://www.dynamomania.com> (дата звернення: 18.10.2025).
9. Pew Research Center. *Teens, Social Media and Technology*. Pew Research Reports. URL: <https://www.pewresearch.org> (дата звернення: 18.10.2025).
10. Statista. *YouTube Usage and Market Statistics*. Statista Database. URL: <https://www.statista.com> (дата звернення: 18.10.2025).
11. Social Blade (2024). *YouTube Channel Analytics and Growth Metrics*. SocialBlade. URL: <https://socialblade.com> (дата звернення: 18.10.2025).
12. Google (2024). *Think with Google: Video Insights and Advertising Trends*. Think with Google. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com> (дата звернення: 18.10.2025).
13. Gyre. (2025). *YouTube Algorithm Analysis: CTR, Watch Time and Personalization*. Gyre Research. URL: <https://gyre.pro> (дата звернення: 18.10.2025).
14. Чорнобай І. М. *Історія розвитку футболу: посібник*. Львів: ЛДУФК, 2016. 648 с. ISBN 966-2328-94-3. (дата звернення: 18.10.2025).
15. Мандзюк Д. *Копаний м'яч: коротка історія українського футболу в Галичині, 1909–1944*. Львів: Видавництво Старого Лева, 2016. 410 с. ISBN 978-617-679-300-7
16. FootballHub. *Спортивні новини та формат відеоконтенту*. FootballHub. URL: <https://footballhub.com.ua> (дата звернення: 18.10.2025).
17. Atlantis Press. *Football Journalism and Infotainment on YouTube*. Atlantis Press Journals. URL: <https://www.atlantis-press.com> (дата звернення: 18.10.2025).
18. International Journal of Sport Communication. *Studies in Sport Communication and Digital Platforms*. Human Kinetics. URL: <https://journals.humankinetics.com> (дата звернення: 18.10.2025).
19. Hutchins. *From Television to YouTube: Digitalised Sport Mega-Events*. Taylor & Francis. URL: <https://www.tandfonline.com> (дата звернення: 18.10.2025).

20. ResearchGate. *Platform Journalism and YouTube Journalism Studies*. ResearchGate Repository. URL: <https://www.researchgate.net> (дата звернення: 18.10.2025).
21. Щестюк Д. Sport Bussines Media. *Український ТВ-контент на YouTube: тренди й лідерство в новинному сегменті*. 2025. <https://sportbusiness.media/2025/06/18/ukrayinskyj-tv-kontent-na-youtube-trendy-j-liderstvo-v-novynnomu-segmenti/> (дата звернення: 18.10.2025).
22. Радіо ми з України. *Футбол в Україні: з чого все почалося?* URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VqsV6pgFvjQ> (дата звернення: 18.10.2025).
23. International Olympic Committee. (2020). *IOC Marketing Report Tokyo 2020*. URL: <https://iocmarketingreport.touchlines.com/tokyo2020/28-1> (дата звернення: 18.10.2025).
24. Rowe, D. (2004). *Sport, Culture and the Media*. Open University Press.
25. Малинка В. (2019) У грі букмекери. Чим живе спортивна журналістика в Україні. URL: <https://detector.media/rinok/article/171267/2019-10-03-u-gri-bukmekery-chym-zhyve-sportyvna-zhurnalistyka-v-ukraini/> (дата звернення: 18.10.2025).
26. Козаренко С. *Футбол. Правильник гри і метод суддювання*. — Некарсультм: Druckerei G. Grosskinsky, 1947. 38 с. URL: <https://diasporiana.org.ua/miscellaneous/kozarenko-s-futbol-pravylnyk-gry-i-metod-suddyuvannya/> (дата звернення: 18.10.2025).
27. Федоренко І. Н., Шиптур М. В. *Літопис європейського та українського футболу*. 2013. 362 с. ISBN 978-966-671-360-8.
28. УЄФА. *Регламент УЄФА з проведення футбольних змагань сезону 2024/25*. Ньон: UEFA, 2024. 156 с.
29. Всеукраїнська асоціація футболу. *Правила гри у футбол. Офіційний переклад та адаптація IFAB*. Київ: ВАФ, 2023. 192 с. URL: <https://uaf.ua/files/biblioteka/referee/docs/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B0%20%D0%B3%D1%80%D0%B8%20IFAB-20222023-%D1%83%D0%BA%D1%80.pdf> (дата звернення: 18.10.2025).
30. Стрілець Н.О. Пахарук С.О. *Історія футболу в Україні*. (2012). Харків. URL: <https://www.calameo.com/read/0006329458df9fb081ae2> (дата звернення: 18.10.2025).