

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Факультет філології й журналістики імені Михайла Стельмаха

Кафедра журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**АВТОРСЬКА РАДІОПРОГРАМА ПРО ФУТБОЛ
«ТРЕТІЙ ТАЙМ»**

Студента IV курсу, групи 4Ж
Освітньої програми *Журналістика*
Галузь знань *06 Журналістика*
Спеціальності *061 Журналістика*
Ступеня вищої освіти *бакалавра*
Форманюка Павла Миколайовича

Науковий керівник: кандидат наук із
соціальних комунікацій, доцент
Гандзюк В.О.

Розширена шкала _____

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

Члени Екзаменаційної комісії: _____
(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

(підпис) (прізвище, ініціали)

Вінниця – 2024

АНОТАЦІЯ

Форманюк П.М. Авторська радіопрограма про футбол «Третій тайм». Кваліфікаційна робота освітнього рівня – бакалавр. Спеціальність – 061 Журналістика. Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2024.

«Третій тайм» - авторська радіопрограма про футбол, яка зорієнтована на виконання пізнавальної та розважальної функції. Рубрики «Гостьова студія» та «Бліц інтерв'ю «Миттєві зірки»» схожі за своєю концепцією, проте відрізняються гостями студії, так, як «Гостьова студія» інтерв'ює «замовника», а «Миттєві зірки» – інтерв'ює «виконавців». Рубрики «Аналітика» та «Футбольний світ» також схожі по концепції, але в рубриці «Аналітика» розповідається лише про Українську Прем'єр-Лігу, а в рубриці «Футбольний світ» розповідається про всі світові футбольні події. В рубриці «Інтерактив» слухач має змогу отримати призи від улюбленого народного клубу «Шахтар», у разі відповіді на усі питання правильно.

Концепція програми побудована таким чином, щоб слухач міг дізнатись й про щось абсолютно невідоме раніше. Це втілюється у рубриках «Футбольні історії» та «Тактичний експерт». Але, не завжди слухач перебуває в гарному настрою, тому для підняття настрою була створена рубрика «Гумор у футболі».

Героями програми є відомі футболісти та футбольні функціонери Вінницької області, залежно від рубрики. Кожний ведучий рубрики спеціалізується на своїй тематиці, та має на меті подати максимально цікаво інформацію та викликати в аудиторії інтерес. Незважаючи на те, що цільова аудиторія є спеціалізованою, програма розрахована й на масового споживача.

Ключові слова: журналістика, радіо, програма, спорт, новини, інтерв'ю, футбол, футболіст, медіа.

ANNOTATION

Formaniuk P.M. Author's radio program about football «Tretiy Tyme». Qualification work of the educational level - bachelor. Specialty - 061 Journalism. Vinnytsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsyubynskyi. Vinnytsia, 2024.

«The Third Half» is an author's radio program about football, which is aimed at both informative and entertaining functions. The sections "Guest Studio" and "Blitz Interview "Instant Stars"" are similar in concept, but differ in studio guests, as "Guest Studio" interviews the "customer" and "Instant Stars" interviews the "performers." The sections "Analytics" and "Football World" are also similar in concept, but in the "Analytics" section only the Ukrainian Premier League is discussed, and in the "Football World" section all world football events are discussed. In the "Interactive" section, the listener has the opportunity to win prizes from the beloved folk club "Shakhtar" if they answer all the questions correctly.

The concept of the program is built in such a way that the listener can learn about something completely new. This is embodied in the sections "Football Stories" and "Tactical Expert". However, the listener is not always in a good mood, so the section "Humor in Football" was created to cheer them up.

The heroes of the program are famous football players and football functionaries of the Vinnytsia region, depending on the section. Each section host specializes in their topic and aims to present the information in the most interesting way possible and arouse interest in the audience. Despite the fact that the target audience is specialized, the program is also designed for the mass consumer.

Keywords: journalism, radio, program, sports, news, interviews, football, footballer, media

ЗМІСТ

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА.....	5
1.1. Теоретична база.....	5
1.2. Обґрунтування проекту.....	19
1.3. Мета роботи.....	21
1.4. Джерела фактів.....	22
1.5. Технічні і програмні засоби.....	23
1.6. Сфера застосування.....	23
 II. СПЕЦИФІКАЦІЯ АВТОРСЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ ПРО ФУТБОЛ «ТРЕТІЙ ТАЙМ»	 24
2.1. Структура.....	24
2.2. Тривалість.....	24
2.3. Музичний супровід.....	25
2.4. Ідейно-смісловий задум.....	25
2.5. Специфіка аудиторії.....	25
 III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	 26
 IV. СЦЕНАРІЙ АВТОРСЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ ПРО ФУТБОЛ «ТРЕТІЙ ТАЙМ»	 29

I. ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

1.1. Теоретична база

Як і для світових медіа, для спортивної журналістики в Україні теж характерні послабленість професійних стандартів, залежність медійників від інформаційних джерел, місцевих клубів, організацій, установ. Часто спортивні журналісти вимушені формувати картину дня суб'єктивно, зокрема через відмову фахівців від коментарів.

Важливою рисою сучасної спортивної журналістики в Україні є те, що її представники тяжіють до універсальності в роботі, виконують обов'язки на багатофункціональному рівні.

Просування спортивної журналістики в інтернет-простір сприяє активізації використання інформаційних жанрів. Меншою мірою автори задіюють аналітичні, та недостатньо оцінено значення журналістського розслідування й художньо-публіцистичних жанрів.

З погляду тематики журналісти менше звертають увагу на проблеми в дитячому, жіночому, ветеранському спорті, натомість більше освоюють теми, які здатні забезпечити сайтам швидший фінансовий успіх, покращити їх відвідуваність.

Спортивні мережеві ЗМІ виконують переважно інформативну, рекламну та розважальну функції, натомість майже не помітні функції громадського контролю та соціальної критики. Водночас у зв'язку з російсько-українською війною у вітчизняних засобах комунікації зросла роль ідеологічної функції.

З урахуванням відстежених тенденцій сформульовано вимоги до сучасних вітчизняних спортивних медійників.

Для уникнення розбіжностей у трактуванні насамперед важливо з'ясувати сутність основних понять. Зокрема, ключовим із них є спортивна журналістика. На підставі опрацювання низки праць [9; 15] та інших у

контексті теми цієї статті під спортивною журналістикою матимуться на увазі як спортивні, так і «загальні» медіа, які висвітлюють галузь фізичної культури і спорту. Крім того, беручи до уваги проблему типології інтернет-ЗМІ [11], під ними все ж матимемо на увазі й окремі мережеві засоби масової інформації, й електронні версії традиційних медіа, і змішані їх форми.

Загалом такі ресурси, як і, власне, царина спорту, відіграють вагомую роль у світі. Адже охоплюють інтереси багатьох сфер: бізнесу, політики, розваг... Невипадково іспанський спортивний часопис «Marca» є найпопулярнішою щоденною газетою в країні та єдиною, яка сягнула понадмільйонної аудиторії (1 355 000), а її вебсайт нараховує взагалі 5 мільйонів відвідувачів; до того ще й 420 тисяч осіб з аудиторії – радіослухачі [17]. Або, до прикладу, португальський зірковий футболіст Кріштіану Роналду першим у світі в одній із соціальних мереж перетнув позначку в 400 мільйонів підписників, що більше за населення Сполучених Штатів Америки [1]. А за рекламний пост цей гравець заробляє 875 тисяч євро [5].

Звичайно, в Україні (тим паче зараз, в умовах війни) ситуація інша. Однак вітчизняний спорт теж є брендом у державі й успішно репрезентує її на міжнародній арені. Приклади братів Кличків або футболіста Андрія Шевченка тому підтвердження.

Успішно функціонує й низка фахових сайтів. За найбільшою кількістю переглядів сторінок у 2022 р. лідерами були «Sport.ua» (133,7 млн), «Football.ua» (122,5 млн), «Football24.ua» (92,4 млн відвідувань), «Ua-football» (63,9 млн), «Dynamo.kiev.ua» (53,4 млн відвідувань) [8]. Спортивні видання також уходять до тих, у яких динамічно зростає аудиторія. Сказане, зокрема, стосується сайту «Football.ua» [4].

Отож ідеться про доволі впливові медіа, які потребують усебічного вивчення, як і в цілому спортивна журналістика. Окремі її аспекти постійно стають предметом наукових досліджень як в Україні, так і за кордоном [6; 13; 14; 16; 19]. Однак чимало аспектів функціонування спортивної журналістики перебувають поза увагою науковців або висвітлені недостатньо.

Робота спортивного журналіста завжди потребувала особливої підготовки. За нинішніх умов це питання постає особливо гостро – впливає низка чинників. Зокрема, значно зросла кількість видів спорту, різновидів змагальних та інших заходів. Паралельно виникає значна кількість різних спортивних установ. Пропорційно зростає кількість інформаційного матеріалу. Журналісту потрібно запам'ятовувати значну кількість прізвищ (іноді навіть кличок!) тренерів, гравців. Відповідно потрібно стежити за їх переходами, до прикладу з команди в команду, розширювати досвід. Це саме стосується й появи нових клубів, шкіл, федерацій, утворених від них аббревіатур, змін у назвах.

У результаті численних реформувань, законодавчих ініціатив замість комітетів стали створювати управління, замість федерацій – громадські організації. Процеси трансформації в спорті вимагають особливої зосередженості журналістів. Часто змагання відбуваються за настільки щільним графіком, що потрібно швидко переміщуватися від локації до локації, не отримуючи повного уявлення про подію. Без напрацювання зв'язків із фахівцями, коли весь час виникає необхідність уточнити результати, узяти коментар, з'ясувати час перенесення офіційного відкриття заходу тощо, не обійтися. До цього додаються постійні зміни в правилах гри, виникнення конфліктних ситуацій між учасниками подій, а у випадку інтернет-видань ще й необхідність давати матеріал на сайт одразу після завершення матчу або турніру. Особливо складно в роботі з відео. Сказане ілюструє такий приклад. У віддаленому районі області відбувся кубковий поєдинок із футболу, команди не виявили переможця – рахунок 3:3. Арбітру довелося призначити післяматчеві пенальті, а перерву в зустрічі відвели під нагородження ветеранів до Всеукраїнського дня футболу.

Перед спортивним журналістом поставлено завдання викласти на сайт короткий відеозвіт про подію із чималою кількістю синхронів. Це забере, звісно, чимало часу, як і сама подорож до місця гри. А відвідувач сайту вже чекає на подробиці... Таким чином, зростає і складність роботи, і її

оперативна складова. Навіть медійники обласного рівня за рік можуть розповідати про цікаве зі світу спорту у 80–100 його видах. В усіх тонкощах кожного змагання у флорболі, спідмінтоні, гирьовому спорті потрібно розібратися. Висвітлювати події переважно доводиться у вихідні, тобто без звичного відпочинку. Парадоксально, але журналіст, беручи участь у антистресовій журналістиці, якою за своєю суттю з погляду аудиторії є спортивна, сам зазнає постійного психологічного тиску.

Доводиться долати й інші труднощі. Вони також притаманні світовій спортивній журналістиці. Зокрема, як стверджує Р. Бойл, ідеться про відсутність цілісності, м'яку форму журналістики, яка більше розглядається як «некритичний прискорювач і пропагандист спорту та його культури, а не сектор, який закликає до відповідальності сильних у спорті» і вирізняється послабленістю професійних стандартів [16]. Важко вимагати від телевізійного журналіста пропорційного висвітлення різних видів спорту, якщо він, приміром, безпосередньо пов'язаний із транспортними витратами. Спостерігається й залежність медійників (відповідно до ступеня їх рангу) від інформаційних джерел, місцевих клубів, організацій, установ. У цьому сенсі представники центральних видань мають більше простору для вираження думки, хоч в Україні є свої особливості: іноді й такі журналісти підпадають під вплив керівників у спорті.

Водночас подібно до того, як ЗМІ кожного спортивного клубу, у більшості випадків, вирішуватимуть, хто з гравців чи тренерів доступний до інтерв'ю на прес-конференції [16], так само журналісти в Україні часто суб'єктивно моделюють картину світу, обирають для отримання коментаря фахівців за чинником доступності. Скажімо, тренер постійно відмовляється спілкуватися з пресою. Натомість комунікативний удар тримає його асистент. І він уже автоматично стає пізнаваним, хоч роль головного наставника є пріоритетною. Інша ситуація. Команда поступилася, ніхто з неї не бажає висловитися про причини поразки. Отож у матеріалі може бути представлена тільки думка зі стану суперника, котрий виграв поєдинок. Або

ж узагалі доведеться подавати матеріал без коментарів. У такому разі за будь-яких обставин баланс думок буде порушено.

Головною ж тенденцією спортивної журналістики України є її мережева орієнтація. Слідом за суспільно-політичними та іншими спеціалізованими аналогами спостерігається активне підкорення інтернету. Виникають електронні версії різних типів ЗМІ, нові, суто «павутинні», засоби масової інформації, персональні канали, видання змішаного типу. Натхненню відбувається процес залучення соціальних мереж. Журналісти поширюють найрізноманітніший контент: від друкованих текстів до фото- та відеопродукту.

Спортивні ЗМІ стали мультимедійними. Це прискорює розвиток ще однієї особливості роботи в них. Разом із цифровими технологіями в медійні редакції прийшла універсальність. Сьогодні, особливо в умовах невеликих колективів, на регіональному рівні, за потреби фінансової оптимізації журналіст повинен уміти практично все: користуватися різним програмним забезпеченням, написати текст, відзняти подію на телекамеру чи зафіксувати її на фотоапарат, потім остаточно підготувати продукт і оприлюднити його аудиторії. Зокрема, часто ще й розповсюдити через персональні сторінки в соціальних мережах, що потребує додаткових часових витрат.

Спектр покладених на сучасного медійника функцій широкий: так чи інакше в мультимедійному ЗМІ доводиться виконувати обов'язки кореспондента, редактора, коректора, дизайнера, режисера монтажу, телеоператора, виявляти менеджерські здібності під час роботи керівником відділу або черговим зміни (чимало сайтів працюють якщо не в цілодобовому форматі, то в подовженому й без вихідних).

Іншою особливістю є те, що суттєво розширився тематичний діапазон матеріалів із пріоритетом фітнес-оздоровчого напрямку. «Як правильно бігати?», «Як найкраще худнути за допомогою фізичного навантаження?», «Яким повинно бути харчування спортсмена?», «Скільки потрібно обрати для себе тижневих тренувань, щоб організм мав збалансоване фізичне

навантаження й вийшов на потрібний результат?» – це типові питання, на які ведучі тематичних рубрик дають відповіді. І звичайно, розповіді про традиційні й нетрадиційні види спорту з повідомленням та аналізом найактуальніших новин. Серед найпопулярніших ютуб-каналів такого спрямування – «Футбол 2.0» (спорт, футбол; 1 115 000 підписників), Аніти Луценко (спорт, здоров'я, фітнес; 758 000), «Football Hub» (спорт, окремо футбол; 583 000), Old School Combat (військова справа, спорт, суспільство; 565 000), «Cuba Ibra» (спорт, футбол; 476 000), «Трендець» (спорт, футбол; 372 000); «ФК «Динамо» Київ» (футбол; 353 000 підписників) [10]. Перегляди багатьох відео на таких ресурсах сягають десятків тисяч. До прикладу – про фаната незалежної України (60 тисяч переглядів) [18].

Помітними є зрушення на жанровому рівні. Залучення інтернет-технологій із можливістю оперативно виставляти матеріали на сайти різко збільшив подачу кількості інформаційних матеріалів. Особливо популярні замітки та інтерв'ю. Однак, як слушно зауважує А. Карнаух, «надмірна інформація може зашкодити, тому варто дозувати передачу даних і передавати лише ті повідомлення, які допоможуть вирішити якість питання, проінформують про спортивні заходи, результати або досягнення» [7, с. 6].

У практиці спортивних медіа зустрічаються звіти й репортажі. Поширеними є матеріали у формі відеоуроків, відеопорад, пресконференцій. Варто погодитися з думкою, що «новим жанром спортивної журналістики стає такий вид журналістського матеріалу, як текстова онлайн- трансляція спортивних подій» [12, с. 257].

З аналітичних жанрів найчастіше журналісти використовують відеоогляди та бесіди. Натомість рідко обирають журналістські розслідування, представників групи художньо-публіцистичних жанрів. Іноді з останніх можна зустріти хіба що портретні розповіді про спортсменів, тренерів, ветеранів. Так само у відсотковому співвідношенні в медіа майже відсутні матеріали стосовно проблем розвитку матеріальної бази, дитячого, ветеранського, жіночого спорту, спорту інвалідів, в об'єднаних

територіальних громадах, спортивних школах, центрах підготовки, про цільове використання коштів, справедливість розподілу бюджету, кадрову політику тощо. Якщо це й має місце, то переважно на регіональному рівні. Це пов'язано з тим що центральні видання більше присвячують уваги міжнародним та загальноукраїнським новинам.

Помітна ще одна тенденція. Медіа дедалі більше орієнтуються на комерційні види спорту (футбол, теніс, бокс, баскетбол, біатлон тощо) і матеріали, які радше є ознакою бульварної преси (пов'язані зі скандалами, чутками, сенсаціями, еротикою в спорті), тобто які насамперед покликані давати вподобайки, а з ними прибуток у вигляді реклами чи в інший спосіб.

Для утримання аудиторії в медіа запроваджують нові рубрики, які теж покликані забезпечувати відвідуваність сайту. До прикладу: «Фото», «Відео», «Наживо». Або ж виникають спеціалізовані: «Фансектор» («Football.ua»), «Наші за кордоном» («Ua-football»), «Матч-центр» («Tribuna.com», «Sportarena.com»).

Популярною стала блогосфера. Окремі з блогів мають багатотисячні перегляди. Скажімо, на сайті «Чемпіон» – про легендарного бразильського автопілота «Формули-1» Айртона Сенну чи українську тенісистку Еліну Світоліну (майже 16 тисяч переглядів) [2].

Аналіз журналістських матеріалів на спортивну тематику дає підстави наголосити й на такій тенденції: вони більше виконують інформативну, рекламну, розважальну функції, ніж, скажімо, формування громадської думки чи соціальної критики. Однак із початком широкомасштабної агресії медіа стали помітно активно виконувати ідеологічну функцію. Про це свідчать і окремі рубрики в інтернет-виданнях. Скажімо, «Ua-football.com» із поміткою «У тренді» розміщує на сайті рубрики «Війна», «Допомога ЗСУ», які безпосередньо не пов'язані зі спортом. Водночас побільшало спеціалізованих публікацій на воєнну тематику: про участь спортсменів у захисті України, провадження ними волонтерської діяльності, бойкотування участі в змаганнях росіян і білорусів тощо.

Сучасну спортивну журналістику України як одне з найважливіших тематичних відгалужень у вітчизняній медійній діяльності через свою складність та специфіку функціонування вирізняє чимало тенденцій. Вони мають як позитивний, так і негативний вплив на розвиток такої журналістики.

Насамперед варто констатувати: спортивний журналіст завжди працює за нелегких умов у зв'язку з тим, що значно зросла кількість змагань, видів спорту. Та й загалом саме його життя за сучасних умов надзвичайно стрімке, інтенсивне. Творчий працівник ЗМІ завжди повинен бути в епіцентрі подій і багато відстежувати інформації: зміна правил, організаційної структури в системі галузі, постійні міграції футболістів і тренерів із команди в команду, кадрові перестановки на рівні державної влади й громадських організацій, постійні конфлікти в середовищі й розвиток технологій, робота у вихідні, вирішення ряду організаційних та інших питань – лише частина айсберга проблем, які доводиться вирішувати медіапрацівникові. У зв'язку із цим актуальним залишається й поповнення лав спортивної журналістики компетентними та досвідченими кореспондентами. Адже далеко не кожен представник ЗМІ готовий працювати за вищенаведених умов. Це вимагає додаткової праці над собою, психологічної стійкості, пошуку запобіжників від творчого вигорання.

Водночас сучасний спортивний медійник в Україні успішно інтегрується в процеси цифровізації та розвитку інтернет-технологій, орієнтується на роботу в соціальних мережах. Це інтенсифікує працю, поглиблює її оперативну складову, сприяє просуванню традиційних ЗМІ в глобальному інформаційному середовищі та появі нових. Розвивається блогерська журналістика, формат ютуб-каналів, електронних версій традиційних ЗМІ.

Серед виявлених тенденцій є й інші, характерні для розвитку світових медіа. Спортивній журналістиці в Україні теж властиве послаблення

професійних стандартів, залежність медійників (відповідно до ступеня їх рангу) від інформаційних джерел, місцевих клубів, організацій, установ.

Нерідко спортивні журналісти вимушені відтворювати палітру дня суб'єктивно – у зв'язку із частою відмовою фахівців давати коментарі. Особливо це стосується футболу. Скажімо, через поразку, якої команда зазнала в поєдинку.

Щоб успішно виконувати творчі завдання, працівники спортивних ЗМІ вимушені ставати універсалами в роботі, виконувати широке коло обов'язків – кореспондента, редактора, оператора, фотографа, режисера, керівника відділу чи зміни тощо. Це збільшує інтенсивний ритм діяльності.

Спортивна журналістика має свою специфіку в жанровому аспекті. Зокрема, підкорення нею інтернет-простору сприяє поширенню інформаційних жанрів (замітка, інтерв'ю, репортаж, звіт). Широко представлені також прес-конференції, дискусії, текстові онлайн-трансляції. Меншою мірою можна зустріти на сайтах аналітичні жанри (статтю, огляд, кореспонденцію) і недостатньо оцінено значення журналістського розслідування та художньо-публіцистичних жанрів (нарису, зарисовки, есе, фейлетону тощо; виняток хіба що становлять портретні матеріали).

Помітна тенденція й у розробці тематики. Журналісти менше приділяють уваги проблемам дитячого, жіночого, ветеранського спорту, натомість більше освоюють теми, які здатні швидко забезпечити сайтам фінансову стабільність, збільшити їх аудиторію. Звідси поява нових рубрик, зокрема властивих інтернет-середовищу («Наші за кодом», «Матч-центр»), спецпроектів, посилена увага до комерційних видів спорту (футболу, тенісу, боксу, баскетболу, біатлону тощо). Спортивні мережеві медіа виконують переважно інформативну, рекламну та розважальну функції на фоні зменшення ролі функцій громадського контролю та соціальної критики. Однак після повномасштабного вторгнення Росії в Україну у вітчизняних засобах комунікації посилився вплив ідеологічної функції.

З урахуванням відстежених тенденцій портрет вимог до вітчизняних спортивних медійників має свою зорієнтованість. Вони повинні неабияк любити обрану спеціалізацію, глибоко нею перейматися, підвищувати загальну ерудицію, інформаційну підготовку, виробляти в собі стресостійкість, ставати універсалами в роботі, продукувати креативні ідеї, упроваджувати нові цифрові технології, активно підтримувати комунікацію з постійними джерелами інформації, розширювати тематично-жанровий діапазон та нарощувати потенціал функціональної спрямованості спортивної журналістики. Пропонований набір вимог важливо враховувати при підготовці спортивних журналістів та початківцям, які вирішили пов'язати себе зі спортивною журналістикою. У подальшому необхідно продовжити вивчати тенденції, які супроводжують розвиток спортивних медіа в Україні. Це допоможе об'єктивніше впливати на формування її якісної складової.

Засоби масової інформації (ЗМІ, медіа) відіграють ключову роль у цій трансформації. Їхні функції виходять далеко за межі простого висвітлення спортивних подій [9, с. 5]. ЗМІ формують ціннісні орієнтири, популяризують спорт серед населення, впливають на смаки споживачів інформації, роблячи певні види спорту та спортсменів більш або менш привабливими.

Спочатку спорт позиціонувався як сукупність фізичної та інтелектуальної активності з метою змагання. Згодом він трансформувався, втративши виключно змагальну, некомерційну спрямованість [1, с. 5].

Сьогодні спорт, маючи високий суспільний статус, виконує різноманітні соціокультурні функції, чому активно сприяють ЗМІ.

ЗМІ суттєво впливають на проведення та організацію спортивних змагань. Іноді правила деяких видів спорту змінюються для створення більш видовищного шоу, залучення ширшої аудиторії вболівальників та спонсорів. Історія спортивної журналістики показує її постійний розвиток. Завдяки новим технологіям ЗМІ все ближче наближають глядачів до спортивних подій.

Телеглядач має більше можливостей, ніж читач газети. Він стає свідком події в прямому ефірі. Інтернет робить сприйняття змагань ще більш зручним: уболівальник може переглянути будь-який момент у будь-який час [1, с. 58].

Спортивна журналістика тісно пов'язана з індустрією спорту. Вона вирішує важливі економічні, політичні та соціальні завдання, репрезентуючи спорт у масовій культурі. Завдяки ЗМІ формується й масова свідомість, тобто смаки споживачів інформації, в тому числі й за привабливістю або непривабливістю певних видів спорту й тих чи інших особистостей в цій галузі.

Сьогодні радіо є одним із основних джерел інформації. Олександр Валентинович Масенко – відомий дослідник у сфері наголошує на тому, що радіомовлення має значний вплив на аудиторію. Хоча радіо прогнозували занепад, воно продовжує залишатися ефективним засобом масової інформації. Ефективність радіомовлення особливо помітна на локальних радіостанціях, зокрема у вищих навчальних закладах.

На сьогоднішній день, хоча інтернет-медіа, такі як веб-сайти установ вищої освіти, займають провідне місце серед інформаційних ресурсів, друковані видання поступово втрачають популярність. Телебачення доступне не кожній освітній установі, в той час як радіо не потребує великих фінансових витрат і дозволяє отримувати інформацію оперативно. Крім того, радіо виконує не лише інформаційну, а й освітньо-пізнавальну та розважальну функції, що особливо важливо для студентської аудиторії. Деякі радіостанції також стають освітніми майданчиками для студентів, які працюють на них.

Кожна радіостанція має своє «обличчя», що складається з різних елементів, таких як музичне оформлення та структура програм. Проте, на наш погляд, головною складовою є самі програми, через які передаються основні повідомлення. Радіопрограми функціонують як платформи, що привертають певні цільові аудиторії.

На сьогодні типологія радіопрограм достатньо досліджена. Проте й досі немає єдиної загальноусталеної класифікації.

Так, наприклад, Сергій Вікторович Грабовський виділяє такі різновиди радіопрограм: інформаційні; інформаційно-аналітичні; інформаційно-публіцистичні; культурно-просвітницькі; пізнавально-розважальні; спеціалізовані; спортивні; ігрові; дитячі; молодіжні.

Радіо має ряд переваг, а саме [2, с. 6]:

- Охоплення певних сегментів аудиторії за допомогою спеціалізованих програм.
- Можливість мовлення в різних частинах країни та в будь-який час доби.
- Ідеальний засіб охоплення людей, що їдуть на роботу або з роботи.
- Стимулює уяву слухачів за допомогою слів, звукових ефектів, музики та інтонації [12, с. 5].

Сучасний спорт завдяки ЗМІ пов'язаний з економікою, політикою, освітою, наукою, моральною культурою та ціннісними орієнтаціями. Спортивні практики невід'ємні від видовищності, економічної рентабельності, медійності та іміджевої складової.

Такий спосіб функціонування професійного спорту відповідає цінностям сучасного суспільства. Проте, він потребує ретельного вивчення з метою пошуку шляхів його подальшого розвитку.

Радіопрограма має чітку структуру, що включає в себе такі ключові елементи як вступ, основна частина, інтерактивні сегменти та завершення. Для того, щоб зробити радіопрограму успішною, ми дотримуємось принципів, розроблених фахівцями радіовиробництва. Ось основні принципи Грабовського С.В, на які ми спираємося:

1. **Знання аудиторії:** Важливо чітко розуміти, хто є нашими слухачами, які їхні інтереси та потреби. Це дозволяє створювати контент, який буде цікавий і корисний для них.

2. **Чітка структура:** Кожен епізод радіопрограми має послідовний план, що включає вступ, основну частину, інтерактивні сегменти та завершення. Це допомагає слухачам легше сприймати інформацію.
3. **Змістовність:** Контент повинен бути інформативним, актуальним та цінним для слухачів. Ми ретельно відбираємо теми та готуємо матеріали, щоб забезпечити високий рівень змістовності.
4. **Динамічність:** Для підтримання інтересу слухачів важливо варіювати темпи та стилі подачі матеріалу.

Радіопередача – це унікальний вид масової інформації, який поєднує в собі елементи журналістики, мистецтва та технічних знань. Створення якісної радіопередачі вимагає від команди професіоналів комплексного підходу, який охоплює кілька важливих етапів: від концепції та сценарію до технічної реалізації і передачі в ефір.

Все починається з ідеї. Концепція радіопередачі визначає її тематику, формат, цільову аудиторію та загальний стиль. Важливо, щоб ідея була актуальною та цікавою для слухачів. Вона може базуватися на актуальних новинах, суспільно важливих темах, розважальному контенті або спеціалізованих знаннях у певній галузі.

На основі концепції розробляється сценарій передачі. Це детальний план, який включає вступні слова, основні сегменти, інтерв'ю, музичні паузи та завершення. Важливо, щоб сценарій був чітко структурованим і дозволяв ведучим тримати слухачів в напрузі та зацікавленості протягом усього ефіру. На цьому етапі також збираються всі необхідні матеріали: інтерв'ю, звукові ефекти, музика та інші аудіоматеріали.

Технічна сторона є невід'ємною частиною створення радіопередачі. Включає підготовку студії, налаштування мікрофонів, тестування звукового обладнання та забезпечення якісного запису звуку. Технічна команда повинна забезпечити, щоб звук був чистим і приємним для слуху, без шумів і перешкод.

Запис передачі може відбуватися як у прямому ефірі, так і у вигляді попередньо записаного матеріалу. Якщо це прямий ефір, ведучі повинні бути готові до непередбачуваних ситуацій і мати здатність швидко реагувати на будь-які зміни. Якщо ж передачу записують заздалегідь, необхідно провести монтаж, щоб видалити всі непотрібні фрагменти, додати звукові ефекти, музику та забезпечити плавний перехід між сегментами.

Ведучі радіопередачі відіграють ключову роль у створенні атмосфери програми. Вони повинні мати приємний голос, гарні комунікативні навички, здатність імпровізувати та підтримувати контакт з аудиторією. Важливо, щоб ведучі були добре обізнані в тематиці передачі і могли цікаво та зрозуміло доносити інформацію до слухачів.

Після виходу передачі в ефір важливо оцінити її якість і отримати зворотний зв'язок від слухачів. Це може бути аналіз рейтингових показників, коментарі та відгуки аудиторії, а також внутрішній аналіз команди. Оцінка допомагає зрозуміти, що було зроблено добре, а що потребує покращення, і є основою для підготовки наступних випусків.

Створення радіопередачі – це складний і багатогранний процес, який вимагає злагодженої роботи команди професіоналів. Від ідеї до виходу в ефір, кожен етап має своє значення і впливає на кінцевий результат. Успішна радіопередача – це результат творчості, технічної майстерності і вміння комунікувати зі слухачами, створюючи для них цікавий та якісний контент.

1.2. Обґрунтування проекту

Прискіпливий аналіз медіаринку спортивної журналістики, зокрема спортивних радіопередач, свідчить про те, що більшість контенту орієнтована на досвідченого слухача. Це часто проявляється у використанні спортивного жаргону та сленгу, що робить програми незрозумілими для пересічної аудиторії.

Такий підхід має ряд недоліків [3, с. 140]:

- **Вузька аудиторія:** програми з високим рівнем складності доступні лише для обмеженого кола слухачів, які володіють необхідною термінологією та знаннями.
- **Відсутність залучення нових слухачів:** складний контент не стимулює інтерес до спорту у нових людей, що негативно впливає на загальну популярність спорту.
- **Зниження рейтингу:** низькі рейтинги програм з вузькою аудиторією негативно впливають на фінансовий стан радіостанцій.

Щоб зробити спортивні радіопередачі доступними для широкої аудиторії, рекомендується [4, с. 5-6]:

- **Використовувати зрозумілу мову:** уникати жаргону та сленгу, пояснювати складні терміни простими словами.
- **Запрошувати експертів:** запрошувати до програм експертів, які зможуть роз'яснити складні моменти та відповісти на запитання слухачів.
- **Створювати динамічний формат:** використовувати різноманітні формати програм, такі як інтерв'ю, дискусії, вікторини, що допоможе зробити програму більш цікавою та захоплюючою.
- **Використовувати мультимедійні елементи:** додавати до програм звукові ефекти, музику, фото та відео, що зробить їх більш динамічними та інформативними.
- **Проводити інтерактивні конкурси та розіграші:** це допоможе залучити нових слухачів та підвищити їхню зацікавленість у програмі.

Важливо зазначити, що успішна спортивна радіопередача повинна не лише інформувати та розважати слухачів, але й популяризувати спорт серед населення [13, с. 5].

Приклади успішних спортивних радіопередач [5, с. 43]:

«На футбол» (Радіо НВ): щоденна програма, в якій ведучі та експерти обговорюють останні новини з світу футболу, аналізують матчі та прогнозують майбутні події.

«Трибуна» (Радіо Промінь): щотижнева програма, в якій ведучі та запрошені гості обговорюють актуальні теми спортивного життя, проводять інтерв'ю з відомими спортсменами та тренерами.

«Спорт-тайм» (Радіо Спорт): щогодинна програма, в якій ведучі інформують слухачів про останні новини з різних видів спорту, проводять прямі трансляції з матчів та змагань.

Ці програми користуються популярністю серед широкої аудиторії завдяки динамічному формату, зрозумілій мові та цікавим темам.

Радіопрограма про футбол «Третій тайм» дозволить слухачеві не тільки дізнатися, як вчора зіграла його улюблена футбольна команда, а й привнести щось нове у спортивний кругозір. Актуальні новини, експертне бачення матчів та гри команд, інтерв'ю з кращими гравцями Вінницької області, вікторини з отриманням призів, підняття настрою завдяки рубриці «Гумор у футболі». Все це можливо буде почути в авторській радіопрограмі про футбол «Третій тайм».

1.3. Мета роботи

У рамках кваліфікаційної роботи продемонстровано компетенцію у сфері спортивної журналістики.

Завдяки своєму спортивному життю, на нашу думку, маємо наступні якості:

- **Глибокі знання та розуміння спортивної тематики:** володіння широким спектром знань про футбол, знайомий з останніми новинами, подіями та трендами.
- **Аналітичні здібності:** об'єктивне оцінювання спортивні події, проводити аналітику та робити прогнози.
- **Вміння чітко та лаконічно викладати свої думки:** донесення інформації до аудиторії зрозумілою та цікавою мовою.

- **Навички радіожурналістики:** володіння технікою дикції, монтажу та створення сценаріїв, що дозволяє мені створювати якісний радіоконтент.

Мета – створити радіопрограму, яка буде цікава не лише шанувальникам футболу, але й широкій аудиторії, завдяки використуванню динамічного формату, яка буде містити різноманітні рубрики, такі як інтерв'ю з відомими футболістами Вінницької області та України, аналітика матчів, експертне бачення, вікторини, розіграші, запрошувати цікавих гостей, не лише футболістів, але й тренерів, спортивних журналістів, експертів та інших цікавих людей. Також використовувати сучасні технології, створювати інтерактивність, використовувати гумор та іронію.

Автор прагнув привнести щось нове у світ спортивної радіожурналістики та впевнений, що радіопрограма буде успішною і зацікавить широку аудиторію.

1.4. Джерела фактів

Інформаційними джерелами для створення програми та її окремих блоків послуговували: сайти Вінницької обласної асоціації футболу, Української асоціації футболу, журнал «Футбол», інтернет-ресурси: <https://www.ua-football.com/ua>, <https://football24.ua/>.

1.5. Технічні і програмні засоби

Для створення авторської радіопрограми про футбол «Третій тайм» було використано, мікрофон, (HyperX SoloCast), комп'ютер, програма для запису і обробки аудіо FL Studio 21.

Мікрофон HyperX SoloCast - це USB-мікрофон конденсаторного типу, який призначений для потокових трансляцій, подкастів та ігор. Він має кардіоїдну діаграму спрямованості, яка фокусується на вашому голосі,

зменшуючи фоновий шум. Мікрофон також оснащений вбудованим амортизатором, який допомагає зменшити вібрації та шум.

FL Studio 21 - це потужна цифрова звукова робоча станція (DAW) для створення музики, доступна, як для Windows, так і для macOS. Вона використовується для створення різноманітних жанрів музики, включаючи електронну музику, хіп-хоп, R&B, рок, поп та багато іншого.

Ключові характеристики FL Studio 21 [7, с. 32]:

- **Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс:** FL Studio має простий у використанні інтерфейс, який робить його чудовим вибором як для початківців, так і для досвідчених користувачів.
- **Широкий спектр інструментів та ефектів:** FL Studio поставляється з великою бібліотекою вбудованих інструментів та ефектів, які можна використовувати для створення музики. Ви також можете використовувати сторонні VST-плагіни з FL Studio.
- **Секвенсор на основі шаблонів:** FL Studio використовує унікальний секвенсор на основі шаблонів, який робить його простим у створенні складних ритмів і мелодій.
- **Запис та редагування звуку:** FL Studio можна використовувати для запису та редагування звуку з мікрофона або іншого джерела.
- **MIDI-підтримка:** FL Studio підтримує MIDI, тому ви можете використовувати MIDI-контролери для управління програмним забезпеченням.
- **Підтримка плагінів:** FL Studio підтримує сторонні VST-плагіни, тому ви можете використовувати свої улюблені інструменти та ефекти з програмним забезпеченням.

1.6. Сфера застосування

Радіoproграма про футбол за своїм потенціалом і добіркою інформації може транслюватися на «Радіо Спорт». Оскільки всі рубрики є новими та майже не мають схожості з контентом київського радіо. Але перед цим

обов'язково потрібно зробити пробний запуск програми на студентському радіо «Юнітон», яке є навчальним майданчиком для студентів-журналістів. Радіопрограма про футбол «Третій тайм» за своєю якістю інформації не поступається звичайним програмам місцевого радіо та цілком може скласти їм конкуренцію в ефірній сітці.

II. СПЕЦИФІКАЦІЯ АВТОРСЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ ПРО ФУТБОЛ «ТРЕТІЙ ТАЙМ»

2.1. Структура

«Третій тайм» – авторська радіопрограма про футбол, яка складається рубрик:

Гостьова студія: Рубрика – «Цікавий гість». Зустріч із президентом футбольного клубу «Янтар», Романом Колесником.

Аналітика: Огляд результатів та анонси майбутніх матчів української Прем'єр-ліги.

Футбольний світ: Новини світового футболу, трансфери, цікаві події.

Інтерактив: Вікторина для слухачів з призами.

Футбольні історії: Розповіді про легендарних футболістів та команди.

Тактичний експрес: Аналіз гри кращих команд.

Гумор у футболі: Найкращі футбольні анекдоти та курйози.

Бліц-інтерв'ю "Миттєві зірки": Бесіда з молодим та перспективним гравцем, Кирилом Анісімом та з кращим гравцем Вінницької області, Володимиром Вербою.

Радіопрограма містить в собі музичні вставки, рубрики наповнені музичними перебивками.

2.2. Тривалість

Авторська радіопрограма про футбол «Третій тайм» триває 28 хвилини. Слухачі мають змогу дізнатись про головні новини футболу за тиждень, послухати президента футбольного клубу «Янтар», Романа Колесника, дізнатися бачення експерта про гру найкращих футбольних команд світу, отримати анонси майбутніх матчів, дізнатися про історії легендарних футболістів, отримати гарну «порцію» гумор та курйозних

моментів у футболі, а також інтерв'ю з кращими гравцями Вінницької області.

2.3. Музичний супровід

Авторська радіопрограма про футбол «Третій тайм» містить музичний супровід, який створений у програмі FL Studio 21.

2.4. Ідейно-смісловий задум

Ідейно-смісловий задум загалом полягає у втіленні пізнавальної функції. Ця функція яскраво виражена, у рубриці «Футбольні історії» та «Тактичний експерт» в них слухача знайомлять з особливостями досягання певного результату відомих футболістів та тактиками бачення та ведення гри відомих тренерів. Варто зауважити, що у радіопрограмі виконується інформаційна функція у рубриці «Футбольний світ». Цей медіапродукт створено з метою популяризації спортивних радіопрограм на медійному ринку.

2.5. Специфікація аудиторії

Зважаючи на те, що радіопрограма є про футбол, відповідно аудиторія має бути спеціалізованою. Проте інформація, яка вміщена у рубрики, розрахована і на пересічного слухача. Відповідно радіопрограма створена таким чином, щоб навіть читач, який не обізнаний у сфері футболу, буде мати змогу не просто прослухати, а й зрозуміти кожну рубрику. З приводу вікової категорії, варто зазначити, що програму може слухати як і молодь, так і люди старшого віку. Проте цільовою аудиторією є люди старшого віку.

III. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Більше, ніж населення США. Кріштіану Роналду подолав позначку в 400 млн підписників в Instagram. URL: <https://focus.ua/uk/sport/505610-bolshe-chem-naselenie-ssha-krishtianu-ronaldu-preodolel-otmetku-v-400-mln-podpischikov-v-instagram> (дата звернення: 30.04.2024).
2. Блоги. URL: <https://champion.com.ua/blogs> (дата звернення: 27.04.2022).
3. Вацеба О. М. Український спорт : покажчик книжкових видань з фізичного виховання та спорту в Україні (1922–1941). Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2002. 102 с.
4. Гоян О. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: Підручник. 2-ге вид., доп. Київ: Веселка, 2004.
5. Гоян О. Я. Радіостанція як ділове підприємство: методика журналістської творчості : посіб. для студ. Ін-ту журн. Київ : Інститут журналістики, 2001. 201 с.
6. Гоян О., Гоян В. Формати радіостанцій. Організація бізнес-плану ефірної діяльності. Вісник Київ. ун-ту. Сер. Журналістика. Київ, 1996 Вип. 3 С. 137-148.
7. Гусєв А. В. Історія та функціонально-типологічні особливості спортивної медіакомунікації : дис. ... канд. наук із соц. ком. Дніпропетровськ, 2016. 194 с. URL: https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/K08.051.19/autoreferat_57e2edd3f05cb.pdf (дата звернення: 26.04.2024).
8. Динаміка зростання аудиторії в Україні. URL: <https://top.i.ua/> (дата звернення: 01.05.2024).
9. Здоровега В. Теорія і практика журналістської творчості: підручник. 2-ге вид., перероб. і допов. Львів : ПАІС, 2005. 268 с.
10. Зіркова реклама в Instagram. Роналду заробляє 875 тисяч євро за пост. URL: <https://tsn.ua/prosport/zirkova-reklama-v-instagram-ronaldu->

zaroblyaye-875-tisyach-yevro-za-post-1383678.html (дата звернення: 01.05.2024).

11. Карнаух А. С. Особливості формування іміджу в системі спортивних комунікацій. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2018. № 2. С. 110–115. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_2_20 (дата звернення: 01.05.2024).

12. Карнаух А. С. Спортивні комунікації: комунікаційний процес, його сутність та перешкоди. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2019. № 1. С. 4–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2019_1_3 (дата звернення: 01.05.2024).

13. Любченко Ю. Виразальні засоби радіожурналістики: прагматичний і когнітивний аспекти : автореф. дис. ... канд. наук соц.ком. : спец. 27.00.04. Запоріжжя, 2012. 20 с.

14. Миронченко В. Основи інформаційного радіомовлення: Підручник. Київ, 1996.

15. Нігматулін О. Топ-10 найпопулярніших сайтів спортивних новин. URL: <https://prnews.io/uk/blog/sport-portaly.html> (дата звернення: 29.04.2024).

16. Сазонова Ю. О. Спортивна журналістика України: історія, еволюція, трансформація : монографія. Миколаїв : вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2021. 276 с. URL: <https://dspace.chmnu.edu.ua/jspui/bitstream.pdf> (дата звернення: 30.04.2024).

17. Спорт. URL: <https://manifest.in.ua/rt/sport/> (дата звернення: 22.04.2024).

18. Тонкіх І. Ю. Проблема типології Інтернет-ЗМІ. Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації. 2010. № 2. С. 79–84. URL: http://eir.zp.edu.ua/bitstream/123456789/994/1/Tonkikh_The_Internet_mass_media_typology.pdf (дата звернення: 26.04.2024).

19. Шпакова О. О., Терханова О. В. Особливості інтернет-журналістики на прикладі «Sport.ua», «Football.ua» та «UA-Футбол». 2018.

Вип. 10. С. 254 -258. URL:https://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5b8d0351f415f.pdf#page=255. (дата звернення: 28.04.2024).

20. Щепанський Ю. Я., Тамбовцева М. Ю. Історія становлення спортивної журналістики в Україні. Обрії друкарства. 2014. № 1 (3). С. 210–219. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34035/1/OD-2014-3_210-219.pdf (дата звернення: 30.04.2024).

21. Boyle R. Sports Journalism. Changing journalism practice and digital media. Digital Journalism. 2017. Vol. 5. Iss. 5: Special Issue: Sports Journalism: Changing Journalism Practice and Digital Media. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2017.1281603> (date of request: 23.04.2024).

22. Boyle R. Sports Journalism: Context and Issues. London : Sage Publications, 2006. 198 p.

23. Bradshaw T., Minogue D. Defining sports news. URL: https://eprints.glos.ac.uk/7229/1/7229-Bradshaw-%282019%29-Sports_Journalism_The_State_of_Play%284_Defining_sports_news%29.pdf (date of request: 22.04.2024).

24. Cuba Ibra. URL: https://www.youtube.com/channel/UCx_aRwM5dFu6J-AqPrvskGQ (date of request: 02.05.2024).

25. EGM: MARCA, el periódico más leído de España y el único que supera el millón de lectores. URL: <https://www.marca.com/mundo-marca/2020/12/02/5fc77f5de2704e01318b45cf.html>. (date of request: 02.05.2022).

26. Fesenko A. A sports journalist: a professional sportsman or a skilled media worker. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціальні комунікації. 2016. Вип. 9. С. 59–63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2016_9_14 (дата звернення 28.04.2024).

IV. СЦЕНАРІЙ АВТОРСЬКОЇ РАДІОПРОГРАМИ ПРО ФУТБОЛ «ТРЕТІЙ ТАЙМ»

Автор: Павло Форманюк

Текст читали: Павло Форманюк, Дмитро Ізюмов, Роман Колесник,
Кирил Анісім,

СЦЕНАРІЙ РАДІОПРОГРАМИ «ТРЕТІЙ ТАЙМ»

Третій тайм – Радіопрограма про Вінницький, український та світовий футбол

Ведучий: Вітаємо вас, шанувальники футболу, на нашій радіопрограмі "Третій тайм"! З вами я ведучий, Павло Форманюк!

Сьогодні у програмі:

Гостьова студія: Рубрика – «Цікавий гість». Зустріч із президентом футбольного клубу «Янтар», Романом Колесником.

Аналітика: Огляд результатів та анонси майбутніх матчів української Прем'єр-ліги.

Футбольний світ: Новини світового футболу, трансфери, цікаві події.

Інтерактив: Вікторина для слухачів з призами.

Футбольні історії: Розповіді про легендарних футболістів та команди.

Тактичний експрес: Аналіз гри кращих команд.

Гумор у футболі: Найкращі футбольні анекдоти та курйози.

Бліц-інтерв'ю "Миттєві зірки": Бесіда з молодим та перспективним гравцем, Кирилом Анісімом та з кращим гравцем Вінницької області, Володимиром Вербою.

[Музичний перехід]

Гостьова студія:

Ведучий: Сьогодні, у рубриці «Цікавий гість» поспілкуємося із президентом футбольного клубу «Янтар», Роман Колесник! Романе Петровичу, дякуємо, що знайшли час для нашої програми.

Президент: Вітаю всіх слухачів! Завжди радий поспілкуватися з вами про футбол.

Ведучий: Розкажіть, будь ласка, про ваші плани щодо розвитку клубу.

Президент: Наша головна мета - зробити наш клуб одним із найуспішніших в Україні. Ми прагнемо до того, щоб наша команда завжди боролася за найвищі місця в чемпіонаті та кубках.

Ведучий: Які кроки ви плануєте зробити для досягнення цієї мети?

Президент: Ми плануємо посилити команду новими гравцями, покращити інфраструктуру клубу та розширити нашу академію.

Ведучий: Як ви оцінюєте роботу тренерського штабу?

Президент: Ми задоволені роботою тренерського штабу. Тренерський штаб має великий досвід роботи та зумів згуртувати команду.

Ведучий: Які ваші очікування від команди на наступний сезон?

Президент: Ми очікуємо, що команда покаже хороший результат у наступному сезоні. Ми хочемо, щоб команда боролася за чемпіонський титул.

Ведучий: Дякуємо за інтерв'ю!

Президент: Дякую!

Ведучий: А зараз ми перейдемо до запитань наших слухачів.

Слухач: Які стратегічні цілі ви ставите перед клубом у найближчому майбутньому?

Президент: Ми маємо амбіційні плани. По-перше, ми прагнемо підвищити рівень гри команди та конкурентоспроможність в національному та міжнародному масштабі. Крім того, ми плануємо розвивати інфраструктуру клубу, покращувати умови для гравців та вболівальників, а також активно залучати молодь.

Слухач: Як ви бачите взаємодію з вболівальниками і роль спільноти у розвитку клубу?

Президент: Вболівальники – це душа клубу. Ми віримо в отримання їхньої підтримки та взаємодії. Плануємо запроваджувати різноманітні

ініціативи для взаємодії з фанатами, враховуючи їхні думки та відчуття. Спільнота грає ключову роль у формуванні ідентичності клубу.

Слухач: Які виклики ви вбачаєте у футбольній індустрії та як клуб готується до них?

Президент: Сучасна футбольна індустрія швидко змінюється. Зокрема, фінансові виклики та глобальні зміни в економіці впливають на всі клуби. Ми розробляємо стратегії фінансової стійкості та стежимо за інноваціями в галузі, щоб бути готовими до майбутніх викликів.

Ведучий: Дякуємо! Романе Петровичу за те, що відповіли на запитання наших слухачів.

Президент: Дякую!

(музична перебивка)

Ведучий: Це була рубрика «Цікавий гість» , а зараз переходимо до огляду 19 туру Української прем'єр ліги.

[Музичний перехід]

Ведучий: Шановні слухачі, до вашої уваги рубрика «Аналітика» та її ведучий Дмитро Ізюмов!

Експерт: Доброго дня, любі слухачі! 18-й тур Української Прем'єр-ліги (УПЛ) видався багатим на голи та цікаві події. "Шахтар" Донецьк здобув важку перемогу над "Динамо" Київ, "Дніпро-1" Дніпро розгромив "Зорю" Луганськ, а "Ворскла" Полтава здолала "Олександрію".

Експерт: Центральний матч туру відбувся у Львові, де "Шахтар" Донецьк мінімально здолав "Динамо" Київ. "Гірники" здобули перемогу завдяки голу Євгена Коноплянки у другому таймі.

Експерт: "Дніпро-1" Дніпро продовжує переслідувати "Шахтар". "Дніпряни" розгромили "Зорю" Луганськ з рахунком 3:0. Артем Довбик, Олександр Піхальонко та Олексій Гуцуляк забили голи за переможців.

Експерт: "Ворскла" Полтава здобула важку перемогу над "Олександрією". Євген Паст та Владислав Кулач забили голи за полтавців.

Експерт: У інших матчах туру "Металіст 1925" Харків зіграв внічию з "Рухом" Львів" - 1:1, а "Чорноморець" Одеса здолав "Колос" Ковалівка - 2:1.

Експерт: Після 18-го туру "Шахтар" Донецьк продовжує лідирувати в УПЛ, маючи 47 очок. "Дніпро-1" Дніпро йде на другому місці з 44 очками. "Динамо" Київ з 39 очками посідає третє місце.

Експерт: Найкращим бомбардиром УПЛ залишається Артем Довбик з "Дніпра-1", який забив 12 голів.

Експерт: 19-й тур УПЛ відбудеться 25-26 лютого.

Ось декілька цікавих фактів про 18-й тур УПЛ:

"Шахтар" Донецьк здобув 10-ту перемогу в УПЛ поспіль.

"Дніпро-1" Дніпро не програє вже 12 матчів поспіль.

"Динамо" Київ не може перемогти "Шахтар" Донецьк вже в 5 очних матчах поспіль.

"Ворскла" Полтава здобула 4-ту перемогу в 5 останніх матчах.

"Чорноморець" Одеса здобув першу перемогу в 5 останніх матчах.

Експерт: 18-й тур УПЛ видався цікавим та напруженим. "Шахтар" Донецьк продовжує лідирувати, але "Дніпро-1" Дніпро не здається і наздоганяє "гірників". "Динамо" Київ втрачає очки і ризикує випасти з боротьби за чемпіонський титул.

Ведучий: Які матчі очікують нас на наступному тижні?

Експерт: "Динамо" зіграє з "Львовом", "Шахтар" зустріне з "Олександрією", а "Дніпро-1" поїде в гості до "Зорі".

[Музичний перехід]

Футбольний світ:

Ведучий: У світовому футболі також відбулося багато цікавих подій про це розповість наш експерт, Дмитро Ізюмов.

Експерт: Ліга чемпіонів: В 1/8 фіналу Ліги чемпіонів "Манчестер Сіті" здобув перемогу над "РБ Лейпциг" з загальним рахунком 4:1. "Інтер" Мілан сенсаційно вибив "Ліверпуль" з турніру, перемігши з загальним рахунком

2:1. "Реал" Мадрид здолав "ПСЖ" з рахунком 3:2 за сумою двох матчів. "Баварія" Мюнхен розгромила "Зальцбург" з загальним рахунком 8:2.

Експерт: Ліга Європи: "Манчестер Юнайтед" здобув перемогу над "Барселоною" з рахунком 4:3 за сумою двох матчів. "Ювентус" сенсаційно вилетів з турніру, поступившись "Нанту". "Рома" здолала "Шахтар" Донецьк з рахунком 2:1 за сумою двох матчів. "Севілья" розгромила "Динамо" Загреб з загальним рахунком 3:1.

Експерт: Інші події: Збірна Аргентини здобула перемогу на Кубку Америки 2024. Ліонель Мессі здобув "Золотий м'яч" в рекордний сьомий раз. Кріштіану Роналду став найкращим бомбардиром в історії чоловічого футболу.

[Музичний перехід]

Інтерактив:

Ведучий: Зараз ми проведемо вікторину для наших слухачів. На кону - призи від футбольних клубів.

Ведучий: Добрий день, вітаємо Вас у програмі «Третій тайм», ви готові давати відповідь? У разі відповіді на усі питання правильно – ви отримаєте приз від футбольного клубу «Шахтар».

Слухач: Так, залюбки!

Ведучий: Отже, розпочнемо! Який український клуб є найуспішнішим у єврокубках?

Слухач: Найуспішнішим українським клубом у єврокубках є київське "Динамо". "Динамо" двічі вигравало Кубок володарів кубків (1975, 1986) і Суперкубок УЄФА (1975).

Ведучий: Хто є найкращим бомбардиром в історії збірної України?

Слухач: Найкращим бомбардиром в історії збірної України є Андрій Шевченко. Шевченко забив 48 м'ячів за збірну України.

Ведучий: Який стадіон є найвідвідуванішим в Україні?

Слухач: Найвідвідуванішим стадіоном в Україні є НСК "Олімпійський" у Києві. Місткість стадіону становить 70 050 глядачів.

Ведучий: Який український футболіст здобув "Золотий м'яч"?

Слухач: Андрій Шевченко, Ігор Беланов та Олег Блохін здобували нагороду "Золотий м'яч".

Ведучий: Коли збірна України виступатиме на чемпіонаті світу?

Слухач: Збірна України не виступатиме на чемпіонаті світу 2022 року. Україна поступилася Уельсу у плей-оф кваліфікації.

Ведучий: Правильно! Ви отримуєте приз від футбольного клубу "Шахтар".

Слухач: Дякую Вам!

[Музичний перехід]

Ведучий: Наступна наша рубрика «Футбольні історії». Сьогодні ми розповімо вам про легендарного українського футболіста, Андрія Шевченка.

Ведучий: Шевченко народився в 1976 році в селі Двірківщина Київської області. Свою кар'єру він розпочав у київському "Динамо", з яким тричі вигравав чемпіонат України.

Ведучий: У 1999 році Шевченко перейшов до італійського "Мілана", де став одним із найкращих бомбардирів в історії клубу.

Ведучий: У 2006 році Шевченко перейшов до англійського "Челсі", з яким виграв Кубок Англії.

Ведучий: Шевченко також є рекордсменом за кількістю забитих м'ячів за збірну України.

Ведучий: Шевченко 25 січня 2024 року був обраний президентом Української асоціації футболу, з чим ми його вітаємо!

[Музичний перехід]

Ведучий: Шановні слухачі до вашої уваги тактичний експерт гри грандів світового футболу від нашого експерта, Дмитро Ізюмов.

Експерт: "Манчестер Сіті" (Англія):

Стиль: Домінування м'яча, позиційний тиск, висока лінія оборони.

Ключові тактичні прийоми: Короткий розіграш м'яча, флангові атаки, зміни позицій.

Експерт: "Ліверпуль" (Англія):

Стиль: Високий пресинг, швидкі атаки, контратаки.

Ключові тактичні прийоми: Флангові навіси, простріли, швидкі переходи з оборони в атаку.

Експерт: "Реал" Мадрид" (Іспанія):

Стиль: Контроль м'яча, позиційна атака, швидкі контратаки.

Ключові тактичні прийоми: Індивідуальна майстерність, дриблінг, удари здалеку.

Експерт: "Баварія" Мюнхен (Німеччина):

Стиль: Високий пресинг, позиційна атака, флангові атаки.

Ключові тактичні прийоми: Фізична сила, командна робота, стандартні положення.

Експерт: "Барселона" (Іспанія):

Стиль: Домінування м'яча, короткий розіграш, Tiki-taka.

Ключові тактичні прийоми: Контроль м'яча, позиційна атака, зміни позицій.

Ведучий: Які є найефективніші тактичні прийоми?

Експерт: Високий пресинг: Ефективний спосіб змусити суперника помилитися і відібрати м'яч. Контроль м'яча: Дозволяє диктувати темп гри і створювати гольові моменти. Швидкі атаки: Ефективний спосіб розкрити оборону суперника. Флангові атаки: Дозволяють створювати ширину і розтягувати оборону суперника. Індивідуальна майстерність: Може вирішити результат матчу в один момент. Важливо зазначити, що не існує єдиної "найкращої" тактики. Ефективність тактики залежить від багатьох факторів, таких як: склад команди, стиль гри суперника, рахунок на табло, час матчу. Найкращі команди світу вміють адаптувати свою тактику під будь-якого суперника.

[Музичний перехід]

Гумор у футболі:

Ведучий: Шановні слухачі, хто зараз в гуморі – тримайте планку, хто не в гуморі – посміхніться, адже зараз буде рубрика «Гумор у футбол»! За кращий анекдот голосуйте у наших соцмережах!

Ведучий: Перший анекдот: Два футболісти розмовляють:

"Я купив собі нову машину."

"І що, скільки коштує?"

"Та нічого, я її вкрав."

"А ти не боїшся, що тебе спіймають?"

"Та ні, я ж не на поле вийшов!"

Другий анекдот: Суддя показує футболісту жовту картку:

"За що?" - обурюється футболіст.

"За симуляцію!" - відповідає суддя.

"Яку симуляцію?!"

"Ви ж лежали на полі 5 хвилин і прикидалися мертвим!"

"А ви що, хіба не бачите, що я й справді мертвий?!"

Третій анекдот: Футбольний фанат хвалиться:

"Уявляєте, я виграв у лотерею мільйон!"

"І що ти з ним зробив?"

"Купив собі абонемент на всі домашні матчі "Динамо"!"

"На всі?!"

"Так, на всі! А що, я ж тепер мільйонер!"

Ведучий: Перейдемо до цікавих курйозів з футболу: Світ футболу багатий на захоплюючі моменти, драматичні розв'язки та емоційні сплески. Проте, крім очікуваних подій, трапляються й курйозні випадки, що змушують нас сміятися, дивуватися, а часом і трохи ніяковіти.

Ось декілька прикладів курйозів, які траплялися у футболі:

1. Автогол "від п'яти":

У 2009 році, під час матчу чемпіонату Шотландії, захисник команди "Харт оф Мідлотіан" Стівен Преслі, намагаючись відбити м'яч від воріт, влучив його собі в обличчя, а потім рикошетом м'яч залетів у ворота. Цей

курйозний автогол став одним із найпам'ятніших в історії шотландського футболу.

2. "Рука Бога":

Один із найвідоміших курйозів в історії футболу трапився на чемпіонаті світу 1986 року у матчі між Аргентиною та Англією. Дієго Марадона, забиваючи гол, підштовхнув м'яч рукою, що суперечило правилам. Проте, арбітр не помітив порушення, і гол був зарахований. Цей епізод згодом отримав назву "Рука Бога" і став символом суперечливої перемоги Аргентини.

3. "Туманний" матч:

У 1967 році на матчі чемпіонату Шотландії між командами "Кілмарнок" і "Рейнджерс" густий туман огорнув поле, роблячи видимість практично нульовою. Гравці ледь бачили один одного, а м'яч часом просто зникав з поля. Матч тривав лише 27 хвилин, після чого арбітр був змушений його зупинити. Цей курйозний епізод згодом отримав назву "Туманний" матч.

4. "Воротар-герой":

У 2018 році під час матчу чемпіонату Англії резервний воротар команди "Бормут" Акінкуо Саїнто був вимушений вийти на поле замість травмованого основного голкіпера. Саїнто, який до цього ніколи не грав на професійному рівні, не розгубився і зумів відбити пенальті, чим врятував свою команду від поразки. Цей героїчний вчинок Саїнто став одним із найемоційніших моментів сезону.

5. "Заміна-привид":

У 2005 році під час матчу чемпіонату Іспанії між командами "Севілья" і "Атлетіко Мадрид" тренер "Севільї" Хуанде Рамос зробив заміну, проте на поле вийшов не заявлений гравець. Цей курйозний епізод призвів до технічної поразки "Севільї" та штрафу для клубу.

Це лише декілька прикладів курйозів, які траплялися у футболі.
Існує безліч інших неймовірних, смішних та дивних історій, які свідчать про

те, що футбол - це не просто гра, а справжня скарбниця емоцій та несподіванок.

[Музичний перехід]

Ведучий: Сьогодні до нашої студії завітав молодий талант Вінницької Ниви, Кирил Анісім.

Ведучий: Доброго дня, Кириле! Вітаємо тебе в нашій рубриці "Миттєві зірки"!

Гість: Дякую за запрошення!

Ведучий: Ти останнім часом став справжньою зіркою футболу. Як ти ставишся до такого раптового успіху?

Гість: Звісно, я дуже радий, що мої зусилля нарешті приносять плоди. Але я не збираюся зупинятися на досягнутому. Я буду й далі наполегливо працювати, щоб стати ще кращим.

Ведучий: Які твої плани на майбутнє?

Гість: Мрію грати за один з найкращих клубів світу і вигравати трофеї.

Ведучий: У тебе є всі шанси для цього! А зараз перейдемо до запитань від наших слухачів.

Слухач 1: Які твої улюблені футболісти?

Гість: Мені подобаються багато футболістів, але мій кумир - це Ліонель Мессі.

Слухач 2: Як ти справляєшся з тиском з боку вболівальників і преси?

Гість: Не завжди легко, але я намагаюся не звертати уваги на зайвий шум. Я просто зосереджуюся на своїй роботі.

Слухач 3: Яку пораду ти б дав молодим футболістам, які мріють про успіх?

Гість: Найголовніше - це вірити в себе і ніколи не здаватися. Потрібно наполегливо працювати і завжди бути готовим до можливостей.

Ведучий: Дякую за цікаву розмову, Кириле!

Гість: І вам дякую!

Ведучий: Бажаємо тобі подальших успіхів!

Гість: Дякую!

Ведучий: Шановні слухачі, а зараз до нашої студії завітав - Володимир Верба, кращий футболіст Вінницької області! Володимире, розкажіть нам, як ви почали свою футбольну кар'єру?

Гість: Дякую за запрошення! Моя футбольна історія розпочалася з раннього дитинства, коли мені було лише 5 років. Пам'ятаю, як ганяв м'яч у дворі з друзями, а тато, який сам колись грав за місцеву команду, навчав мене першим футбольним премудростям. Згодом я записався до юнацької спортивної школи, де почав тренуватися під керівництвом досвідченого наставника.

Ведучий: Хто був вашим кумиром у дитинстві?

Гість: Моїм кумиром був Ліонель Мессі. Його майстерність, витонченість та азарт на полі завжди мене захоплювали. Я з захватом дивився його матчі, намагаючись перейняти його футбольний стиль та самовіддачу.

Ведучий: Які ваші найвидатніші досягнення у футболі?

Гість: З гордістю можу згадати перемогу у чемпіонаті Вінницької області з ЯСКО, де я був одним із ключових гравців. Також мав честь грати за збірну України U-21, де здобув цінний досвід та нові знання. Нещодавно мене визнали кращим футболістом Вінницької області, що стало визнанням моїх зусиль та відданості улюбленій справі.

Ведучий: Що робить вас таким успішним футболістом?

Гість: Я вважаю, що успіх у футболі - це поєднання природного таланту, наполегливої праці та щирої любові до гри. З раннього дитинства я багато тренувався, шліфував свої навички та прагнув стати кращим. Відданість справі, дисципліна та прагнення до перемоги завжди були моїми головними рушійними силами.

Ведучий: Які ваші плани на майбутнє?

Гість: Мої амбіції не обмежуються Вінницькою областю. Я мрію продовжувати грати на найвищому рівні, виступати за кращі українські

клуби та здобувати трофеї. Також прагну надихати юних футболістів, ділитися своїм досвідом та допомагати їм досягти своїх мрій.

Ведучий: Дякуємо за інтерв'ю, Володимире! Ми щиро бажаємо вам успіхів у вашій кар'єрі та нових яскравих перемог!

Гість: Дякую за приємну розмову! Я радий, що поділився з вами своєю історією та мріями.

Ведучий: Це було інтерв'ю з Володимиром Вербою, кращим футболістом Вінницької області. Не забудьте підписатися на наше шоу, щоб дізнатися більше про цікавих людей з Вінниці та області!

(музичний перехід, перебивка)

Ведучий: Шановні слухачі, завершуємо черговий випуск радіопрограми "Третій тайм"!

Сподіваємося, що вам було цікаво! У наступному ефірі ми поговоримо про:

Підсумки першого кола чемпіонату України.

Прогнози на другу половину сезону.

Найкращі молоді футболісти України.

Не забудьте залишити свої коментарі та запитання на нашому сайті!

До наступної зустрічі!

Дякуємо, що ви були з нами!

(музична перебивка)