

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

навчально-науковий інститут післядипломної освіти

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

кафедра журналістики та політології

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

«Допущено до захисту»

Завідувач кафедри журналістики та політології

_____ Тетяна СИДОРЕНКО

“ _____ ” _____ 2025 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему:

ПОДКАСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ НЕЗАЛЕЖНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

Керівник:

к. н. з соц. ком, доцент

Сидоренко Тетяна Валеріївна

(вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент:

к.політ.н, доц. кафедри

міжнародних відносин та

зовнішньої політики

Тихоненко Ірина Вікторівна

(посада, вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Виконала:

студент VI курсу групи 648 МЗ

Єропкіна Юлія Олександрівна

(П.І.Б.)

Спеціальності:

061 «Журналістика»

(шифр і назва спеціальності)

ОПІ:

«Журналістика»

Миколаїв – 2025 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОДКАСТІВ У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ	7
1.1. Генеза та розвиток подкастингу.....	7
1.2. Поняття та класифікація журналістських подкастів.....	13
1.3. Подкаст як елемент незалежної журналістики.....	25
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. МЕДІЙНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДКАСТУ ЯК ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ПРОДУКТУ	34
2.1. Технологічні процеси створення подкастів.....	34
2.2. Редакційні стандарти та етичні принципи.....	40
2.3. Особливості взаємодії з аудиторією.....	48
Висновки до розділу 2.....	49
РОЗДІЛ 3. ПОДКАСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ НЕЗАЛЕЖНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ (ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ)	51
3.1. Аналіз українського ринку журналістських подкастів.....	51
3.2. Ідея та концепція авторського творчого проєкту.....	64
3.3. Цільова аудиторія авторського проєкту.....	65
3.4. Розробка структури та сценаріїв епізодів.....	66
3.5. Процес запису подкастів.....	67
3.6. Монтаж та оформлення проєкту.....	67
3.7. Публікація подкасту.....	68
Висновки до розділу 3.....	69
ВИСНОВКИ	71
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	74
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Активна диджиталізація комунікацій і розвиток медіаплатформ зумовлюють нові підходи до створення звукового контенту. У сучасному медіапросторі аудіоконтент дедалі активніше розширює свої позиції, стаючи не лише зручним способом отримання інформації, а й повноцінним інструментом комунікації, впливу й культурного самовираження.

Традиційним виробником аудіоконтенту є радіомовлення, яке і сьогодні не втрачає актуальності, залишаючись надійним джерелом новин, аналітики, культурного контенту та розваг. Разом з тим в українському медіаполі відбувається активний розвиток відносно нового формату – подкастингу, який вже зайняв стійкі позиції та став популярним не лише серед слухачів, а й серед творців, зокрема завдяки доступності технологій та можливості індивідуального самовираження. До створення подкастів звертаються як окремі автори, так і великі медіа, активно інтегруючи цей формат аудіоконтенту в свою діяльність. Це сигналізує про те, що сьогодні відбувається становлення подкастингу як інструменту незалежної журналістики, що дозволяє розглядати цю тему як актуальну та перспективну для наукового вивчення.

Дослідженням феномену подкастів присвячені роботи зарубіжних дослідників Т. Боніні [57], А. Санто [77], Л. Денна та М. Спінеллі [78], Д. Гобсона [65], Дж. Л. Саллівана [79], Д. Циццареллі [58], а також українських – К. Бескоровайного [51], А. Бенківської [3], А. Бойчук [4], Т. Булах [5, 6], І. Гаврилюк [7], Л. Галки [8], С. Данилюк [9], О. Дмитровського [11, 12], А. Досенко [13], О. Ігнатенко [23], О. Кушнір [24], Ю. Махновської та І. Мудрої [28], П. Мірошніченка [29], О. Сімончук [41], І. Страшко [43], А. Хівренка [49].

Мета дослідження полягає в аналізі феномену подкастингу як інструменту незалежної журналістики. З огляду на це в кваліфікаційні роботі

розглядаються етап становлення подкастингу як інструменту у журналістики, різноманітні підходи до класифікації типів і видів подкастів, переваги та виклики цього формату, особливості створення подкастів і поширення на аудиторію. Досягнення цієї мети дозволить поглибити наукове обґрунтування подкастингу в системі сучасної комунікаційної системи та виробити практичні рекомендації щодо використання цього формату у професійній діяльності журналіста.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

- проаналізувати історію розвитку та особливості функціонування подкастингу;
- класифікувати типи подкастів за жанровими і функціональними ознаками;
- охарактеризувати подкаст як інструмент незалежної журналістики;
- дослідити технологічну специфіку створення подкастів;
- визначити редакційні стандарти та етичні принципи використання формату;
- проаналізувати особливості взаємодії подкастерів з аудиторією;
- проаналізувати український ринок подкастів;
- практично відтворити процес створення подкастів.

Об'єктом дослідження є подкастинг як різновид сучасного медіапродукту та інструмент незалежної журналістики.

Предмет дослідження – особливості подкастів, зміст і їх функціонування в українському медіапросторі та процес створення подкастів.

Методологічною основою дослідження є аналіз медіазнавчих студій вивчення подкастингу та вивчення українського ринку подкастів. У роботі використовуються методи: метод аналізу - для детального вивчення окремих аспектів досліджуваного явища, зокрема змістових, жанрових і структурних характеристик подкастів, метод синтезу - для поєднання отриманих під час аналізу результатів у цілісну систему знань, що дає змогу сформулювати

комплексне бачення предмета дослідження, метод класифікації - для впорядкування подкастів за визначеними критеріями (тематика, формат, жанр, цільова аудиторія тощо), що сприяє систематизації емпіричного матеріалу; метод узагальнення - для формулювання висновків і теоретичних положень на основі аналізу наукових джерел та практичних результатів дослідження; метод порівняльного аналізу подкастів - для зіставлення різних подкастингових проєктів з метою виявлення спільних і відмінних рис, а також визначення ефективних практик створення аудіоконтенту; метод практичного моделювання - як спеціальний метод застосований під час створення авторських подкастів для апробації теоретичних положень дослідження, відпрацювання жанрових і форматних рішень та перевірки їхньої ефективності на практиці.

Апробація наукової теми дослідження – участь у XXVIII Всеукраїнській щорічній науково-практичній конференції «Могилянські читання – 2025: досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти» із тезами на тему «Подкастинг в українському медіапросторі», також прийнята до друку стаття у науковий фаховий журнал категорії Б «Образ» на тему «Функціонування подкастингу в сучасному українському медіапросторі».

Структура кваліфікаційної роботи зумовлюється метою й завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури (86 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи дорівнює 89 сторінок.

У вступі визначається актуальність теми роботи, мета, завдання, об'єкт та предмет дослідження, наукова новизна та практична значущість, наводиться структура роботи.

У першому розділі – «Теоретичні основи функціонування подкастів у сфері журналістики» – досліджено генезу та розвиток формату подкастингу, проаналізовано підходи до трактування поняття «подкаст» та класифікації

видів і типів подкастів, обґрунтовується розуміння подкасту як інструменту незалежної журналістики.

Другий розділ – «Медійні та технологічні особливості подкасту як журналістського продукту» – досліджено технологічні особливості створення подкастів, сформульовано редакційні стандарти та етичні принципи використання формату, проаналізовано взаємодію з аудиторією.

У третьому розділі – «Подкаст як інструмент незалежної журналістики: можливості та виклики (практичний аналіз)» – здійснено порівняльний аналіз українського ринку подкастингу серед медіа та окремих творців, а також описано створення циклу подкастів, включно з обґрунтуванням творчого проєкту, характеристикою цільової аудиторії, підготовки до запису подкастів, технологічної специфіки створення подкастів, їх монтажу та публікації.

У висновках підводяться та узагальнюються підсумки досягнення поставлених завдань. Робота доповнена додатками, які містять сценарії епізодів подкастів, розроблених в межах реалізації творчого проєкту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОДКАСТІВ У СФЕРІ ЖУРНАЛІСТИКИ

1.1. Генеза та розвиток подкастингу

Зміни в медіа-ландшафті характеризуються прогресом у цифрових технологіях, що значно сприяло появі різних форм альтернативних медіа, які є більш гнучкими, інтерактивними та особистими, ніж традиційні медіа. Вони не тільки надають свободу вибору контенту відповідно до інтересів аудиторії, але й забезпечують швидше, дешевше та географічно необмежене поширення інформації через онлайн-платформи. Цей розвиток змінює моделі споживання інформації людьми, де аудиторія зараз схильна покладатися на нетрадиційні джерела, такі як подкасти, які часто надають погляди, що відрізняються від наративів у традиційних медіа. Це також вплинуло на журналістську екосистему, відкривши простір для незалежних журналістів та творців контенту, які можуть відігравати активну роль у наданні свіжішої, більш різноманітної інформації, що ближча до потреб громадськості.

На цю зміну впливають швидкий темп життя та висока мобільність, де аудіоформати, такі як подкасти, дозволяють аудиторії гнучко отримувати доступ до новин, аналітики, просвітницького контенту, займаючись іншими справами, такими як подорожі, заняття спортом або робота. Цифрові аудіоплатформи також пропонують різноманітність тем і стилів подання, які є більш свіжими, інтерактивними та адаптованими до особистих уподобань, тим самим приваблюючи аудиторію, яка бажає отримати практичний, але глибокий досвід споживання інформації. Крім того, технологія розповсюдження контенту, яка є легкодоступною через смартфони та стрімінгові додатки, робить цифрові аудіомедіа актуальним вибором серед мінливих моделей споживання інформації в цифрову епоху.

Це явище відображає значну зміну в поведінці споживачів новин, коли аудиторія більше не покладається виключно на односторонні традиційні

медіа, а переходить на платформи, що пропонують гнучкість, інтерактивність та персоналізований контент. Ця зміна зумовлена не тільки розвитком цифрових технологій та легким доступом до інформації, а й зростаючою потребою в форматах новин, які більше відповідають сучасному стилю життя, особливо серед молодого покоління, яке цінує свободу вибору джерел та форматів інформації. Ця зміна також вплинула на медіа-екосистему в цілому, змусивши гравців медіаіндустрії адаптуватися до цифрових тенденцій і конкурувати з альтернативними медіа, такими як подкасти, які можуть швидко, глибоко і з урахуванням конкретних інтересів аудиторії подавати інформацію [68].

Започатковувачем подкастингу як аудіоконтенту вважається журналіст і телеведучий Адам Каррі, якого ще називають «Podfather» або Подбатько». 13 серпня 2004 р. він випустив епізод першого у світі подкаст-шоу під назвою «Daily Source Cod», який розпочав зі слів «...з літаком вартістю 16 мільйонів доларів, закріпленим за мною, і радіоконтентом нового покоління, що лунає в моїх вухах, я вирушаю в майбутнє» [35]. Перший випуск був записаний для того, щоб протестувати нове програмне забезпечення Д. Віннера, який розробив формат RSS-стрічки для поширення веб-контенту.

Тоді ж з'явився і термін «подкаст» – поєднання слів iPod, популярного портативного медіаплеєра, і broadcast, що означає мовлення на широкий загал – уперше вжитий журналістом Б. Хаммерслі в статті для The Guardian. Спершу подкасти сприймали як цифрові аудіозаписи радіопередач, доступні онлайн для безоплатного завантаження [20].

У жовтні 2004 р. запрацював перший сервіс для розміщення подкастів Libsyn.com (Liberated Syndication). До кінця того ж року кількість пошукових запитів у Google за словом «подкасти» перевищила 100 000.

У 2005 р. Yahoo! відкрив власний веб-сайт для пошуку подкастів, що свідчило про зростання популярності цього формату. Того ж року відбулася перша комерційна угода з подкастом «Mommycast», який ведуть дві мами з Північної Вірджинії, обговорюючи теми здоров'я та харчування. Подкаст

отримав підтримку бренду Dixie Consumer Products, що підкреслює зацікавленість бізнесу у розвитку подкастингу [58].

У 2005 р. ідею поширення аудіоконтенту через цю технологію підтримав британський журналіст М. Сіблі, а президент США Дж. Буш почав звертатися до громадян саме через подкасти.

Подкасти почали активно впроваджувати й у освітній процес. Так, у грудні 2005 р. медичний факультет Гарвардського університету першим у світі зробив доступним для завантаження весь курс лекцій у форматах MP3/4. У травні 2006 р. ВВС повідомило, що доктор Білл Ашраф, старший викладач мікробіології Бредфордського університету, відмовився від традиційних лекцій на користь подкастів [76, с. 481].

2005 р. став переломним у розвитку формату, зокрема завдяки інтеграції подкастів у iTunes і появі спеціального каталогу в iTunes Music Store. У 2012 р., Apple запустила окрему програму Podcasts, що значно полегшила доступ до аудіоконтенту для користувачів [49].

Важливим чинником у стрімкому зростанні популярності подкастів став американський детективний аудіосеріал «Serial» 2014 р. Перший випуск подкасту у форматі журналістського розслідування, створеного This American Life спільно з чикагським радіо WBEZ, вийшов 3 жовтня 2014 р. та став знаковим прикладом розслідувальної журналістики у жанрі «true crime». Головна ведуча – журналістка Сара Кенінг – озвучила всі 12 щотижневих епізодів першого сезону подкасту [56, с. 118].

Інноваційним у «Serial» стало використання цифрових медіа та методів створення контенту. На відміну від традиційної аудіодрами, де процес виробництва залишається прихованим, подкаст демонструє саму журналістську роботу, розмиваючи межі наративу та змінюючи роль автора. Окрім основних епізодів, аудиторія отримувала доступ до додаткового мультимедійного матеріалу – сценаріїв, аудіо, зображень, музики та вебсторінок. Це значно розширило сприйняття та авторство контенту [так само, с. 119].

«Serial» швидко завоював широку аудиторію. Обговорення ходу розслідування активно велось сотнями тисяч користувачів у тематичних чатах на Reddit. Протягом виходу нових епізодів слухачька база зростала, і вже на шостому тижні налічувала п'ять мільйонів осіб, а через півтора року досягла 170 мільйонів. У 2015 р. Сара Кенінг була відзначена престижною премією Пібоді за інноваційність форми та глибоке висвітлення процесу встановлення провини і правди. Проєкт став важливою культурною подією для американських мас-медіа та справив помітний вплив на професійну журналістську спільноту [70, с. 4].

Ключовою перевагою подкастів стала можливість слухати їх у зручний час і в будь-якому місці, що сприяло популярності формату серед широкої аудиторії [20].

Подкастинг став одним з найпопулярніших форматів інформаційної комунікації у XXI ст. Цей динамічний медіафеномен дозволяє створювати та поширювати аудіо- й відеоконтент у стилі радіопередач через Інтернет.

Спочатку подкасти становили лише звуковий файл, оскільки їх прослуховували за допомогою плеєра. Зараз подкастинг значно розвинувся, подкасти стали «не тільки звуковими, але й відео, а прослуховувати або переглядати їх стали частіше прямо на сайті (зазвичай на блозі) або скачували на свій комп'ютер» [36].

Аналіз світового медіаринку свідчить, що новий сплеск інтересу до подкастів припав на 2020 р. Як зазначає Т. Булах, головними чинниками впливу стали пандемія 2020-2021 рр., яка активізувала як подкастерів, так і слухачів, зростання уваги суспільства до коротких відеоформатів, розвиток платформ для прослуховування, підвищення довіри до реклами в подкастах, а також стрімке поширення штучного інтелекту. Початок цього періоду, збігаючись із карантинними обмеженнями, призвів до значного зростання кількості нових подкастів, оскільки люди шукали нових способів задоволення інформаційних та розважальних потреб. Зростання популярності відеоподкастів відбулося під впливом поширення таких візуальних соціальних

мереж, як YouTube і TikTok. Навіть традиційні аудіоплатформи, як-от Spotify, почали підтримувати відеоформат з 2020 р. Ще однією важливою тенденцією є зростання інвестицій у рекламу, оскільки довіра до неї в подкастах підвищується, особливо до реклами, яку виголошує ведучий. Стрімко зростає застосування штучного інтелекту у створенні подкастів. Також вже використовується штучний інтелект для автоматичного транскрибування, перекладу текстів подкастів різними мовами, оптимізації контенту, а також для повного озвучення подкастів. Попри те, що порівняно з 2021 р. на сьогодні кількість активних проєктів стала меншою, зважаючи на окреслені тенденції, розвиток формату подкастингу продовжиться і надалі [6].

Світові тенденції розвитку подкастингу – поява нових технологічних платформ, комерціалізація, розширення жанрового спектра, а особливо вибуховий інтерес у 2005, 2014 та 2020 рр. – стали підґрунтям для формування подкастингової екосистеми в різних країнах. Україна не стала винятком: внутрішні процеси становлення подкастингу значною мірою корелюють зі світовими трендами, але розвиваються з урахуванням власних медійних, культурних і соціальних особливостей.

Щодо українського подкастингу, то за словами засновника спільноти PodcastsNOWua.com М. Шевчука, інтерес до цього формату як засобу залучення широкого кола слухачів і творців почав активно проявлятися у 2019 р. [15]. Отже, перші хвилі зростання інтересу до подкастів в Україні, які простежуються після 2019 р., збігаються з глобальним піднесенням формату та активізацією цифрової комунікації під час пандемії COVID-19.

Цю тенденцію підтверджує і дослідження українського ринку подкастів, проведене Megogo Audio. Згідно результатам опитування, проведеного командою у 2023 р., 84,4% учасників дослідження розпочали свою діяльність подкастерів упродовж останніх років, починаючи з 2019 р. З них 48,9% мали свою команду зі створення подкастів, а 45,7% запровадили монетизацію [14].

У 2021 р. MEGOGO Audio заснувало премію «Слушно» і вже протягом п'яти років щорічно визначає найкращі подкасти в низці категорій. Кількість

номінацій та розширення категорій дозволяють простежити тенденції на українському ринку подкастингу, який ще є мало дослідженим.

Так, у 2021 р. на премію було номіновано 50 подкастів, серед яких 5 стали переможцями у категоріях «Найкраще ток-шоу», «Найкраще інтерв'ю», «Найкращий нарративний подкаст», «Найкращий авторський подкаст» та «Найкращий журналістський подкаст». Ще один український подкаст отримав гран-прі премії «Слушно».

В 2022 р. спостерігається значний приріст числа номінантів, яких вже 134. Найбільша кількість учасників представляли категорії «Про історію та суспільство» (46), «Про культуру» (33) та «Лайфстайл» (27). Переможцями стали 7 подкастів у категоріях «Найкращий подкаст про бізнес», «Найкращий подкаст про спорт», «Найкраще журналістське розслідування», «Найкращий подкаст про науку й технології», «Найкращий подкаст про культуру», «Найкращий лайфстайл подкаст». Відповідно цих категорій ще 7 подкастів отримали відзнаку від команди Megogo Audio, а один з подкастів отримав гран-прі.

В 2023 р. налічувалось 135 подкастів-номінантів, найбільша кількість з яких у категоріях «Про історію та суспільство» (41) та «Про культуру і мистецтво» (31). В цьому році також було визначено 7 переможців у категоріях «Найкращий подкаст про бізнес», «Найкращий подкаст про культуру й мистецтво», «Найкращий подкаст про історію й суспільство», «Найкращий подкаст про науку й технології», «Найкращий подкаст про здоров'я та саморозвиток», «Найкращий розважальний подкаст» та «Найкращий спортивний подкаст». Традиційно в наведених категоріях низка подкастів отримала відзнаку команди Megogo Audio, а гран-прі отримала студія подкастів. Зокрема в 2023 р. ще один подкаст, присвячений військовій тематиці, отримав спецвідзнаку.

Відзначився ростом кількості номінантів 2024 р., де на премію подалось 185 подкастів у довгих списках та 72 у коротких. В результаті голосування було визначено 13 переможців у категоріях «Найкращий подкаст про здоров'я

та саморозвиток», «Найкращий подкаст про науку й технології», «Найкращий спортивний подкаст», «Найкращий незалежний подкаст», «Найкращий подкаст про бізнес», «Найкращий розважальний подкаст», «Найкращий подкаст про літературу й читання», «Найкращий подкаст про культуру й мистецтво», «Найкращий історичний подкаст», «Найкращий подкаст про професії», «Найкращий подкаст у жанрі інтерв'ю» та «Найкращий інформаційний подкаст». Ще один подкаст отримав гран-прі [42].

Премія «Слушно» з року в рік демонструє зростання популярності формату подкастингу серед медіа та окремих творців, оскільки представники обох груп регулярно беруть участь у конкурсі. Спостерігаємо також і щорічний приріст у кількості номінантів, що дає змогу констатувати, що ринок подкастів розвивається, а зважаючи на трансформацію категорій «Слушно», тематично урізноманітнюється і розширюється.

Погоджуємося з думкою І. Гаврилюк, що подкаст є перспективним і динамічним форматом, що активно розвивається в українському медіапросторі. Попри те, що ринок подкастів ще не сформований і перебуває на етапі становлення, вже простежуються окремі тенденції його розвитку, адже цей формат є порівняно новим для України. Дослідниця зауважує, що до цих тенденцій «належить використання подкастів тими інтернет-медіа, для яких аудіоконтент апріорі не є іманентним елементом, їхню основу становлять текстові матеріали. Подкасти проникли навіть у ту медійну частину, де вони, по суті, є чужорідним «тілом». Усе більше інтернет-медіа долучаються до продукування аудіоконтенту. Цей процес стає трендом [7, с. 72].

Отже, зростання кількості творців після 2019 р., поява премії «Слушно», розширення жанрових категорій і поступове залучення інтернет-медіа до аудіоформатів свідчать про формування національного ринку подкастів, який ще перебуває в стадії становлення, але демонструє стабільний розвиток.

1.2. Поняття та класифікація журналістських подкастів

В наукових колах дефініції поняттю «подкастинг» присвячені наукові розвідки як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників.

Насамперед звертаємося до позиції Т. Боніні, який під подкастингом розуміє «технологію, що використовується для розповсюдження, отримання та прослуховування на замовлення звукового контенту, створеного традиційними медіа, такими як радіо, видавництва, журналісти та навчальні заклади (школи, професійні навчальні центри), а також контенту, створеного незалежними радіопродюсерами, артистами та радіоаматорами» [57, с. 21].

Д. Хобсон визначає подкаст як «озвучений текст, який можна безплатно завантажити з інтернету і який можна слухати через зручний для слухача персональний пристрій відтворення мультимедіа, такий як смартфон або MP3-плеєр» [65, с. 394]. Суголосною є думка С. МакКлунга та К. Донсон, що подкасти – це «аудіо- та відеофайли, які можна завантажити на настільний комп'ютер, iPod або інший портативний медіаплеєр для подальшого відтворення» [69].

Схарактеризуємо позицію І. Страшко, яка розуміє під подкастом цифровий продукт людської діяльності, який має завершений зміст і достатній інформаційний обсяг. Він відображає мовні, мисленнєві та культурні особливості людини певного соціокультурного середовища, слугуючи своєрідним «голосом» епохи, що формує та підкреслює ключові смисли свого часу [43, с. 84].

О. Дмитровський тлумачить термін «подкаст» як «або окремий файл, або регулярно оновлювану серію таких файлів, що публікуються за однією адресою в Інтернеті. На відміну від просто аудіофайла у форматі mp3, користувач може сам підписатися на цікаві для нього подкасти та регулярно їх отримувати» [11, с. 97].

Суголосною є думка А. Бенківської, яка вважає подкастом «цифровий аудіо-, відеофайл або запис, який зазвичай виступає в якості частини певної серії, що може бути завантаженим із вебсайту на медіа-плеєр чи комп'ютер» [3, с. 17]. Дослідниця зазначає, що «подкаст відображає сам файл, що за

змістом може нагадувати радіо-шоу, звукову виставу, містити інтерв'ю, лекції чи будь-що інше, що належить до усного жанру, в той час, коли «подкастинг» – це процес створення подкастів, сфера діяльності, яка дозволяє записувати матеріали» [так само].

Ю. Махновська та І. Мудра характеризують це поняття як зручний формат аудіоконтенту, який дозволяє споживати корисну й актуальну інформацію у будь-який зручний момент: під час прогулянки, домашніх справ, у дорозі чи тренажерному залі. Вони доступні безкоштовно, охоплюють різні жанри й теми, а створюють їх не лише професійні журналісти, а й блогери та інші користувачі Інтернету. Науковиці зазначають, що «часто подкасти порівнюють із радіо або радіопередачами. Але вони відрізняються від них. Найперше подкасти не мають етеру. Аудиторія радіо слухає у конкретний час та лише те, що вирішують редактори програм і звукорежисери. Натомість аудиторія подкастів самостійно обирає коли і що послухати. Ще важлива відмінність у тому, що подкасти є персоналізованими. Вони готуються з урахуванням, що їх буде слухати, скоріш за все, одна людина за раз. Радіо у цьому плані більше схоже на гучномовець, задача якого – донести інформацію до якомога більшої кількості людей одночасно» [28, с. 40].

А. Досенко зауважує, що під подкастом слід розуміти «новітній формат мережевого ЗМІ, що містить цифровий контент, до розповсюдження якого може долучитись не лише автор, а й цільова аудиторія з урахуванням авторитетності та цікавості в ній інформаційного ресурсу» [13, с. 47–48].

А. Бойчук розуміє під подкастами «збірку серійних аудіофайлів в основному на одну тему або з однією метою» [4].

С. Данилюк наголошує, що подкасти є передачами в Інтернеті в звуковому чи відео форматі, поширюються переважно на основі замовлення, а їх зміст схожий на окремі випуски радіопередач [9, с. 154].

О. Кушнір потрактовує подкаст інтимним жанром, оскільки «слухач залишається наодинці з авторами, до голосів яких він швидко звикає. Слухачі та автори стають майже друзями» [15].

Отже, ґрунтуючись на підходах до тлумачення поняття «подкастинг» у працях зарубіжних і українських дослідників, ми узагальнюємо, що це поняття означає сучасну цифрову технологію створення, поширення та споживання аудіо- й відеоконтенту на замовлення, яка дає змогу користувачеві в будь-який зручний час отримувати та відтворювати медіафайли на персональних пристроях. Подкастинг охоплює як професійно підготовлені матеріали традиційних медіа, так і контент незалежних авторів, формуючи гнучкий комунікаційний простір, у якому подкаст виступає завершеною одиницею цифрового продукту – інформаційно насиченим, часто серійним, різножанровим та орієнтованим на діалог із аудиторією.

Окреслюючи ознаки подкастингу П. Мирошніченко відмічає, що слухач отримує свободу вибору – він може включити випуск у будь-який момент і на будь-якій платформі, що підтримує аудіо, без прив'язки до сітки мовлення, як це притаманно радіо. Аудиторія подкастів зазвичай звертається до тих тем, які їй справді цікаві, враховуючи власний вільний час і доступ до необхідних технологій [29, с. 110].

Співзасновник українського науково-популярного медіа «Куншт» К. Бескорвайний також виокремлює відмінні риси подкастингу, наголошуючи, що «подкасти по суті – це переосмислене радіо. Тільки, на відміну від радіо щільність інформації набагато більша. У той час, як на радіо часто ведучі намагаються заповнити ефір, відповідно повторюють одне й те саме безліч разів, тому що слухачі можуть підключитися в будь-який момент, то тут ми розуміємо, що це лінійне прослуховування від початку до кінця. І це можливість інтимної, в якомусь сенсі, комунікації з аудиторією, що дуже прикольно» [2].

М. Спінеллі та Л. Денн пропонують свій погляд на низку головних рис і концептів подкасту, зазначаючи, що:

– прослуховування подкастів у навушниках створює ефект особистої та емоційно близької комунікації, яка суттєво відрізняється від взаємодії з аудіо через динаміки чи відкриті навушники;

- це мобільне середовище, адже подкасти зазвичай сприймаються «на ходу» – у транспорті, на прогулянці чи в інших публічних просторах;
- аудіоконтент у цьому форматі дозволяє слухачам повністю контролювати процес прослуховування: зупиняти, перемотувати, повертатися до важливих моментів;
- щоб обрати подкаст, користувач має проявити активність і зацікавленість: він самостійно шукає цікавий контент, підписується на нього, а далі отримує нові епізоди автоматично;
- подкасти є привабливим для вузьких цільових груп у всьому світі, оскільки не обмежений національними чи локальними рамками;
- подкасти часто поширюються через соціальні мережі, що сприяє налагодженню двостороннього зв'язку між авторами й аудиторією;
- виробництво подкастів не потребує обов'язкового затвердження з боку редакторів або продюсерів, тож автори мають більше свободи, але водночас і більше відповідальності;
- подкасти мають довготривалий життєвий цикл: епізоди зберігаються онлайн і залишаються доступними для нових слухачів у будь-який час;
- подкаст легко змінити після публікації: можна відредагувати аудіо, оновити рекламні вставки або внести інші корективи;
- подкасти не обмежені жорсткими часовими рамками – тривалість кожного епізоду залежить виключно від авторського задуму [78, с. 8].

Головними ознаками подкастингу визначаємо індивідуалізований спосіб споживання контенту, високу мобільність, гнучкість у виборі тем і формату та поглиблену комунікацію між творцем і споживачем. Це медіасередовище надає користувачеві повний контроль над прослуховуванням, дозволяє взаємодіяти з контентом у комфортний час і в будь-якому просторі, відкриває можливості для адресної роботи з вузькими аудиторіями та створює відчуття особистої близькості завдяки навушниковому формату подачі. З боку авторів подкастинг передбачає значно

більшу свободу творчого й тематичного самовираження, водночас вимагаючи відповідальності за якість та релевантність матеріалу.

Отже, подкастинг постає як сучасна та динамічна форма медіакомунікації, що поєднує технологічну доступність, індивідуальний вибір та тривалий життєвий цикл контенту.

Наукові розвідки щодо функційних особливостей подкастів проводились І. Страшко. Дослідниця виокремила і охарактеризувала низку функцій подкастів (схема 1) [43].

Схема 1



Дослідники пропонують різноманітні підходи до класифікації подкастів.

О. Дмитровський зазначає чотири основні типи подкастів:

- аудіоподкаст;
- відеоподкаст;

– скрінкаст, що подають інформацію у форматі відеофайлу, на який за допомогою спеціального програмного забезпечення накладається звукова доріжка з поясненнями чи коментарями;

скайпкаст, який є записаною за допомогою програми Skype голосовою бесідою, яку згодом переважно публікують і розповсюджують у форматі подкасту [11, с. 97].

Дослідник зокрема наголошує, що «відеокласти мають певну перевагу над аудіоподкастами, тому що вони активізують не тільки слухове сприйняття, а й візуальне, що сприяє кращому запам'ятовуванню» [так само].

Зауважимо, що виокремлений О. Дмитровським скайпкаст сьогодні втратив свою актуальність у зв'язку з тим, що програма Skype з травня 2025 р. припинила своє існування.

Ю. Майхновська та І. Мудра групують типи подкастів за низкою критеріїв (таблиця 1) [28, с. 42].

Таблиця 1

**Класифікація подкастів
(за Ю. Махновською та І. Мудрою)**

За технічною платформою	Автономні (подкаст як окремий аудіофайл, створений на спеціальному сайті або за допомогою автономної програми) та інтегровані (створені на спеціалізованому сайті подкастів, або на сайті- сховищі даних файлів)
За типом мультимедіа	Аудіоподкаст та відеоподкаст
За кількістю авторів	Індивідуальний та колективний
За юридичним статусом авторів	ЗМІ, приватна особа, група авторів
За кількістю дикторів і формою представлення	Монолог, діалог, полілог, поєднує елементи монологу/діалогу/полілогу

За типом і цільовим призначенням	Автентичний, навчальний, професійний
За доступністю ресурсів	У вільному доступі, з платним доступом із частини ресурсів, повністю платний.

Дослідник А. Санто виділяє вісім типів подкастів: подкаст-інтерв'ю, розмовний, монологічний, сторітелінг (розслідувальний), подкасти круглого столу, театральні подкасти, подкасти зі зміненим змістом та гібридні подкасти [77].

Подкаст-інтерв'ю передбачає участь одного або двох ведучих, які розмовляють з гостями, які діляться унікальним досвідом або ідеями. Цей формат потребує підготовки та вміння ведучого вести цікаву розмову, а також дозволяє представити різноманітні погляди й ідеї [так само].

Розмовні подкасти, які ведуться спільно двома ведучими, нагадують класичні радіопрограми. У цьому форматі ведучі підтримують невимушені бесіди на різні теми, часто обговорюють свіжі новини та додають свої гострі або жартівливі коментарі. Для такого формату важливо, щоб ведучі добре розумілися і почувалися впевнено один з одним. Оскільки розмова зазвичай не прописується детально, цей стиль найкраще підходить тим, хто вміє імпровізувати [так само].

У монологічному форматі подкасту один ведучий веде весь випуск самотійно. Зазвичай це фахівець у певній сфері, який ділиться глибокими знаннями або аналітикою. Аудиторія підписується, щоб отримувати експертні пояснення чи інформацію з конкретної теми. Такий формат підходить для різних тем, але ведучий має володіти достатнім досвідом і знаннями, щоб регулярно створювати нові епізоди. Водночас можливий варіант обмеженого циклу, який сфокусований на одній темі або проблемі, подібно до аудіосеріалу [так само].

Подкасти у форматі сторітелінгу або розслідувань зазвичай мають одного або кількох ведучих, які у кожному епізоді детально розповідають або

досліджують певну історію чи її частину. Цей формат часто базується на реальних подіях і охоплює різноманітні теми. Існує багато прикладів таких подкастів, що зосереджуються на документальних сюжетах [так само].

Подкасти за круглим столом включають постійних або змінних ведучих, які разом обговорюють певні теми. Зазвичай є головний модератор, який координує розмову, а інші співведучі виконують різні ролі – хтось додає гумору, а хтось ділиться глибокими знаннями. Такі шоу створюють відчуття спільноти серед слухачів: постійні фанати краще розуміють жарти та особливості ведучих, ніж новачки. Формат круглого столу також допомагає розділити навантаження, зменшуючи стрес, який міг би випасти на одну людину [так само].

Театральні подкасти, які представляють собою форму художньої літератури, з кожним роком набирають популярність. Деякі з них веде один розповідач, що подає історію у стилі аудіокниги. Інші ж залучають цілу команду акторів і звукорежисерів для створення більш яскравого та захоплюючого аудіо досвіду. Мета таких подкастів – створити вигадані світи, які зможуть зацікавити і розважити слухачів. Для цього потрібна значна креативність і певний досвід. Хоч цей формат і не вимагає стільки глибоких досліджень, як деякі інші, він усе ж потребує багато зусиль і праці. Крім того, конкуренція в цій ніші досить висока, адже такі подкасти змагаються не лише між собою, а й з іншими видами розваг – телесеріалами, аудіокнигами та кіно [так само].

Подкасти зі змінним вмістом мають ряд переваг. Вони допомагають збільшити залучення слухачів і задовольнити різноманітні потреби аудиторії на різних етапах взаємодії з брендом. Такий підхід також створює можливість для появи нового, цікавого матеріалу на основі вже існуючого. Цей формат особливо корисний для компаній, які вже мають великий обсяг онлайн-контенту [так само].

Гібридні подкасти характеризуються своєю великою гнучкістю у створенні аудіоконтенту. Творці можуть поєднувати різні формати для

формування унікального стилю. Наприклад, ведучий з експертними знаннями в певній сфері може поєднувати монологічний стиль з періодичними інтерв'ю з гостями. Аналогічно, у панельному шоу епізоди можуть бути розділені на частини, де одному з ведучих відведено час для монологу [так само].

У своїх наукових розвідках Т. Булах, аналізуючи різні підходи до класифікації подкастів, узагальнює їх і систематизує у три методи: за змістовними, формальними та специфічними ознаками.

Дослідниця наголошує, що «змістові ознаки дозволяють деталізувати класифікацію кожного з видів подкастів, виокремити специфічні ознаки класифікації, та деталізувати особливості їх створення та використання, що успішно здійснюється дослідниками в межах окремих розвідок» (таблиця 2) [5, с. 210].

Таблиця 2

**Класифікація подкастів за змістовими ознаками
(за Т. Булах)**

За жанром	Інформаційні	Їх завдання повідомити про події чи явища
	Аналітичні	Пропонують узагальнення, оцінювання, коментування явищ, про які йдеться
	Розважальні	Мають сприяти організації дозвілля слухачів
За тематикою/ сферою діяльності/ галузевою спрямованістю	Спортивні	Подкасти, в яких висвітлюється спортивна проблематика
	Мистецькі (літературні, музичні, театральні)	Порушуються теми, пов'язані з різними видами мистецької діяльності
	Політичний	Подкасти на політичні теми

	Професійні	Подкасти, присвячені специфіці певних професій
	Релігійні	Охоплюють питання, пов'язані з релігійним дискурсом
	Освітні	Тематика яких стосується здобуття знань
	Подорожні (тревел-подкасти)	Подкасти про подорожі
За формою мовлення	Монологічні	Постійно говорить один ведучий, котрий є експертом у певній галузі
	Діалогічні	У дискусії беруть участь дві особи
	Полілогічні	У дискусії беруть участь більше двох осіб
За формою спілкування	Інтерв'ю	Один або два ведучих розмовляють з запрошеним гостем/гостями. гість надає унікальний досвід чи ідеї на задану тему або в конкретній галузі
	Розповідь	Один або декілька ведучих використовують кожен епізод подкасту, щоб розповісти історію
	Бесіда	Двоє чи більше учасників дискутують на задану тему
	Круглий стіл	Мають постійну або змінну групу ведучих, котрі обговорюють певні теми
	Гібридні	Поєднання попередніх видів (наприклад, монолог + інтерв'ю)
За форматом	Розмовні	Учасники спілкуються між собою
	Наративні	Учасники розповідають історії

	Перепрофільовані	Подкастер бере вже існуючий вміст (стендап, виступ оркестру чи радіошоу, і перепрофілює його в подкаст)
За рівнем професіоналізму авторів	Професійні	Створено журналістами-професіоналами
	Аматорські	Створено пересічними користувачами мережі

Здійснюючи класифікацію подкастів за формальними ознаками Т. Булах, зазначає, що цей метод «корисний для первинної вибірки подкастів для аналізу в процесі наукових досліджень та при виборі подкастів як платформи розміщення рекламної інформації» (таблиця 3) [так само].

Таблиця 3

**Класифікація подкастів за формальними ознаками
(за Т. Булах)**

За цільовою аудиторією	Масові	Адресовані широкому колу слухачів
	Спеціалізовані	Адресуються вузькому колу слухачів
За способом відображення	Епізодичний	Випуски відображаються від нових до старих та сортуються по даті
	Серійний	Подкасти відображаються від старих до нових залежно від номера епізоду
За тривалістю	Надтривалі	Тривають більше години
	Тривалі	Тривають 40–60 хв
	Середні	Тривають 20–40 хв
	Короткі	До 10 хв

Ця класифікація також охоплює систематизацію за такими формальними ознаками, як «за способом створення/запису», «за формою власності», «за технічною платформою», що вже представлені у класифікаціях О. Дмитровського та Ю. Махновської й І. Мудрої, тому повторно її не зазначаємо.

Щодо класифікації подкастів за специфічними ознаками Т. Булах зауважує, що цей метод застосовувати під час аналізу подкастів певних видів [так само].

Отже, сучасні наукові підходи до класифікації подкастів демонструють багатогранність і різнорівневність систематизації, що враховує технічні, змістові та формальні особливості, а також формат подання матеріалу та аудиторію. Це дозволяє дослідникам і практикам більш гнучко підходити до аналізу та використання подкастів у різних сферах комунікації, маркетингу та освіти, адаптуючи вибір формату під конкретні цілі та потреби слухачів.

1.3. Подкаст як інструмент незалежної журналістики

Незалежна журналістика передбачає, що журналістика як суспільний інститут, а також окремі журналісти у своїй професійній діяльності повинні бути вільними від стороннього впливу держави, бізнесу та інших суспільних акторів [66].

Незалежна журналістика забезпечує можливість громадськості отримувати достовірну, неупереджену та повну інформацію про події й процеси у світі. Її ключовою передумовою виступає свобода преси, яка гарантує журналістам право збирати та поширювати інформацію без попереднього втручання державних або корпоративних структур [64].

Автономність журналістики є ключовою з огляду на її дві функції: передача громадськості достовірної інформації та реалізація наглядової функції. За відсутності незалежності обидві ці функції можуть бути викривлені [66].

Науковці виділяють три рівні незалежності журналістики:

- інституційний – незалежність журналістики як інституту від політичного та комерційного впливу;
- індивідуальний – свобода журналіста ухвалювати власні професійні рішення;
- організаційний – автономія редакції як робочого середовища, де формуються професійні норми та правила [так само].

Дослідники виділяють низку джерел тиску на медіа: держава і політичні інституції, партійні та ідеологічні групи, корпоративні і ринкові інтереси, комунікаційні платформи та алгоритми, домінуючі традиційні практики. Звільнення від цих впливів становить суть журналістської незалежності. Водночас незалежність не обов'язково означає повну нейтральність чи відсутність позиції певного медіа. Замість цього йдеться про здатність ухвалювати редакційні рішення відповідно до внутрішніх професійних норм і суспільної місії, а не під впливом зовнішніх сторін [67].

Разом з цим свобода медіа передбачає не лише права, а й відповідальність. Існують чотири універсальні принципи незалежного журналіста. По-перше, журналіст повинен шукати правду й повідомляти її, діючи чесно, справедливо та сміливо. По-друге, він має мінімізувати шкоду, шануючи гідність і безпеку людей, про яких повідомляє. Третій принцип – діяти незалежно – наголошує, що журналіст не повинен мати жодних зобов'язань, окрім суспільного інтересу та права громадськості знати правду. Четвертий принцип – бути підзвітним – передбачає відкритість перед аудиторією та професійною спільнотою [64].

Систематизація етичних стандартів підтверджується й дослідженнями Клода-Жана Бертрана, який виокремлює три основні складові етичних кодексів: фундаментальні цінності (повагу до життя та людської гідності), фундаментальні заборони (не брехати, не завдавати безпідставної шкоди, не привласнювати чужої роботи) та журналістські принципи (точність, справедливість, незалежність). Ця трирівнева структура підкреслює, що

незалежність журналістики – це не лише професійний стандарт, а моральна вимога [так само].

Медіа можуть використовувати різні підходи для досягнення автономії. Для одних незалежність – це дистанціювання від традиційних медіа і домінуючих журналістських стандартів, для інших – радикальна політизація, для третіх – альтернативні способи виробництва контенту, наприклад, подкастів [67].

За останні роки подкастинг перетворився на один із найдинамічніших форматів цифрових медіа, який демонструє стабільне зростання та глобальне поширення. Гнучкість аудіоформату та легка доступність через цифрові платформи сприяють тому, що подкасти можна слухати у будь-якому місці та в будь-який час, використовуючи смартфон, ноутбук чи інший пристрій [79]. На відміну від традиційних медіа, подкасти пропонують більш невимушену, персоналізовану й водночас змістовну подачу матеріалу, завдяки чому вони ефективно поєднують інформативність і емоційність. Це робить формат привабливим для широкої аудиторії, яка прагне отримувати інформацію у формі бесіди, інтерв'ю, розповіді чи дискусії [72].

Важливою характеристикою подкастингу є його інституційна гнучкість. Автори можуть самостійно визначати тривалість випусків, структуру, ритм і стиль наративу, не обмежуючись вимогами ефірного часу або жорсткою редакційною політикою. Така автономність дозволяє подкастерам приділяти увагу темам, які в традиційних медіа часто залишаються поза фокусом через комерційні або політичні причини. Подкастинг, таким чином, слугує не лише інструментом розважального чи освітнього контенту, а й важливим засобом журналістської роботи – особливо в контексті незалежних медіа [86].

Як зазначає екскервіник IzoneMedia та співзасновник стартапу Microdrop O. Кушнір, подкаст є «демократичним інструментом і демократичним медіа». Демократичність проявляється не лише в доступності для слухача, який може обирати зручний час і формат споживання, а й у низькому порозі входу для автора. Для створення подкасту не потрібне дороге обладнання чи складні

технічні ресурси – фактично будь-хто може розпочати власний аудіопроект, поширити його на широку аудиторію та створити навколо нього спільноту [24].

Подкасти все частіше використовуються як інструмент поширення достовірної й незалежної інформації, зокрема в регіонах зі значною цензурою або обмеженнями свободи слова. М. Фрері наголошує, що аудіоформат має унікальну здатність непомітно для репресивних інститутів передавати інформацію: «Тим, хто хоче вільно висловитись без втручання держави, легко може записувати щось на свій смартфон і завантажувати його в Інтернет через приватну мережу, прикріплюючи до зашифрованого електронного листа або копіюючи на USB диск, який можна покласти в руку іншої людини. Це, безумовно, привертає менше уваги, ніж встановлення радіопередавача, придбання студійного обладнання та пряма трансляція на ретельно відстежуваних ефірах» [62]. Завдяки доступним технологіям і високій мобільності подкасти відкривають нові можливості для громадянської журналістики, що робить їх цінним інструментом для інформування громадськості за умов інформаційного тиску.

Незалежні подкасти дедалі більше здобувають репутацію джерела надійної, неупередженої інформації. Їхня сила – у прозорості наративу, відсутності редакційної ієрархії, мінімальному впливі медіахолдингів і можливості представляти широкий спектр поглядів. Це дозволяє подкастерам формувати альтернативний медійний простір, який контрастує з традиційними медіа, де редакційна політика може визначатися впливом політичних, корпоративних або рекламних структур [68].

Важливою складовою привабливості подкастів є особливий комунікаційний формат. Ефект «голосу у навушниках» створює відчуття особистої взаємодії між ведучим та слухачем, підсилює емоційний зв'язок і формує довіру. Для журналістики це надзвичайно важливо, адже довірливий наратив дозволяє значно глибше залучати аудиторію до аналітичних та суспільно важливих тем. Подкасти також надають можливість миттєвої

взаємодії через соціальні мережі, коментарі або дискусійні платформи, що робить їх інструментом двосторонньої комунікації, а не лише джерелом інформації [так само].

Дослідження показують, що подкасти здатні зміщувати журналістські норми у бік більш особистісного, відкритого й гнучкого формату подачі новинної інформації [71]. Завдяки відсутності суворих структурних вимог журналісти можуть детально розкривати тему, подавати глибший контекст, включати різні точки зору й створювати наративи, які виходять за межі традиційного новинного формату. Це розширює можливості для розслідувальної, аналітичної та соціальної журналістики, яка зазвичай обмежена форматами телевізійних чи друкованих медіа [85].

Достовірність і об'єктивність інформації набувають особливої ваги на тлі зниження довіри громадськості до традиційних медіа, які інколи асоціюються з політичними інтересами, однобічним висвітленням подій або маніпулятивними техніками формування порядку денного [63]. У відповідь на це зростає інтерес до альтернативних джерел інформації – зокрема подкастів, YouTube-каналів та незалежних блогів, які сприймаються як більш автономні та прозорі [83]. Подкасти у цьому контексті виступають як платформа, де журналістський процес є більш відкритим, а споживачі мають змогу чути різні точки зору та самостійно формувати оцінки.

Завдяки відсутності жорсткої регуляції подкасти дозволяють журналістам говорити на суспільно важливі, нішеві або чутливі теми, які часто залишаються поза увагою традиційних медіа. Невеликі команди або окремі автори створюють контент без значного політичного чи корпоративного тиску, а фінансова незалежність забезпечується завдяки донатам, краудфандингу або добровільній підписці. Така модель сприяє формуванню спільнот навколо подкастів, де слухачі не лише отримують інформацію, а й долучаються до її створення, що є вагомим індикатором функціонування незалежного медіапростору [60].

Подкасти мають і низку практичних переваг порівняно з іншими медіа. Дослідник В. Галкін зазначає, що аудіоформат вирізняється високою якістю звуку та зручністю споживання, дозволяючи слухачам концентруватися на контенті протягом тривалого часу. Подкастинг охоплює широкий спектр тем, а синхронізація між пристроями, автоматичне завантаження нових випусків та можливість офлайн-прослуховування роблять цей формат особливо зручним для сучасної аудиторії. Крім того, подкасти сьогодні здебільшого залишаються безоплатними, що сприяє їх популярності.

Окрему увагу варто приділити маркетинговим можливостям подкастів. На відміну від відео чи блогів, слухач зазвичай не перемикається під час рекламних вставок, а будучи підписаним на конкретного автора, рідше стикається з контентом конкурентів. Це створює особливі умови для формування лояльності аудиторії та підсилює авторитет подкастера. Автори також можуть отримувати детальну статистику – кількість прослуховувань, завантажень, підписників, що дозволяє точніше оцінювати ефективність проєкту [82].

Створення подкасту не вимагає складного обладнання. Як зазначає співзасновник українського науково-популярного медіа «Куншт» К. Бескорвайний, для якісного старту достатньо недорогого мікрофона та ноутбука, а найважливішими залишаються контент і цінність ідей, які автор прагне донести [51]. Це підтверджує тезу про низький поріг входу, завдяки якому подкасти стають доступними для широкого кола незалежних авторів.

Разом із тим подкасти мають і певні недоліки. Якщо автор хоче охопити аудиторію, яка не має стабільного доступу до інтернету, подкасти не є найкращим варіантом. Крім того, якщо потрібно зробити аудіоподкаст доступним для людей із порушеннями слуху або тих, у кого немає сумісного плеєра, необхідно створювати письмові стенограми. Однак із зростанням популярності подкастів ці проблеми з доступністю поступово зменшуються.

Ще одним викликом є поширення подкастів як цифрового контенту, що може створювати ризики порушення авторських прав – як з боку авторів, так і через недобросовісних споживачів.

Особливої уваги потребує ризик упередженості. Високий рівень довіри до подкастерів може призводити до того, що слухачі сприймають інформацію без належної перевірки фактів. Емоційна прихильність до ведучого підсилює цей ефект, що створює загрозу формування однобічного світогляду. У цьому контексті медіаграмотність відіграє ключову роль – вона дозволяє аудиторії розрізняти факти й суб'єктивні оцінки та залишатися критичною навіть тоді, коли подкаст має високу репутацію [55]. Зміцнення навичок критичного мислення та усвідомленого споживання інформації є необхідною умовою, щоб подкасти зберігали функцію здорового, інклюзивного та збалансованого джерела інформації. За умови відповідального створення та відповідального споживання подкасти стають важливим елементом сучасної екосистеми незалежної журналістики, забезпечуючи прозорість, автономність і доступність журналістського контенту у цифрову епоху [68].

Подкастинг утвердився як один із ключових інструментів незалежної журналістики завдяки поєднанню технологічної доступності, автономності створення контенту та відсутності централізованого редакційного контролю. На відміну від традиційних медіа, діяльність яких часто визначається інтересами медіавласників, політичним тиском або комерційною доцільністю, подкасти надають авторам можливість самостійно формувати порядок денний, обирати теми та стиль наративу. Це дозволяє висвітлювати суспільно значущі, нішеві чи чутливі питання, що нерідко залишаються поза увагою великих медіахолдингів.

Важливою рисою подкастів є формування довірливого інформаційного простору, де між журналістом і аудиторією виникає більш тісний комунікаційний зв'язок. Саме ця довіра, побудована на особистісному форматі подачі, підсилює сприйняття незалежних авторів як альтернативного та менш упередженого джерела інформації. Крім того, фінансова модель, що

ґрунтується на донатах, краудфандингу та добровільній підписці, сприяє зниженню залежності від рекламодавців або політичних акторів, що є суттєвим чинником у збереженні редакційної автономії.

Попри окремі ризики – зокрема можливість формування однобічних інтерпретацій або недостатньо критичне сприйняття інформації – подкасти загалом зміцнюють медіаплюралізм. Вони сприяють появі нових голосів у публічному просторі, підтримують розмаїття точок зору та створюють умови для демократичного обговорення суспільно важливих тем. Подкастинг не лише доповнює традиційні канали комунікації, а й виступає дієвим механізмом забезпечення інформаційної незалежності, доступності та прозорості журналістського процесу в умовах цифрової епохи.

Висновки до розділу 1

Досліджено, що розвиток подкастингу у світовому медіаландшафті відбувається вже 20 років, з визначальними поштовхами у 2005, 2014 та 2020 рр, які стали основою формування системи подкастингу у світі. В Україні віха інтеграції подкастингу у медіакультуру розпочалась у 2020 році. Формат розвивається з урахуванням власних медійних, культурних і соціальних особливостей.

З'ясовано, що український ринок подкастингу знаходиться на стадії формування. Разом з тим вже наявна жанрова різноманітність створених подкастів, що охоплює теми культури, спорту, технологія, війни, економі, внутрішню та зовнішню політику тощо. Спостерігаємо й активне використання подкастингу окремими авторами й активну інтеграцію подкастів у роботу медіа.

Проаналізовано підходи зарубіжних і вітчизняних науковців і фахівців до трактування поняття «подкаст» та зроблено висновок, що подкаст є сучасною технологією створення аудіо- та відеоконтенту, який характеризується гнучкістю, доступністю й мобільністю. До формату

подкастингу звертаються професійні журналісти й окремі творці, завдяки технологічній і фінансовій доступності і легкості створення подкастів.

Досліджено різноманітність підходів до класифікації подкастів, яка може здійснюватись за технічними, змістовими, формальними чи специфічними ознаками, що зумовлює гнучкий підхід для визначення типів і видів подкастів.

Визначено, що подкаст як інструмент незалежної журналістики характеризується простотою створення, свободи автора встановлювати порядок денний і відсутністю редакційного контролю. На відміну від традиційних медіа, які часто залежать від власників, політичних чи бізнесових інтересів, формат подкастингу забезпечує самостійний добір автором теми й формату, що дозволяє розкривати питання, які традиційні великі медіа не висвітлюють у своїй діяльності. Фінансування через донати та підписки зменшує залежність авторів від рекламодавців і сприяє редакційній автономії.

Попри наявність ризиків однобічності, недостатньо критичного сприйняття інформації аудиторією, подкастинг розширяє медіаплюралізм, надаючи творцям можливість висвітлювати різні погляди й підтримуючи демократичне обговорення суспільно-значущих тем.

РОЗДІЛ 2

МЕДІЙНІ ТА ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОДКАСТУ ЯК ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ПРОДУКТУ

2.1. Технологічні процеси створення подкастів

Створення подкастів набуло популярності як серед медіа, так і окремих творців. Керівниця «Urban Space Radio» Ю. Кушнір зазначає, що для створення подкасту необхідні три складові: ідея, формат та технічні спроможності [52]. Згідно з думкою А. Хівренко за технічними характеристиками подкасти схожі з радіо. Фахівець пояснює, що «у подкастах зазвичай ведучі та гості просто обговорюють заздалегідь визначені теми та питання. Але є й дещо складніші формати – у них переважно розповідаються історії. З технічної точки зору подкастинг не несе в собі жодної революційності. Він дійсно багато в чому дублює функції радіо» [49].

О. Дмитровський визначає основні етапи створення подкастів:

- 1) вибір теми;
- 2) написання тез або сценарію, за яким відбуватиметься розмова у подкасті;
- 3) запис подкасту;
- 4) монтаж з додаванням музикальних елементів і звукових ефектів;
- 5) публікація на платформах [13, с. 210].

Під час вибору теми подкасту слід спиратися на особисті інтереси й досвід, проаналізувати захоплення, теми, які викликають тривалу увагу й задоволення, а також визначити власну експертність – наявність ґрунтовних знань, що проявляються у повсякденному чи професійному житті й здатні привернути увагу оточення. Оптимальна ідея подкасту формується на перетині особистої зацікавленості та практичних знань, а поєднання натхнення та компетентності допомагає підтримувати сталість й якість майбутнього контенту. При виборі теми необхідно визначити цільову аудиторію, проаналізувавши суспільні тренди й актуальні обговорення в соцмережах [53].

Доцільним є дослідження існування подібних проєктів та попиту на них. Не менш суттєвим є продумування формату і загальної концепції подкасту, дотримання стилістичної єдності. Подкаст має більше шансів на успіх, якщо у ньому є елемент діалогу: коли двоє ведучих ведуть змістовну дискусію між собою та водночас залучають слухача до роздумів. Щоб урізноманітнити контент і розширити аудиторію, варто запрошувати цікавих гостей.

Для створення цікавого подкасту з послідовним і логічним викладом матеріалу необхідно прописувати тези або сценарій епізодів. Наявність чітких нотаток допомагає утримувати логіку викладу, особливо на початковому етапі. Сценарій дозволяє зосередитися на техніці мовлення – дикції, уникненні слів-паразитів, контролі темпу та інтонацій. Водночас текст має залишатися природним і розмовним: для цього передбачаються паузи, зміни акцентів, інтонаційні маркери та інші елементи, що роблять мовлення природним. Доцільно додавати перехідні фрази між блоками, щоб забезпечити плавність структури епізоду. Підготовка сценарію ґрунтується на типовому шаблоні, що містить ключові теми, орієнтовну тривалість, основні тези та блоки [так само].

Одним із головних чинників професійного подкасту є якісний звук. Завдяки аудіальному супроводу ведучий має змогу передати власні емоції, встановити довірливий зв'язок зі слухачем і глибше розкрити тему. О. Сімончук наголошує, що важливо уникати акустичних недоліків: краще записувати подкасти у приміщеннях без відлуння, уникати кімнат із порожніми стінами чи високими стелями, які можуть спотворювати звук [41].

Для організації базової студії подкасту потрібен мінімальний набір техніки, який забезпечує якісний звук і стабільний процес запису. Найважливішим елементом є мікрофон, оскільки саме він визначає чистоту аудіо. Динамічні мікрофони краще підходять для індивідуальних записів і менш чутливі до шумів приміщення, тоді як конденсаторні моделі доцільніші для інтерв'ю та роботи з кількома спікерами. Тип мікрофона (настільний чи ручний) обирають залежно від формату подкасту.

Другий необхідний елемент – навушники, що дозволяють контролювати звук під час запису, уникати повторів та забезпечувати нормальну комунікацію під час віддалених інтерв'ю. Для початку підійдуть навіть базові моделі, якщо вони забезпечують достатню ізоляцію.

Також потрібен комп'ютер або ноутбук, здатний обробляти аудіо: бажано мати не менше 8 ГБ оперативної пам'яті, багатоядерний процесор та SSD-накопичувач, що забезпечує швидку роботу й мінімальний шум. Потужніша техніка дозволяє комфортно працювати з кількома доріжками, плагінами та редакторами.

Для більш комплексних завдань можуть використовуватися підкаст-станції, які поєднують функції мікшера, аудіоінтерфейсу та рекордера. Вони дозволяють підключати кілька мікрофонів, здійснювати багатодоріжковий запис і працювати автономно, що зручно для мобільного виробництва.

Якщо подкаст передбачає відеоформат, знадобиться камера, здатна забезпечити високу якість зображення. Важливими характеристиками є якісний сенсор, підтримка хоча б 4K відео, ефективний автофокус, робота в умовах низького освітлення та можливість підключення зовнішнього мікрофона [53].

При створенні подкастів творцю необхідно опанувати техніки монтажу. Уміння гармонійно поєднувати голос, музику, звукові ефекти та шумові елементи значно підвищує якість кінцевого продукту. Під час редагування звертається увага на такі ключові моменти, як усунення зайвих шумів, поліпшення чистоти та виразності голосу, видалення непотрібних фрагментів, структурування матеріалу у логічні смислові блоки, а також оформлення додавання фонового звукового супроводу й ефектів [8].

Існують окремі програми для запису та для монтажу, проте багато сучасних інструментів поєднують обидві функції, що спрощує роботу автора. Вибір програмного забезпечення залежить від потрібного рівня якості та бюджету. Програма Adobe Audition пропонує широкий спектр можливостей, але має високу вартість [53]. В цій програмі користувач має опції для запису

звуку, додавання музичних ефектів та монтажу подкастів. Разом з цим «Adobe Audition» надає можливість довершувати звук, надаючи функцію видалення шумів та сторонніх звуків, а також створювати декілька доріжок, які синтезуються в один аудіофайл [37]. Restream дає змогу записувати та транслювати подкасти, включно з віддаленими гостями, й має безплатну базову версію. Безкоштовна програма Audacity забезпечує всі базові інструменти для запису й редагування та працює на будь-якій операційній системі. Платформи на кшталт Podbean чи Spreaker пропонують мобільний запис, монтаж, хостинг, статистику й автоматичну публікацію на платформах [53].

Разом з тим існують й безоплатні застосунки для смартфонів. Серед них «Музичний редактор», «Wave editor», «Lexis Audio Editor». За допомогою цих застосунків автор може здійснювати запис, накладати спеціальні музичні ефекти та зводити кілька звукових доріжок.

Медіа та окремі творці публікують подкасти на спеціальних онлайн-платформах, або «подкаст-терміналах», де користувачі можуть безкоштовно прослухати записи. Ці сервіси мають спеціальне місце для збереження аудіофайлів та забезпечені зручним інтерфейсом для їх скачування і прослуховування. Перевагою «подкаст-термінал» є і те, що він дозволяє користувачам організувати пошук потрібних матеріалів, впорядковувати подкасти за відповідними темами по категоріях [23, с. 77].

Кількість платформ, які використовуються для публікації подкастів, являє широкий спектр. Відомими є такі сервіси, як Spotify, Podcasts, Pocket Casts, YouTube, SoundCloud.

Spotify – одна з найпопулярніших платформ для прослуховування музики та подкастів у світі. У 2022 р. Spotify запустив функцію подкастів в Україні, що дозволило українським користувачам отримати доступ до широкого спектра аудіоконтенту. Платформа пропонує інструменти для творців, включаючи можливість монетизації, детальну аналітику та інтерактивні функції, такі як опитування та Q&A.

Podcasts є офіційною подкаст-платформою від Apple, інтегрованою в усі пристрої компанії. Вона пропонує мільйони подкастів на різні теми, персоналізовані рекомендації та доступ до ексклюзивного контенту для підписників. Платформа також надає зручний інтерфейс для відкриття, підписки та прослуховування подкастів.

Pocket Casts є потужним подкаст-плеєром, доступним на Android, iOS та інших платформах. Додаток дозволяє користувачам організувати та керувати прослуховуванням подкастів з можливістю фільтрації епізодів за різними критеріями. У 2025 р. Pocket Casts представив функцію автоматичної транскрипції, яка дозволяє швидко знаходити цікаві моменти в подкастах без необхідності прослуховування всього епізоду [73].

SoundCloud є платформою для розміщення та прослуховування аудіоконтенту, включаючи також і подкасти. Вона пропонує простий інтерфейс для завантаження та поширення епізодів, можливість вбудовування плеєра на сторонні сайти та базову аналітику для творців. SoundCloud також підтримує українських подкастерів, які публікують свої шоу на платформі.

Під час розповсюдження подкастів важливо використовувати комплексну систему стратегій, спрямованих на залучення нових слухачів і формування стабільної аудиторії. Ключову роль відіграє якість контенту, ретельна підготовка випусків, дослідження тем, що відповідають інтересам цільової аудиторії, розвиток навичок ведення розмови та подачі матеріалу. Саме змістовність і професійність епізодів визначають, чи повернеться слухач до подкасту знову.

Важливо також мати продумане маркетингове планування, яке охоплює використання соціальних мереж, електронних розсилок, блогів і будь-яких можливих комунікаційних каналів. Активність у соцмережах дає змогу не лише анонсувати нові випуски, а й створювати навколо подкасту спільноту: відповідати на коментарі, проводити опитування, підтримувати діалог зі слухачами. Взаємодія з аудиторією підвищує рівень довіри, а також сприяє природному поширенню контенту.

Автору необхідно співпрацювати з іншими творцями та запрошувати гостей, які мають експертні знання у певній темі. Їхня участь може значно розширити охоплення, адже вони приводять до подкасту частину своєї власної аудиторії.

При просуванні подкасту необхідно звертатись до SEO-оптимізації. Правильний підбір ключових слів у назвах та описах подкасту дозволяє підвищити його видимість у пошукових системах. Оптимізовані описи роблять подкаст легшим для пошуку новими слухачами, що особливо важливо на великих платформах [26].

До поширених практик ефективного запуску подкасту належить старт із кількома епізодами – принаймні трьома, оскільки один епізод часто не дає повного уявлення про подкаст. Це дозволяє новому слухачу глибше ознайомитися з форматом і дає більше шансів утримати його.

Соцмережі використовуються не тільки для публікації анонсів, а й відеотизерів, коротких цитат, графічних вставок, розповідей в Instagram Stories, прямих ефірів тощо. Наявність візуальних і коротких динамічних матеріалів значно підвищує охоплення. Варто також забезпечити максимально простий механізм поширення епізодів, особливо для гостей інтерв'ю – це збільшує кількість природних рекомендацій.

Дієвим методом стимулювання активності слухачів є розіграші та бонуси. Короткострокові акції, оголошені під час випусків або у соцмережах, мотивують слухачів залишати відгуки, підписуватися або ділитися подкастом.

Разом з цим у розповсюдженні подкасту відіграє роль взаємна підтримка з іншими авторами та брендами. Згадування компаній, блогерів або подкастерів, роботою яких захоплюється автор, може сприяти встановленню партнерських зв'язків і відкривати додаткові можливості для просування. Механізм базується на принципі взаємності: бренди, які отримали згадку, часто готові підтримати подкаст у відповідь [53].

Монетизація та розповсюдження подкастів потребують від творців продуманої стратегії, яка поєднує різні інструменти залучення аудиторії та

формування стабільного доходу. Одним із найпоширеніших механізмів є розміщення реклами, коли компанії або рекламні мережі оплачують інтеграцію своїх повідомлень у випуски. Важливо, щоб рекламні вставки органічно вписувалися в контент і відповідали інтересам слухачів.

Іншим поширеним підходом є спонсорство, що передбачає фінансову підтримку подкасту з боку брендів чи організацій в обмін на згадки або презентацію їхніх продуктів у межах епізодів. Ефективність такого партнерства залежить від відповідності спонсорів тематиці подкасту та його ціннісним орієнтирам.

Багато творців використовують також платформи для добровільних пожертв, де слухачі можуть робити регулярні внески й таким чином підтримувати виробництво контенту. Окрім цього, деякі подкасти впроваджують платні підписки, пропонуючи преміальні матеріали: закриті випуски, ранній доступ, ексклюзивні інтерв'ю чи інші додаткові переваги. Такий формат забезпечує стабільніший дохід і дає змогу працювати з найбільш відданою частиною аудиторії [26].

Технологічні процеси створення подкастів поєднують творчі рішення та технічні інструменти, що забезпечують якість аудіопродукту й ефективність його поширення. Завдяки доступності сучасного обладнання, програмного забезпечення та платформ, подкастинг став технологічно гнучким і відкритим для широкого кола авторів. Разом із тим успішність подкасту залежить не лише від технічних можливостей, а й від уміння послідовно організувати виробничий процес і застосовувати цифрові інструменти для розповсюдження та взаємодії зі слухачами. Технологічна складова подкастингу виступає фундаментом, що забезпечує професійність і конкурентоспроможність медіапродукту.

2.2. Редакційні стандарти та етичні принципи

В сучасному українському медеіапросторі подкасти перебувають в активному процесі становлення окремого формату незалежної журналістики.

Тому доцільно підпорядковувати створення подкастів загальноприйнятим журналістським професійним стандартам.

Інститут масової інформації виокремлює такі професійні журналістські стандарти:

- баланс думок, точок зору;
- достовірність;
- відокремлення фактів від коментарів;
- точність;
- повнота;
- оперативність [38].

Стандарт баланс думок, точок зору забезпечує «всебічність та безсторонність висвітлення події», зазначає Інститут масової інформації [так само]. Зокрема у конфліктних темах журналіст повинен уможливити об'єктивне висвітлення думок всіх сторін. У випадку, якщо одна сторона відмовляється оприлюднювати свою позицію, журналіст має відкрито повідомити аудиторію про це. Журналіст повинен оцінювати легітимність представників різних точок зору та прагнути забезпечити приблизно однакову представленість сторін. Недоцільно створювати «фальшивий баланс», коли для формальної двосторонності подаються позиції, що не є рівними за експертністю або фактичними підставами. Для уникнення таких помилок журналіст повинен звертатися до компетентних експертів, перевіряти факти, не надавати неправдивим твердженням вигляду легітимності заради балансу, а за необхідності відкладати підготовку матеріалу до отримання достатньої інформації. У новинах, де подається лише подія без інтерпретацій чи позицій сторін, застосування цього стандарту не є обов'язковим [так само].

Дотримання стандарту балансу думок у подкастингу має специфічні особливості, зумовлені форматом і структурою аудіоконтенту. Оскільки подкасти часто мають форму розмови з одним спікером, простежуємо ризик однобічного висвітлення теми. Збалансованість у подкастах зазвичай

досягається в межах серії епізодів, де можуть бути представлені різні точки зору. Через розмовний характер подкастів необхідно розмежовувати факти й суб'єктивні судження, використовувати додаткові матеріали – описи епізодів або посилання на джерела – для надання ширшого контексту. Незважаючи на гнучкість жанру, подкасти створюються з дотриманням стандарту балансу думок і точок зору для забезпечення неупередженості та довіри аудиторії.

Достовірність передбачає, що всі факти у журналістському матеріалі ґрунтуються на чітко визначених і надійних джерелах. Використання неперевірених, сумнівних або скомпрометованих джерел є неприпустимим. Анонімність джерела дозволяється у випадках суспільної значущості інформації та наявності ризику для джерела. Інформація, отримана від одного анонімного джерела, підлягає додатковій перевірці, дані із соціальних мереж або інших медіа необхідно перевіряти та звіряти з першоджерелами [так само].

У подкастингу необхідно ретельно ставитися до фактів, що озвучуються під час розмови. Через ризик поширення неточної або неперевіреної інформації, ведучий повинен чітко вказувати джерела, уникати непідтверджених тверджень і зазначати обмеженість або неперевіреність даних, які надають гості. Анонімні та зовнішні джерела підлягають тим самим стандартам, що й у традиційній журналістиці, разом з тим їх слід ретельно перевіряти через відсутність візуальних доказів і переважно усний характер спілкування.

Відокремлення фактів від коментарів передбачає чітке розмежування фактичної інформації та оціночних суджень. У новинних матеріалах журналісту не слід висловлювати власні емоції, інтерпретації чи оцінки, використовувати емоційно забарвлену лексику, що може впливати на сприйняття події. Кожну думку або коментар необхідно чітко приписувати конкретному автору. У жанрах аналітики або авторських матеріалів допустиме висловлення власної позиції журналіста, проте вона має бути чітко позначена та відокремлена від фактів. Аудиторія повинна однозначно розуміти, де подано факт, а де інтерпретацію чи суб'єктивний висновок [так само].

Дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів у подкастах є складним завданням через розмовний і часто неформальний стиль, у якому факти можуть змішуватися з особистими оцінками учасників. Тому необхідно ведучий повинен розмежовувати факти та суб'єктивні судження, зазначати автора висловленої думки та не подавати її як встановлену істину. Ведучий має контролювати, щоб оцінки гостей не сприймалися слухачами як факти. Дотримання цього принципу забезпечує прозорість змісту та запобігає маніпуляціям під час подачі інформації в усній формі.

Точність передбачає відповідність фактів дійсності та дослівну передачу цитат без спотворення контексту. Використання ненадійних джерел сприяє поширенню неправдивої, маніпулятивної інформації, тому необхідно ретельно перевіряти імена, назви, цифри та формулювання. У разі виявлення помилки журналіст зобов'язаний оперативно її виправити й спростувати недостовірні дані [так само].

Дотримання точності у подкастингу ускладнюється усною формою подачі інформації, оскільки спонтанність розмови часто призводить до помилок у фактах, числових даних або формулюваннях. Необхідно ретельно контролювати достовірність даних, озвучених як ведучим, так і гостями, та уникати непідтверджених тверджень. Усі цитати, що звучать в ефірі, повинні точно відображати позицію спікера, а у разі виявлення неточностей слід оперативно здійснювати уточнення або виправлення у наступному епізоді чи супровідному оголошенні.

Повнота передбачає подання всіх ключових елементів інформації: що, де, коли і як відбулося. В аналітичних матеріалах необхідно також розкривати причини, наслідки та наводити думки компетентних експертів. У новинних повідомленнях слід додавати контекст і передумови події, щоб забезпечити коректне розуміння ситуації читачами. Експерти повинні бути неупередженими та мати відповідну кваліфікацію. Журналіст має збирати максимальну кількість фактів і думок із надійних джерел для повного розкриття теми [так само].

У подкастингу необхідно надавати достатню інформацію, щоб слухачі могли повноцінно зрозуміти тему без спотворень або пропусків. Незважаючи на розмовний формат, ведучий повинен чітко визначати основні обставини, пояснювати контекст і усувати можливі прогалини у знаннях аудиторії. Факти та коментарі мають формувати цілісне уявлення про ситуацію, а запрошені експерти повинні бути компетентними та незалежними.

Оперативність вимагає швидкого інформування про події, однак це не повинно суперечити іншим професійним стандартам. Журналіст має подавати інформацію без затримок, забезпечуючи її актуальність і достовірність. За відсутності певних фактів або коментарів під час публікації слід відкрито інформувати аудиторію та зазначати, що пошук даних триває. Оперативність не виправдовує поспішних дій, якщо це негативно впливає на точність або повноту інформації. Необхідно прозоро висвітлювати наявні дані та уточнювати їх у подальшому [так само].

У подкастингу стандарт оперативності реалізується частково, оскільки цей формат передбачає підготовку, запис і монтаж, що не завжди дозволяє швидко реагувати на події. Тому подкасти зазвичай не конкурують із іншими форматами за швидкістю подачі інформації. Оперативність у подкастах полягає у своєчасному обговоренні актуальних тем й оновленні інформації у разі змін або потреби в уточненні даних. Якщо під час запису окремі факти залишаються невідомими, про це слід інформувати аудиторію та, за необхідності, повертатися до теми у наступних випусках.

Підсумовуємо, що журналістські стандарти зорієнтовують як для традиційні медіа, так і формат подкастингу. Баланс думок і точок зору, достовірність, відокремлення фактів і коментарів, точність і повнота сприяють підтриманню якості інформації, формуванню довіри аудиторії та захисту від маніпуляцій. У подкастах ці стандарти мають специфічні особливості: розмовний стиль, відсутність суворого хронометражу й усна форма подачі інформації створюють додаткові виклики, зокрема ризик однобічності, випадкових помилок або змішування фактів з оцінками. Автори подкастів

повинні адаптувати ці стандарти в свою діяльність, забезпечуючи прозорість, точність і відповідальність перед слухачами.

Етичні принципи становлять фундамент цінностей у журналістській професії та визначають межі відповідальної поведінки під час збору, обробки і поширення інформації. Етичні норми формують моральні орієнтири, що сприяють захисту суспільного інтересу, запобіганню маніпуляціям і збереженню довіри аудиторії. Подкасти, завдяки своєму значному потенціалу впливу, зумовлюють суттєву етичну відповідальність як журналіста медіа, яке використовує формат подкастингу, так і окремого творця.

Основоположним є принцип прозорості та чесності. Довіра між творцем і слухачем є основою відповідального подкасту. В умовах перенасиченого інформаційного простору аудиторія віддає перевагу автентичним голосам і наративам. Чітке розмежування між органічним контентом і рекламними сегментами є визначальним для підтримки довіри. Розкриття інформації про отримання винагороди, зокрема через спонсорство, розміщення продуктів або рекламу, сприяє збереженню чесності подкастерів. Аудиторія визнає комерційний характер подкастингу, як і інших медіа. Прозоре інформування про такі зв'язки забезпечує дотримання етичних стандартів і зміцнює довіру слухачів. Прагнення до оперативного створення контенту може призводити до спокуси пропустити ретельну перевірку фактів. Проте будь-яка дезінформація, навіть ненавмисна, підриває довіру до подкасту. Перед поданням даних, новин або тверджень необхідно здійснювати ретельну перевірку. Використання авторитетних джерел, перехресна перевірка фактів і періодичне залучення експертів забезпечують точність і достовірність поширюваної інформації [74].

При створенні подкастів автор повинен керуватись повагою до конфіденційності. У сучасну епоху широкого розповсюдження інформації захист конфіденційності особистих даних залишається головним пріоритетом. Подкастери зобов'язані ретельно та етично поводитися з інформацією, історіями та деталями. Запис розмов, інтерв'ю або особистих історій вимагає чіткої та усвідомленої згоди всіх залучених сторін. Необхідно не лише

отримати дозвіл на запис, а й забезпечити повне розуміння учасниками контексту, обсягу та можливих наслідків їхньої участі. Особливої важливості це набуває під час обговорення делікатних тем або особистих історій. Навіть якщо певна інформація є публічно доступною, поширення персональних даних без явного дозволу порушує довіру та етичні норми. Незалежно від того, чи йдеться про особисту розповідь, поділену конфіденційно, чи про ненавмисну згадку ідентифікованої інформації, подкастери повинні проявляти особливу обачність. У разі сумнівів доцільно віддати перевагу конфіденційності та утриматися від розкриття потенційно чутливих деталей [так само].

У цифрову епоху подкастинг виступає потужним інструментом, що об'єднує різні культури й спільноти у глобальному просторі. Це розширення аудиторії не лише відкриває нові можливості, але й вимагає відповідального підходу до створення контенту з урахуванням культурної чутливості та прагнення до інклюзивності. Подкастери мають орієнтуватися у складному контексті різноманітних ідентичностей, походження та досвіду, демонструючи емпатію і повагу. Подкастинг надає платформу для вираження унікальних голосів у глобальному інформаційному просторі. Активне залучення представників різних етнічних груп, соціально-економічних статусів, гендерних ідентичностей та орієнтацій збагачує контент і сприяє інклюзивності. Таке представництво забезпечує, що широка аудиторія відчуває себе включеною, перетворюючи подкаст на мозаїку глобального досвіду. Узагальнення та стереотипи, навіть ненавмисні, можуть призводити до формування упереджень і хибних уявлень. Подкастери повинні свідомо уникати таких помилок. Протидія стереотипам і підкреслення багатогранності культур та спільнот підвищує якість контенту, роблячи його змістовним і автентичним [так само].

Висвітлення суперечливих тем є невід'ємною складовою процесу створення контенту. Попри складність, такі теми створюють умови для глибокого аналізу, освіти та конструктивного діалогу. Водночас вони

вимагають підвищеної відповідальності, що передбачає обережний підхід, ретельне дослідження та прагнення до збалансованого висвітлення. Подкастинг характеризується здатністю висвітлювати різноманітні аспекти проблем. Незважаючи на можливу наявність особистих переконань у ведучого, доцільним є забезпечення висвітлення різних точок зору, що сприяє всебічній дискусії. Це не означає ототожнення фактів із вигадкою, а передбачає представлення різних обґрунтованих позицій, що дозволяє слухачам критично аналізувати інформацію та формувати власні висновки. Окремі теми можуть викликати у слухачів сильні емоційні реакції або травматичні спогади. Питання, пов'язані з насильством, жорстоким поведінням, проблемами психічного здоров'я чи іншими потенційно тривожними аспектами, мають супроводжуватися попередженням про зміст. Таке попередження дозволяє слухачам самостійно визначати готовність до взаємодії з контентом або обирати пропуск відповідного сегмента чи епізоду [так само].

Отже, подкастинг відіграє значну роль у формуванні наративів і сприйняття аудиторії. Цей вплив супроводжується етичним обов'язком дотримуватися прозорості, поваги, інклюзивності та щирості. Відповідальне створення контенту передбачає не лише дотримання формальних норм, а й усвідомлення рівня довіри, яку слухачі надають творцям подкастів, демонстрацію поваги до цієї довіри у кожному епізоді, історії та діалозі.

Подкастинг в українському медіапросторі поступово перетворюється на повноцінний журналістський формат, що вимагає дотримання професійних стандартів та етичних принципів. Основні стандарти, такі як баланс думок, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, точність, повнота та оперативність, залишаються актуальними, проте потребують адаптації до розмовного стилю, серійності випусків і особливостей виробничого процесу подкастів.

Етичні вимоги розширюють ці стандарти, включаючи прозорість, повагу до конфіденційності, інклюзивність, культурну чутливість і відповідальне

висвітлення складних або травматичних тем. Поєднання професійних та етичних норм створює основу для подкасту як інструменту незалежної журналістики, що інформує, представляє різні точки зору, вибудовує діалог з аудиторією на основі довіри.

2.3. Особливості взаємодії з аудиторією

Подкастинг сформував новий медіапростір для активної взаємодії між творцями та слухачами й розширив можливості створення аудіоконтенту й розвитку різноманітних нарративних підходів. Це сприяє зміцненню зв'язку між подкастерами та їхньою аудиторією [75, с. 551]. Взаємодія з аудиторією передбачає використання різних форматів комунікації, що уможливорює формування спільнот навколо подкастів і залучення слухачів до процесу створення аудіоконтенту.

Особливістю взаємодії з аудиторією у подкастингу є формування спільноти й розвиток двостороннього діалогу між авторами та слухачами. Подкастери використовують різноманітні методи залучення аудиторії: звертаються до слухачів під час епізодів, ставлять запитання, читають коментарі, заохочують залишати відгуки та оцінки [54]. Такі дії сприяють формуванню відчуття спільної присутності та залученості, що є основою стійких зв'язків з аудиторією.

У подкастингу активно використовуються інструменти для збору зворотного зв'язку. Інтеграція опитувань, голосувань і анкет як під час епізоду, так і через зовнішні платформи дозволяє авторам враховувати вподобання слухачів й аналізувати їхню поведінку в реальному часі. Аудиторія має можливість пропонувати теми, ставити запитання або впливати на майбутні випуски за допомогою інтерактивних інструментів соціальних мереж, що перетворює слухачів на співтворців контенту [81].

Взаємодія в реальному часі є ключовою характеристикою сучасного інтерактивного подкастингу. Під час прямих ефірів слухачі також мають можливість надсилати коментарі, ставити запитання або реагувати на

дискусію, що формує відчуття спільної розмови та атмосферу інклюзивності [80]. Така комунікація посилює емоційний зв'язок між автором і аудиторією й перетворює подкаст на соціальний медіапростір.

Взаємодія з аудиторією підтримується через соціальні мережі. Використання Instagram Stories, відео в TikTok, публікацій у X (Twitter) та YouTube створює додаткові можливості для комунікації, розширює охоплення аудиторії та сприяє підтримці інтересу слухачів між випусками [81]. Додаткові матеріали – контент «за лаштунками», короткі уривки, тизери та інтерактивні пости – стимулюють обговорення й сприяють залученню нових користувачів [54].

Створення веб-сайту подкасту, де зібрані епізоди, додаткові матеріали й форми підписки, також є одним з видів взаємодії з аудиторією [так само]. Вебсайт дозволяє централізувати комунікацію, підвищити видимість у пошукових системах і забезпечує стабільний канал для тривалого зв'язку з аудиторією.

Отже, з урахування можливості вибудови двосторонньої взаємодії між автором та слухачем подкасти сприяють формуванню нових спільнот і підтримці діалогу. Відкритість формату дозволяє як відомим, так і незалежним авторам висвітлювати широкий спектр тем, а аудиторії – можливість не лише отримувати інформацію, а й брати участь у формуванні громадської думки, обговоренні важливих питань і впливати на розвиток медіатрендів на місцевому та глобальному рівнях [27]

Висновки до розділу 2

З'ясовано, що технологія створення подкастів ґрунтується на поєднанні творчих рішень і технічних інструментів, що забезпечують високу якість аудіоконтенту. Сучасні технології зробили подкастинг відкритим і гнучким медіаформатом, до якого можуть звертатись і великі медіа, і окремі творці. Проте успіх подкасту визначається не лише технічною базою, а й

організованістю виробничого процесу та вмінням використовувати цифрові інструменти для взаємодії зі слухачами.

Досліджено, що подкастинг як інструмент журналістики, повинен підпорядковуватись професійним стандартам – балансу думок і точок зору, достовірності, відокремлення фактів і коментарів, точності, повності й оперативності. Ці стандарти адаптуються під особливості розмовного стилю, серійності епізодів, виробничого процесу формату подкасту, разом з тим залишаючись актуальними для творення якісного контенту. Обов'язковим є дотримання етичних принципів для впровадження в медіаландшафт відповідального подкастингу як формату, якому притаманна довіра аудиторію. Підсумовано, що творці подкастів повинні слідувати етичним принципам прозорості, поваги, конфіденційності, інклюзивності та щирості.

Проаналізовано особливості взаємодії творців з аудиторію, її двосторонній характер та активну інтеграцію різних типів комунікації – звернень до слухачів в режимі реального часу, опитування й голосування, розширення взаємодії через соціальні мережі, вебсайти. Ці інструменти надають можливість об'єднувати слухачів в унікальні спільноти й відчувати себе співтворцями аудіоконтенту.

РОЗДІЛ 3

ПОДКАСТ ЯК ІНСТРУМЕНТ НЕЗАЛЕЖНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ (ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ)

3.1. Аналіз українського ринку журналістських подкастів

Український ринок подкастингу активно розвивається, подкасти стають важливою частиною сучасного медіапростору, а їх жанрове й тематичне різноманіття свідчить про зростання попиту на якісний аудіоконтент. До формату подкастингу звертаються як великі медіа, так і незалежні автори та громадські ініціативи, що створює динамічне й різноманітне середовище українського подкастингу.

Серед радіостанцій, що займаються створенням подкастів, вирізняється «Радіо Свобода». Військовій тематиці станція присвячує інформаційно-аналітичний подкаст «Радіо. Донбас. Реалії», який висвітлює події на сході України, зокрема в Донецькій та Луганській областях, включаючи тимчасово окуповані території ще з 2014 р. (рисунк 1) [39].

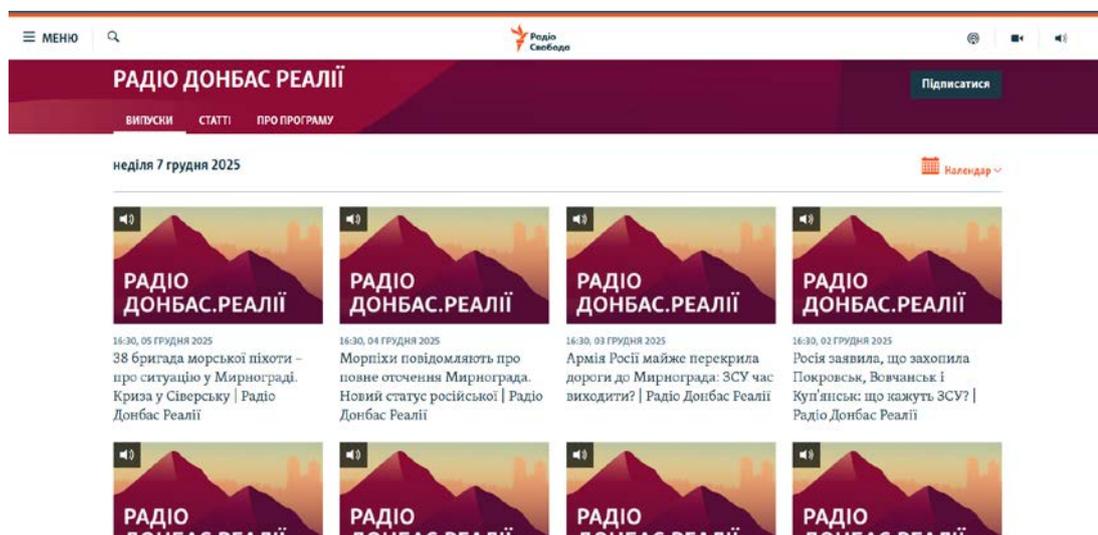


Рис. 1. Подкаст «Радіо. Донбас. Реалії»

Також радіо висвітлює в подкасті «Новини Приазов'я» події на півдні України, зокрема в Маріуполі, Херсоні, Бердянську та Генічеську, з метою

надання об'єктивної, перевіреної та неупередженої інформації про життя в регіоні, особливо в умовах війни та окупації (рисунк 2) [33].

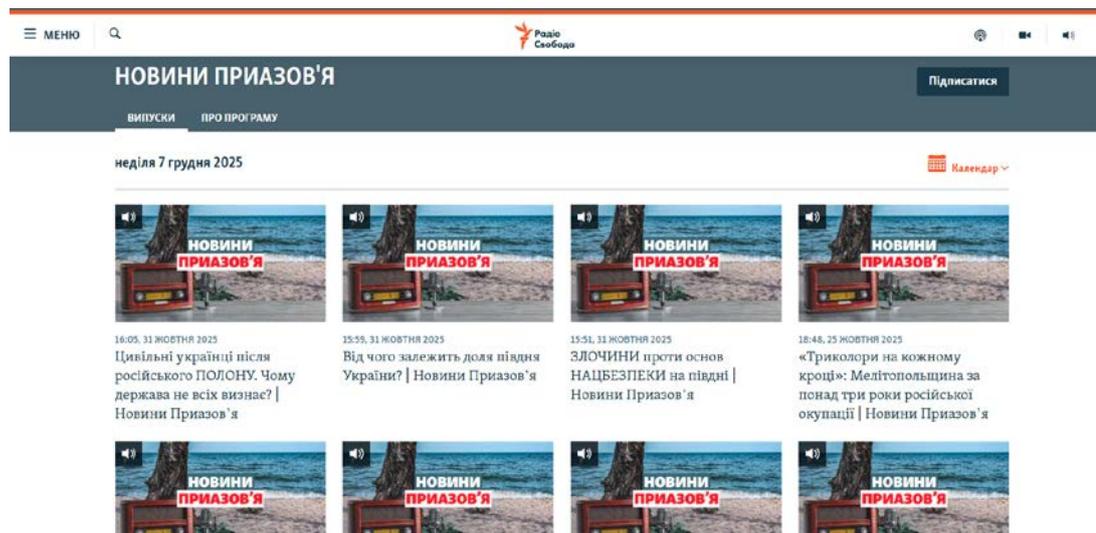


Рис. 2. Подкаст «Новини Приазов'я»

Ще одна рубрика подкастів «Історична свобода», яку веде журналіст Д. Шурхало, присвячена глибокому аналізу української та світової історії й зосереджена на викладі складних питань без емоційного забарвлення. Метою проєкту є надання слухачам можливості самостійно розібратися в історичних подіях, уникаючи спрощених відповідей (рисунк 3) [25].

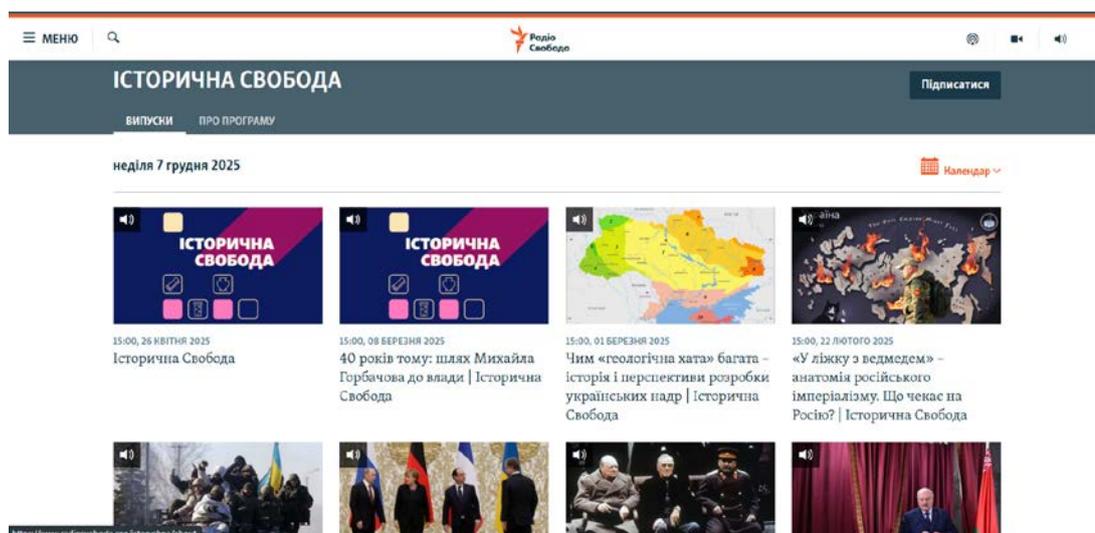


Рис. 3. Подкаст «Історична свобода»

«Діалоги з Віталієм Портниковим» – це подкаст «Радіо Свобода», в якому політичний оглядач В. Портников разом із журналісткою В. Лазур

аналізують актуальні події в Україні та світі (рисунок 4). Мета програми – розібратися в складних політичних процесах, запропонувати різні точки зору та звернути увагу на аспекти, які часто залишаються поза увагою [10].

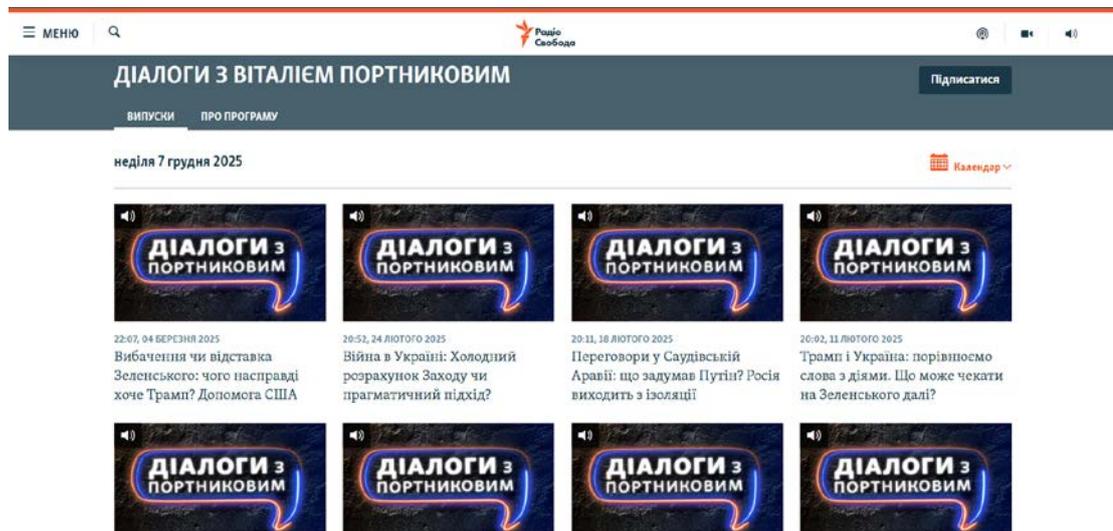


Рис. 4. Подкаст «Діалоги з Віталієм Портниковим»

Медіа «Суспільне Культура» випускає проєкт «UNZIP» – подкаст-занурення в архіви української музики 60–80-х років ХХ століття, де ведучий А. Цукренко разом із гостями досліджує музичну спадщину того періоду, розкриваючи забуті композиції й обговорюючи їхній вплив на сучасну українську культуру (рисунок 5). Кожен епізод поєднує історичний контекст із сучасними інтерпретаціями, створюючи міст між минулим і сьогоденням [84].

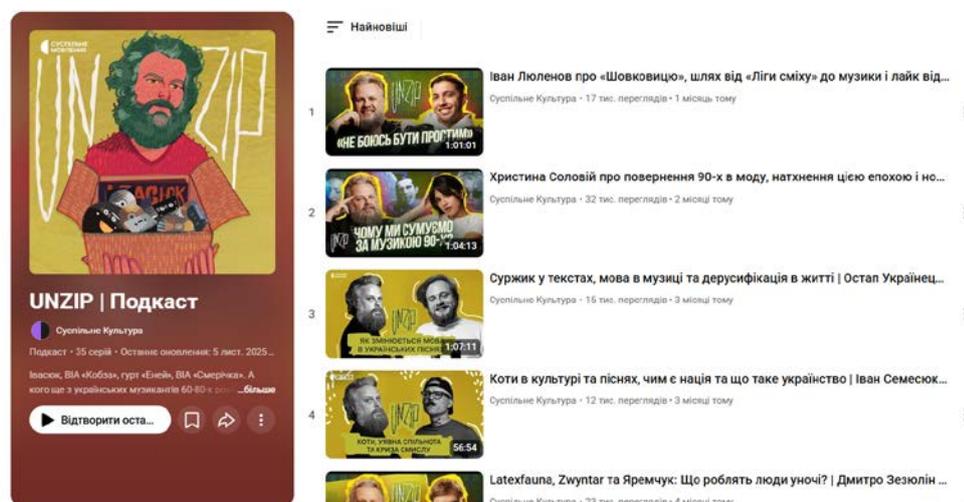


Рис. 5. Подкаст «UNZIP»

Ще одним доробком медіа у співпраці з правозахисним центром «Принцип» є подкаст «У справах військових» (рисунок 6). Ведучі М. Найєм та Л. Галан обговорюють шлях військовослужбовця від мобілізації до отримання статусу ветерана. Тематика подкасту охоплює актуальні питання, зокрема мобілізацію та рекрутинг, проблеми в українській армії під час війни, психологічну підтримку військових, систему військової юстиції, реабілітацію військовослужбовців та їх повернення до цивільного життя [45].

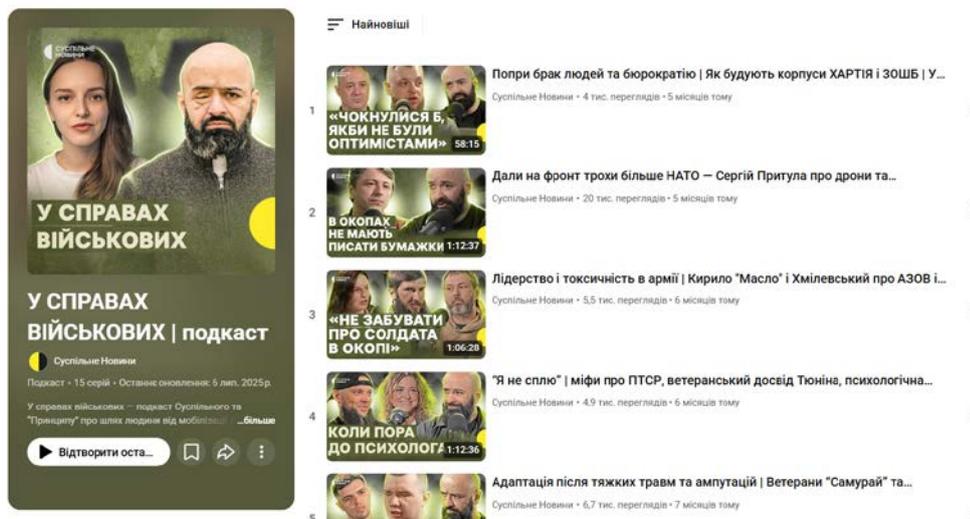


Рис. 6. Подкаст «У справах військових»

«Hromadske» відоме подкастом «Запах Слова» (рисунок 7). Це літературний подкаст, який ведуть критик Є. Стасіневич та стендап-комік С. Чирков. Вони обговорюють українську та світову літературу, зокрема тексти Ю. Шевельова та його антибільшовицьку позицію, роль літератури у формуванні історичної пам'яті, зокрема про Голокост та війни, скандальні книги та літературні конфлікти, питання літературного канону та престижних премій [22].



Рис. 7. Подкаст «Запах Слова»

Також «Hromadske» створило подкаст «СучЦукрМуз» – музичний подкаст, який веде А. Цукренко, лідер гурту «Хамерман знищує віруси» (рисунок 8). У кожному епізоді він відверто спілкується з сучасними українськими музикантами про еротичні елементи в кліпах, традиції та інновації в музиці, репутацію артистів під час війни, реп, рейв, театр та інші аспекти культурного життя [44].



Рис. 8. Подкаст «СучЦукрМуз»

Найбільша радіомережа України «Хіт FM» створила подкаст під назвою «Українська – це просто», що є циклом коротких освітніх аудіоуроків, які допомагають слухачам покращити знання з української мови (рисунок 9).

Ведучі О. Зінченко та А. Лісовська пояснюють, як правильно вживати слова та фразеологізми, розбирають мовні помилки та пропонують українські відповідники до поширених російських виразів [46].

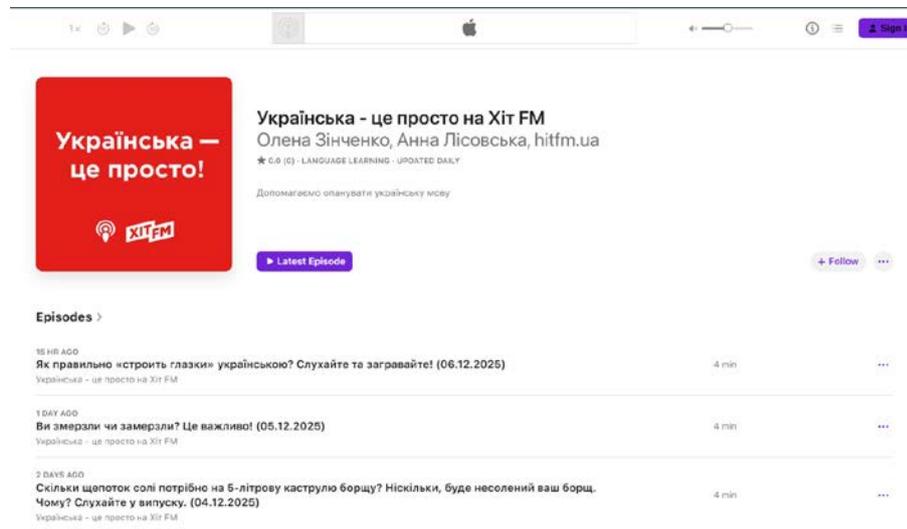


Рис. 9. Подкаст «Українська – це просто»

«Radio NV» має велику добірку подкастів різної тематики. Одним з них є аналітичний подкаст «Фурсич», який ведуть інвестбанкiр С. Фурса та головний редактор NV В. Сич (рисунок 10). У кожному випуску вони обговорюють актуальні політичні, економічні та міжнародні події, аналізують ситуацію в Україні та світі, а також діляться своїми поглядами на важливі теми. Подкаст відзначається глибоким аналізом, дотепністю й доступною подачею складних питань [48].

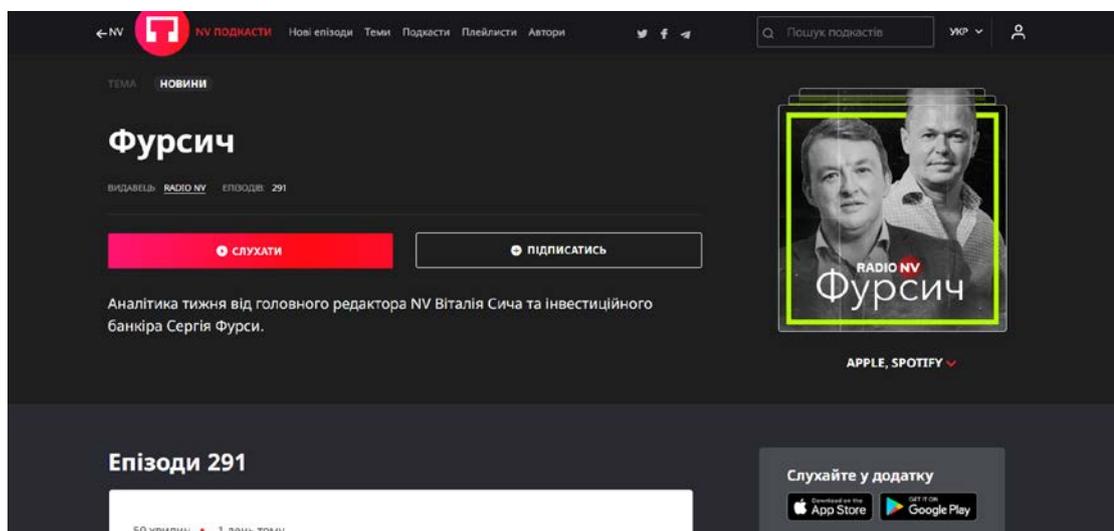


Рис. 10. Подкаст «Фурсич»

Випуском подкастів займаються не тільки радіостанції, а й інші медіа. Суспільно-політичне інтернет ЗМІ «Українська Правда» має чималу добірку різноманітних подкастів. Одним з них є «УП. Чат», де журналісти та гості, серед яких політики, експерти та громадські діячі, обговорюють найважливіші політичні, соціальні й економічні події тижня у форматі редакційної дискусії (рисунок 11) [47].

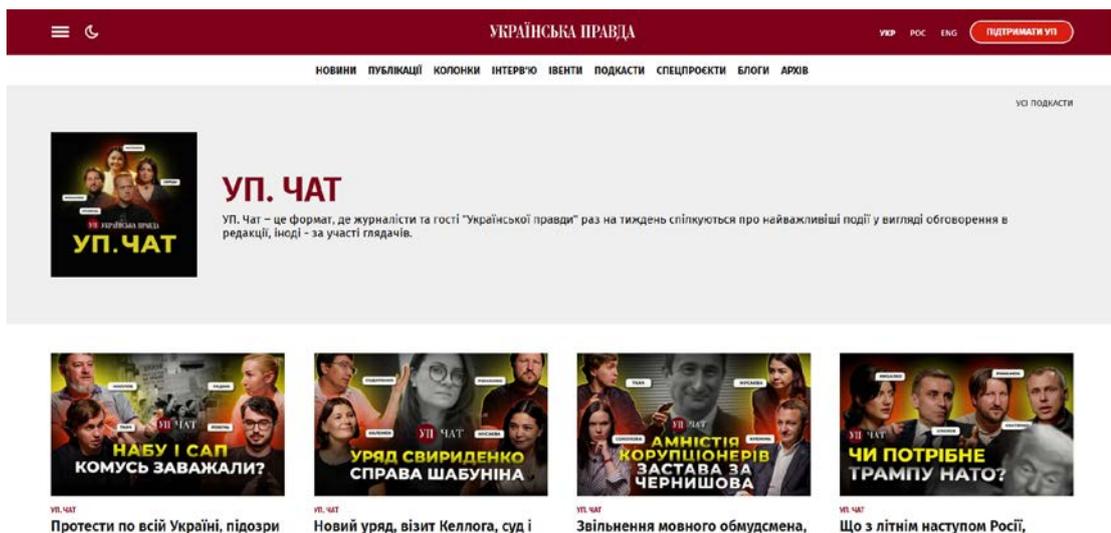


Рис. 11. Подкаст «УП. Чат»

Ще один подкаст «Української правди» випускається під назвою «Хроніки економіки» (рисунок 12). Журналісти Д. Гордійчук та Я. Вінокуров аналізують економічні події в Україні та світі й обговорюють питання інфляції, курсу валют, впливу війни на економіку та інші актуальні теми [50].

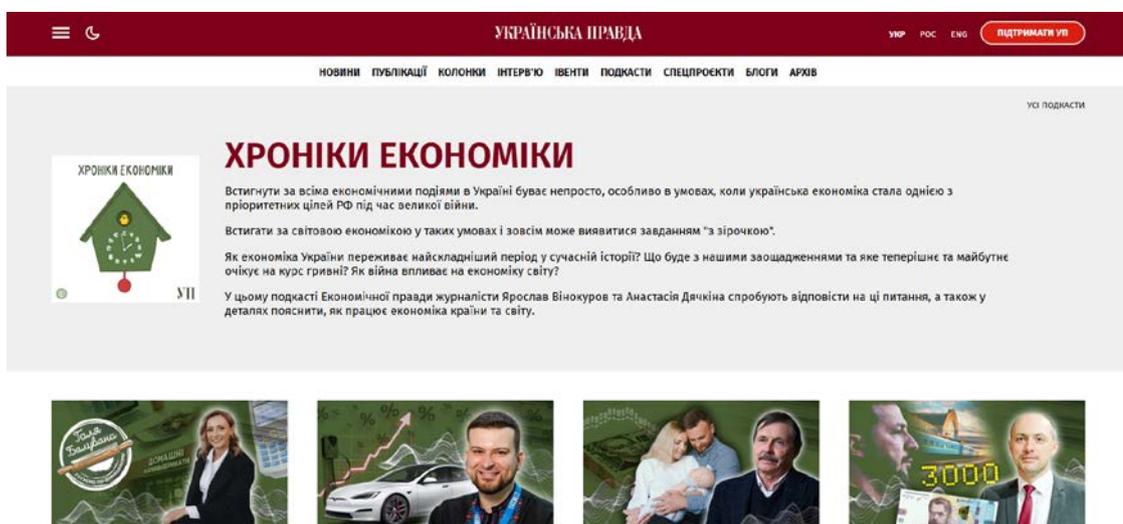


Рис. 12. Подкаст «Хроніки економіки»

Цьому медіа також належить експериментальний подкаст «Світ не Sweet. Подкаст про міжнародку», який ведуть О. Куренкова та О. Павлюк (рисунок 13). Вони обговорюють важливі події за межами України, аналізують міжнародні відносини та діляться своїми думками у легкому й доступному форматі [59].

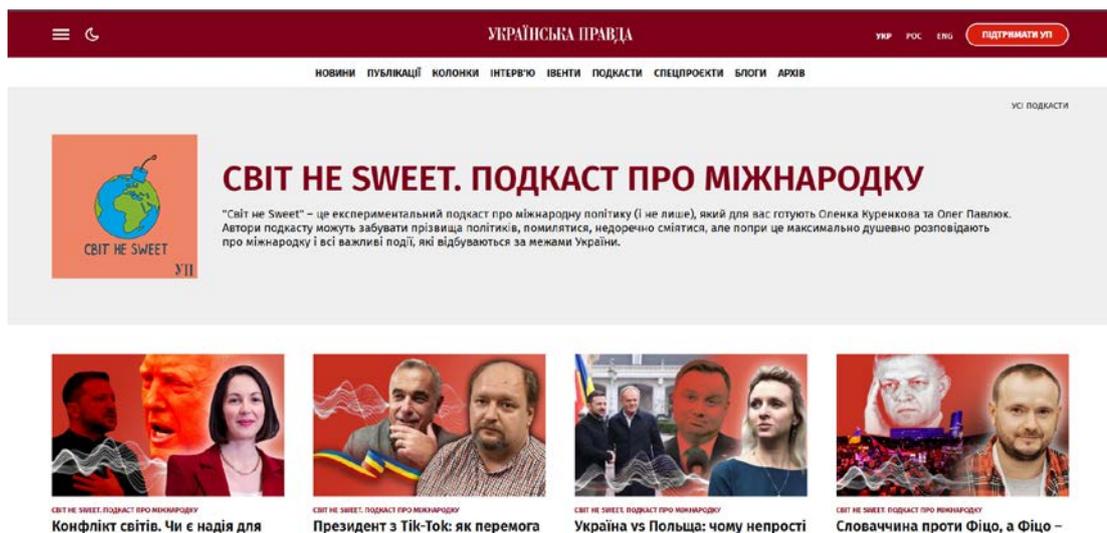


Рис. 13. Подкаст «Світ не Sweet. Подкаст про міжнародку»

Варто згадати і «(не)Безпечна Країна» – спільний подкаст Центру оборонних стратегій, Медіа Центру «Україна» та «Української правди», де ведуча А. Фролова, дипломатка та колишня заступниця міністра оборони, обговорює питання безпеки та оборони, включаючи інформаційну, військову та особисту безпеку, стратегічну ситуацію на геополітичному фронті та майбутню конфігурацію безпеки України (рисунок 14) [31].



Рис. 14. Подкаст «(не)Безпечна Країна»

Серед авторських подкастів популярним є «Не під запис», створений PR-агенткою А. Давиденко та засновницею агенції стратегічних комунікацій UAGENCY О. Погорілою (рисунок 15). Мета проєкту – розвиток професійної спільноти українських комунікаційників і підприємців. У кожному епізоді ведучі аналізують різноманітні кейси та надають інсайти й практичні рекомендації щодо ефективних персональних і корпоративних комунікацій. Подкаст зорієнтований на досвідчених фахівців і тих, хто лише починає професійну діяльність у сфері комунікацій [32].

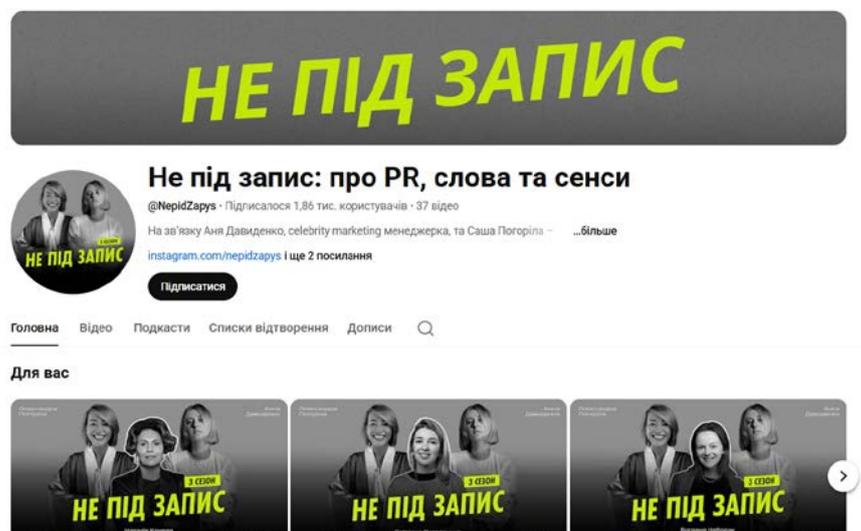


Рис. 15. Подкаст «Не під запис»

Експертами з українського технологічного бізнесу І. Кабачинським та А. Полісковим створено подкаст про бізнес – «Закрив раунд» (рисунк 16). Ведучі аналізують у подкасті технологічні явища, компанії, що формують сучасну економіку, та події, які впливають на технологічний ринок. Метою проєкту є продемонструвати, що поруч із глобальними корпораціями на кшталт Apple чи Google існує широкий спектр унікальних людей і компаній, які також визначають розвиток технологій [21].

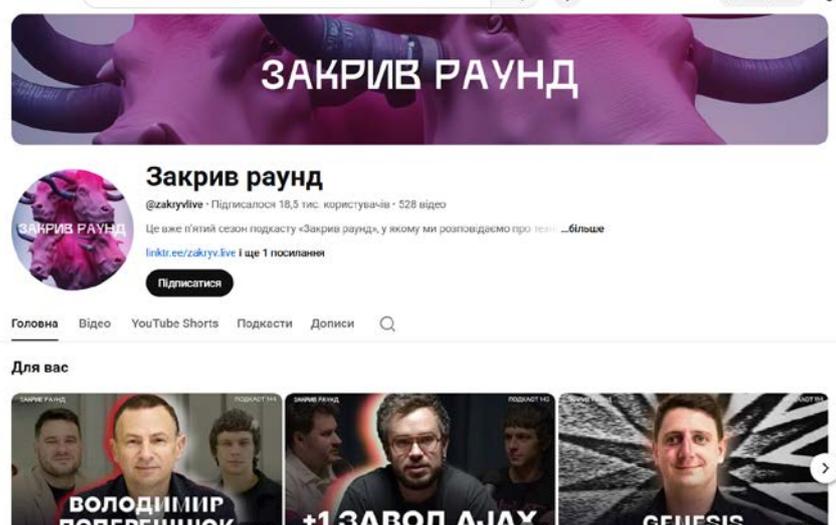


Рис. 16. Подкаст «Закрив раунд»

«Сила сміливих» є проєктом незалежної подкастерки О. Воробйової, підприємниці та креативної лідерки, що присвячено українцям, які продовжують формувати майбутнє, незважаючи на складні обставини в умовах війни (рисунк 17). Основна увага приділяється історіям осіб, які розвивають бізнеси, реалізують проєкти, ініціюють волонтерські рухи та діють на спільне благо, демонструючи силу та стійкість країни навіть у найскладніший період [40].

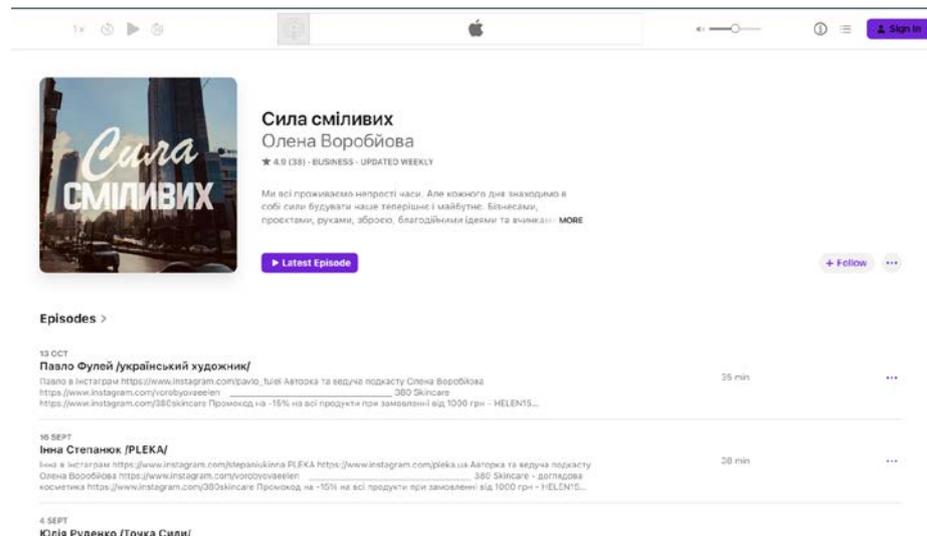


Рис. 17. Подкаст «Сила сміливих»

«А весла де?» – це подкаст бренд-амбасадора водного спорту К. Салова, який присвячено розвитку українського веслування (рисунок 18). Це перший подкаст такого формату в українському медіапросторі, що висвітлює питання водних видів спорту та сприяє популяризації українського веслування серед широкої аудиторії [1].

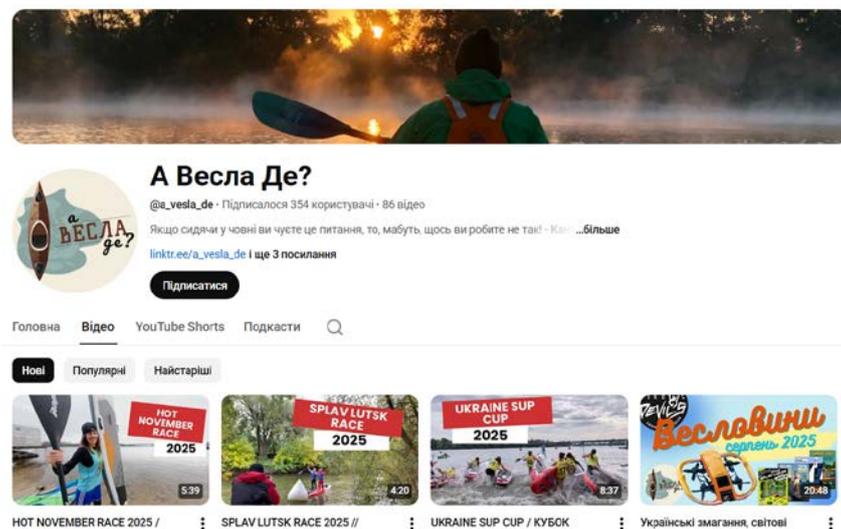


Рис. 18. Подкаст «А весла де?»

«Перефарбований лис» – подкаст В. Мержиєвської та М. Діденко, який присвячено психологічному аналізу персонажів української літератури (рисунок 19). Авторки переосмислюють твори зі шкільної програми,

досліджуючи життєві стратегії, стереотипи й моделі поведінки літературних героїв [34].

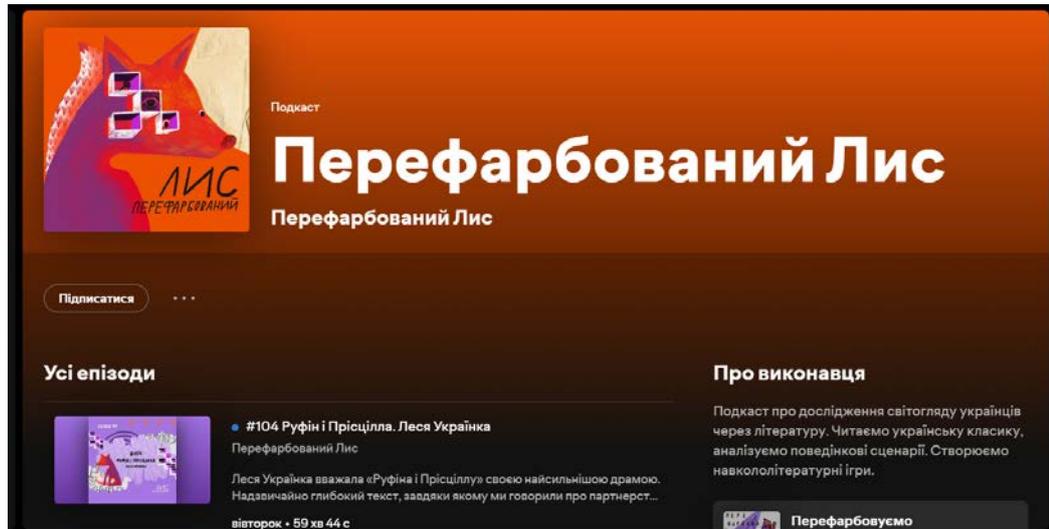


Рис. 19. Подкаст «Перефарбований Лис»

«F1Podcast» – аналітично-інформативний подкаст українського спортивного коментатора М. Подзігуна, присвячений Формулі-1 (рисунок 20). У випусках ведучий висвітлює й аналізує події Гран Прі, новини чемпіонату й ключові аспекти історії Формули-1 [61].

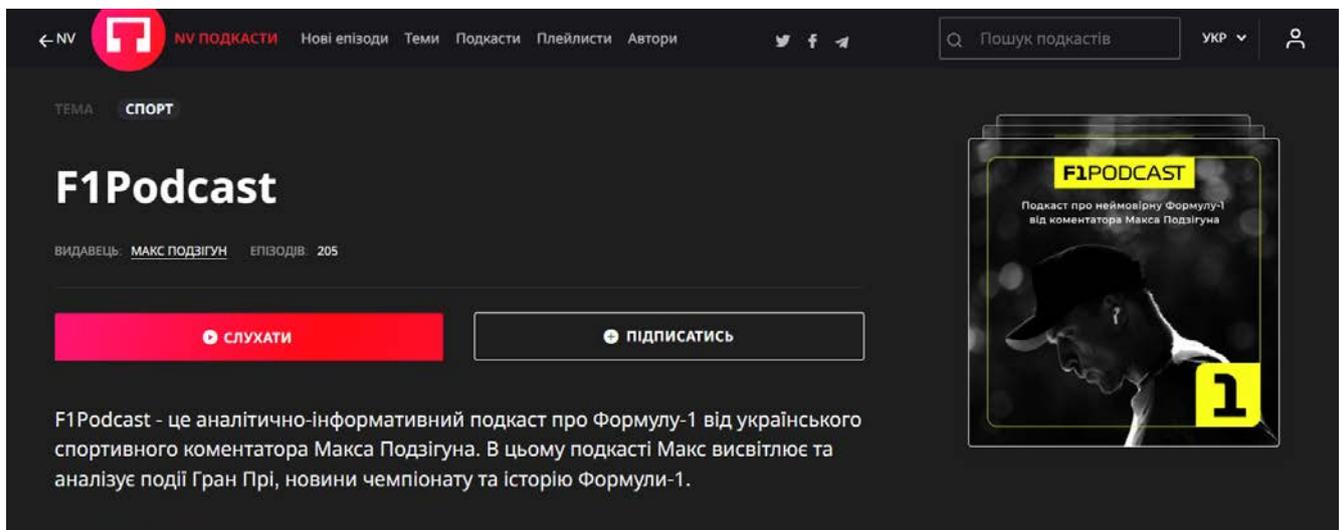


Рис. 20. Подкаст «F1Podcast»

«ЦЕЙВО» є авторським проектом українського стендап-коміка В. Байдака, який відомий абсурдним гумором і участю в «Підпільному стендапі» (рисунок 21). У цьому подкасті Байдак веде невимушені, проте

змістовні бесіди з науковцями, митцями, підприємцями й культурними діячами, обговорюючи питання науки, мистецтва, бізнесу та особистих історій. Легка манера подачі, самоіронія і характерна гра слів забезпечують упізнаваність подкасту й виокремлюють його серед інших українських медіапроектів [30].

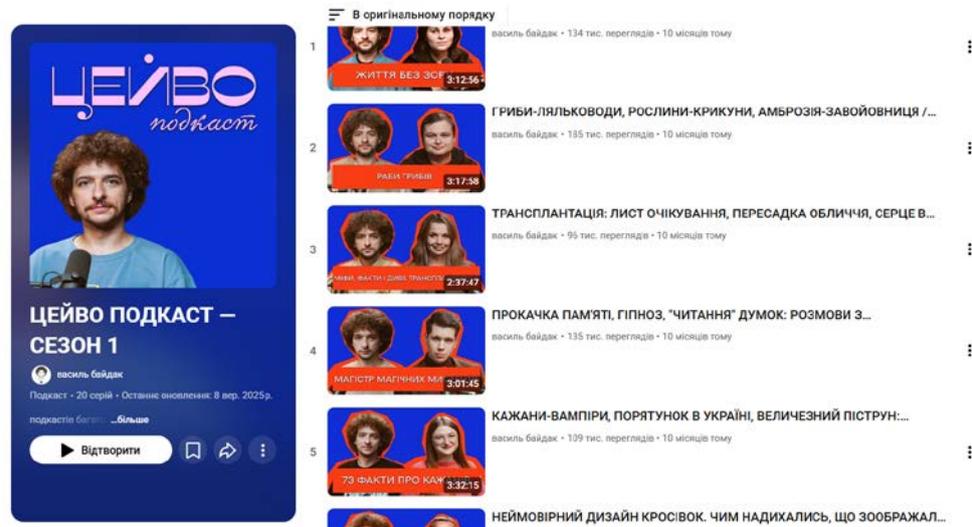


Рис. 21. Подкаст «ЦЕЙВО»

До формату подкастингу звертаються не тільки медіа й окремі творці, а також й інші організації. Наприклад, власний подкаст запустив благодійний проєкт Behind Blue Eyes (рисунок 22). У їх подкасті «The Blue Eyed Podcast» діти з прифронтових і деокупованих сіл півдня України діляться своїми буднями, переживаннями та мріями. Подкаст дає можливість почути голоси дітей, чиє життя формується в умовах війни [19].

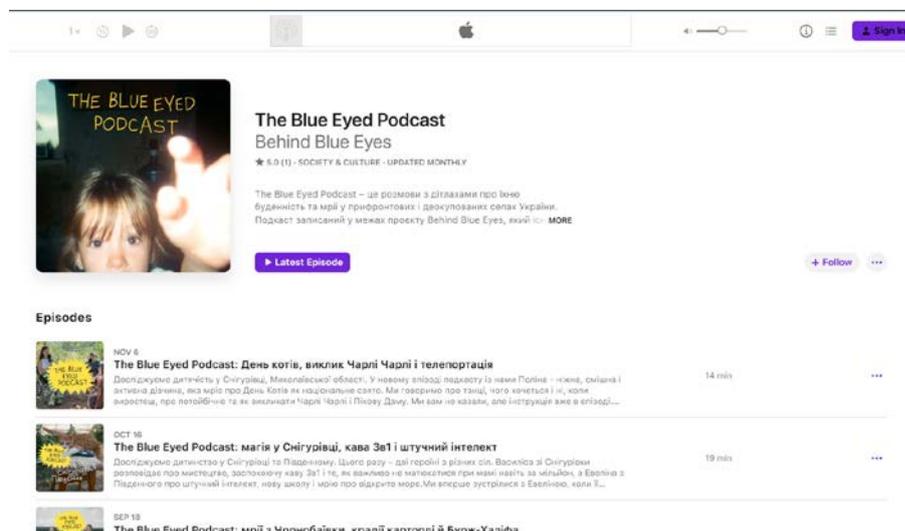


Рис. 22. Подкаст «The Blue Eyed Podcast»

Аналіз ринку свідчить про швидку інституціоналізацію й розширення тематичного спектра подкастів – від воєнної журналістики й аналітики до культурологічних, освітніх і соціальних проєктів. Подкасти провідних медіа формують професійний сегмент подкастингу, а паралельно розвивається авторський подкастинг, що охоплює бізнес, комунікації, гуманітарні й розважальні теми.

Отже, в українському медіаполі формується багатовимірна система, де подкасти виконують інформативну, аналітичну, просвітницьку й соціальну функції. Український подкастинг успішно адаптує журналістські стандарти до аудіоформату, зберігаючи професіоналізм, доступність і емоційну залученість аудиторії. Подкасти посилюють свою роль як важливий інструмент сучасної української журналістики та медіакомунікації.

3.2. Ідея та концепція авторського творчого проєкту

Проєкт «Голоси ІТ» є серією коротких подкаст-інтерв'ю з фахівцями ІТ-сфери, які діляться професійним досвідом, викликами та поглядами на сучасний стан українського ІТ.

Подкасти виходять українською мовою, оскільки проєкт орієнтований на українську аудиторію й спрямований на популяризацію національного контенту. Тривалість кожного епізоду становить 10–15 хвилин, що забезпечує лаконічну та зрозумілу подачу основної інформації.

Кожен епізод присвячений окремому аспекту ІТ-сфери:

- 1) «Міфи про ІТ» – подкаст-інтерв'ю про розвіювання популярних стереотипів;
- 2) «Жінки в ІТ: кар'єра без стереотипів» – подкаст-інтерв'ю про особистий досвід айті-фахівчині в індустрії;

3) «ІТ під час війни: робота на економіку і донати» – подкаст-інтерв'ю про те, яку роль відіграє індустрія у підтримці держави та армії під час повномасштабного вторгнення.

Проєкт є актуальним, оскільки ІТ залишається однією з найдинамічніших галузей сучасного суспільства й має значний вплив на економіку й соціальне життя як в Україні, так і в світі. В умовах інформаційного перевантаження зростає попит на короткі та змістовні медіапродукти, які передають експертні думки та реальний досвід без надмірної термінології чи зайвих технічних деталей. Короткі подкаст-інтерв'ю поєднують динамічність з інформативністю, що робить проєкт доступним для студентів, новачків у сфері та широкої аудиторії.

Проєкт «Голоси ІТ» слугує платформою для персональних історій і професійних коментарів, що розкривають різноманітні аспекти індустрії й сприяє формуванню більш реалістичного та глибокого уявлення про сучасне українське ІТ й фахівців, які його розвивають.

Мета проєкту полягає у:

- демонстрації реального людського виміру ІТ через думки і коментарі фахівців різних напрямів індустрії;
- підвищенні обізнаності аудиторії про можливості та виклики, які існують в ІТ;
- сприянні формування критичного мислення та усвідомленого ставлення до інформації про ІТ;
- розвитку коротких просвітницько-інформаційних подкастів, які у доступній формі розкривають важливу інформацію широкому колу слухачів.

Проєкт орієнтований на широку аудиторію: фахівців індустрії, осіб, які прагнуть розпочати кар'єру в ІТ, а також усіх, хто цікавиться цією сферою.

3.3. Цільова аудиторія авторського проєкту

Проект «Голоси ІТ» орієнтований на широку аудиторію, зацікавлену у сучасній технологічній сфері. Він є корисним для тих, хто прагне знайти своє місце в ІТ та шукає достовірну інформацію про стан індустрії, а також для фахівців, які бажають глибше розуміти тенденції та виклики своєї професії.

Серед потенційної аудиторії проекту – студенти та абітурієнти, які розглядають можливість побудови кар'єри у сфері технологій, а також викладачі, що вдосконалюють навчальні програми та шукають сучасні практичні приклади.

Проект є корисним для HR-фахівців, кар'єрних консультантів і менторів, які сприяють професійному розвитку молоді, а також для представників громадських організацій, що реалізують освітні або соціальні ініціативи у сфері цифрового розвитку.

Подкасти можуть бути цікавими для журналістів і аналітиків, які висвітлюють тематику ІТ, а також для широкої громадськості, що стежить за суспільними змінами, впливом технологій на повсякденне життя й роллю індустрії у воєнний період.

3.4. Розробка структури та сценаріїв епізодів

Під час розробки структури та сценаріїв епізодів проекту «Голоси ІТ» опрацьовано концепцію кожного інтерв'ю й визначено основні змістові акценти. Для поєднання інформативності та доступності кожен випуск містить короткий вступ ведучого, представлення гостя, основний блок питань і завершення з підсумком ключових думок.

Для кожного епізоду створено окремі сценарії, визначено тематичні напрямки епізодів, щоб розкрити особливості обговорюваного й підкреслити унікальний досвід гостей. Під час написання сценаріїв враховувано як загальні тенденції індустрії, так й особисті історії учасників, оскільки саме їхній погляд надає подкасту динамічності та автентичності. Особливу увагу було приділено відкритим запитанням, які сприяють діалогу та дозволяють гостям вільно висловлюватися.

У результаті створено структуровані сценарії епізодів подкасту (Додаток 1, Додаток 2, Додаток 3), які забезпечують послідовний розвиток розмови, логічну структуру тем і відповідність загальній концепції проєкту. Завдяки цьому кожен епізод залишається динамічним, змістовним і зрозумілим для широкої аудиторії.

3.5. Процес запису подкастів

Перед початком запису проведено підготовчі заходи: отримано згоди гостей на участь у подкасті й запис, узгоджено дату й час, перевірено обладнання та підготовлено приміщення. Для мінімізації сторонніх шумів обрано тиху кімнату з м'якими меблями, які знижують рівень відлуння. Під час запису використано настільний мікрофон, навушники та програму Audacity для запису й контролю якості звуку.

Під час запису інтерв'ю дотримано заздалегідь визначеної структури. Ведучий ознайомив гостя з темою, ставив питання відповідно до сценарію та контролював плавність переходів між темами. Особливу увагу приділено чіткості мовлення, рівномірності гучності та дотриманню регламенту часу, оскільки подкаст мав бути лаконічним і змістовним.

Кожен змістовний блок епізоду записано окремою аудіодоріжкою для оптимізації подальшого монтажу. Після завершення основного запису матеріал прослухано для перевірки якості й виявлення технічних недоліків. За потреби окремі фрагменти перезаписано для забезпечення чіткості, логічної послідовності та відповідності концепції епізоду.

3.6. Монтаж та оформлення проєкту

Монтаж і редагування випусків подкасту відбувалися у програмі Audacity. Кожен фрагмент епізоду завантажено й по черзі відредаговано: видалені всі сторонні звуки чи повтори слів або фраз у мовленні ведучого чи гостя, шуми, збалансовано гучність і налаштовано чистоту звуку. Після редагування всі аудіофрагменти укладено в одну доріжку.

Наступним кроком стало звукове оформлення. На початку й на завершені епізодів додані музичні джінгли, а на основний хронометраж додано музикальний супровід з налаштуванням відповідної гучності, щоб мелодія звучала фоном і не перекривала репліки ведучого та гостя. Композиція дібрана з сайту, де дібрані музичні композиції з правом вільного використання, що дозволило дотриматись вимоги відповідального ставлення до авторського права. Після цього аудіофайл експортовано у формат MP3 для подальшої публікації.

3.7. Публікація подкасту

Перед поширення епізодів подкасту підготовлено короткі текстові описи для кожного епізоду, а також розроблено зображення-обкладинку (рисунок 23).



Рис. 23. Зображення-обкладинка подкасту

Для публікації подкасту обрано SoundCloud як один з найпростіших у користуванні сервіс. Перед публікацією випусків подкасту зроблено базові налаштування акаунту для поширення аудіоконтенту цього формату (рисунок 24).

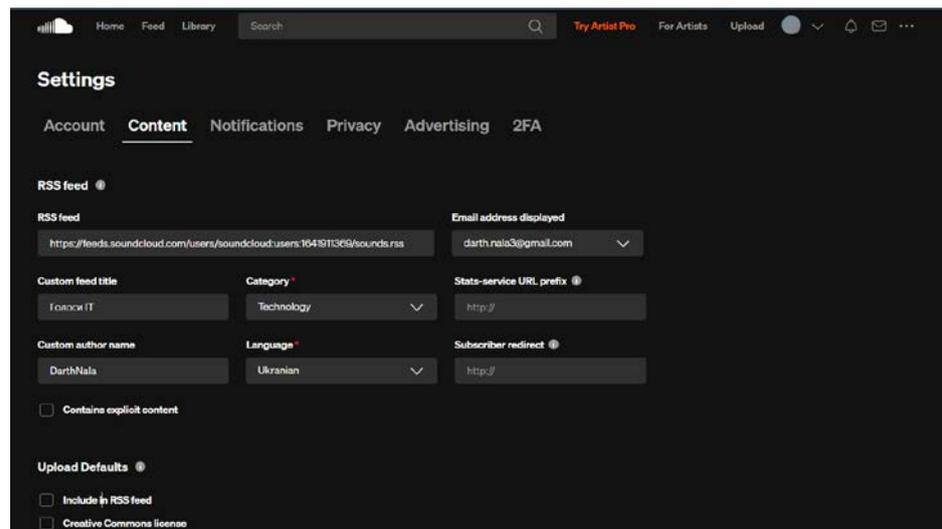


Рис. 24. Налаштування акаунту SoundCloud

Наступним кроком опубліковано випуск подкасту (рисунок 25).

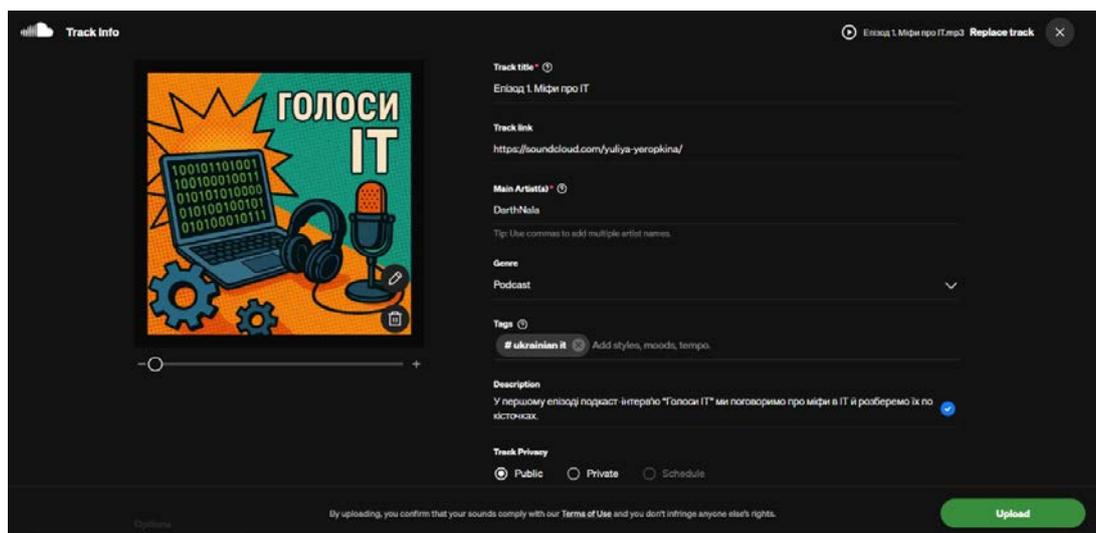


Рис. 25. Завантаження випуску подкасту на платформу SoundCloud

Таким чином з періодичністю в один день опубліковано три створені епізоди подкасту «Голоси в IT»: 1 епізод «Міфи про IT» [16], 2 епізод «Жінки в IT: кар'єра без стереотипів» [17], 3 епізод «IT під час війни: робота на економіку і донати» [18].

Висновки до розділу 3

У практичній частині дослідження проведено порівняльний аналіз подкастів на українському медіаринку. З'ясовано, що медіа й окремі автори

формують подкастинг різнотематичного спрямування, який охоплює воєнний напрямок, аналітику, освітні, культурні, спортивні, політичні, економічні й соціальний спрямування, бізнес. Так подкасти активно виконують інформативну, аналітичну, просвітницьку й соціальну функції медіаконтенту і постають як інструмент незалежної журналістики.

Проаналізовано і відтворено на практиці повний цикл створення подкастів. Сформовано ідею подкасту «Голоси ІТ» та його концепцію, мету проєкту. Сформульовано тематику випусків та розроблено сценарії до кожного, залучено гостей – експертів у сфері ІТ. Досліджено необхідне технічне устаткування та умови для створення подкастів та здійснено запис їх на основі складених сценаріїв. Проведено монтаж і оформлення проєкту, а готові випуски подкасту поширено на сервісі SoundCloud.

ВИСНОВКИ

1. Досліджено, що розвиток подкастингу у світовому медіаландшафті відбувається вже 20 років, з визначальними поштовхами у 2005, 2014 та 2020 рр, які стали основою формування системи подкастингу у світі. В Україні віха інтеграції подкастингу у медіакультуру розпочалась у 2020 році. Формат розвивається з урахуванням власних медійних, культурних і соціальних особливостей.

З'ясовано, що український ринок подкастингу знаходиться на стадії формування. Разом з тим вже наявна жанрова різноманітність створених подкастів, що охоплює теми культури, спорту, технологія, війни, економі, внутрішню та зовнішню політику тощо. Спостерігаємо й активне використання подкастингу окремими авторами й активну інтеграцію подкастів у роботу медіа.

2. Досліджено різноманітність підходів до класифікації подкастів, яка може здійснюватись за технічними, змістовими, формальними чи специфічними ознаками, що зумовлює гнучкий підхід для визначення типів і видів подкастів.

3. Визначено, що подкаст як інструмент незалежної журналістики характеризується простотою створення, свободи автора встановлювати порядок денний і відсутністю редакційного контролю. На відміну від традиційних медіа, які часто залежать від власників, політичних чи бізнесових інтересів, формат подкастингу забезпечує самостійний добір автором теми й формату, що дозволяє розкривати питання, які традиційні великі медіа не висвітлюють у своїй діяльності. Фінансування через донати та підписки зменшує залежність авторів від рекламодавців і сприяє редакційній автономії. Попри наявність ризиків однобічності, недостатньо критичного сприйняття інформації аудиторією, подкастинг розширяє медіаплюралізм, надаючи творцям можливість висвітлювати різні погляди й підтримуючи демократичне обговорення суспільно-значущих тем.

4. З'ясовано, що технологія створення подкастів ґрунтується на поєднанні творчих рішень і технічних інструментів, що забезпечують високу якість аудіоконтенту. Сучасні технології зробили подкастинг відкритим і гнучким медіаформатом, до якого можуть звертатись і великі медіа, і окремі творці. Проте успіх подкасту визначається не лише технічною базою, а й організованістю виробничого процесу та вмінням використовувати цифрові інструменти для взаємодії зі слухачами.

5. Досліджено, що подкастинг як інструмент журналістики, повинен підпорядковуватись професійним стандартам – балансу думок і точок зору, достовірності, відокремлення фактів і коментарів, точності, повності й оперативності. Ці стандарти адаптуються під особливості розмовного стилю, серійності епізодів, виробничого процесу формату подкасту, разом з тим залишаючись актуальними для творення якісного контенту. Обов'язковим є дотримання етичних принципів для впровадження в медіаландшафт відповідального подкастингу як формату, якому притаманна довіра аудиторію. Підсумовано, що творці подкастів повинні слідувати етичним принципам прозорості, поваги, конфіденційності, інклюзивності та щирості.

6. Проаналізовано особливості взаємодії творців з аудиторією, її двосторонній характер та активну інтеграцію різних типів комунікації – звернень до слухачів в режимі реального часу, опитування й голосування, розширення взаємодії через соціальні мережі, вебсайти. Ці інструменти надають можливість об'єднувати слухачів в унікальні спільноти й відчувати себе співтворцями аудіоконтенту.

7. У практичній частині дослідження проведено порівняльний аналіз подкастів на українському медіаринку. З'ясовано, що медіа й окремі автори формують подкастинг різноматичного спрямування, який охоплює воєнний напрямок, аналітику, освітні, культурні, спортивні, політичні, економічні й соціальний спрямування, бізнес. Так подкасти активно виконують інформативну, аналітичну, просвітницьку й соціальну функції медіаконтенту і постають як інструмент незалежної журналістики.

8. Проаналізовано і відтворено на практиці повний цикл створення подкастів. Сформовано ідею подкасту «Голоси ІТ» та його концепцію, мету проєкту. Сформульовано тематику випусків та розроблено сценарії до кожного, залучено гостей – експертів у сфері ІТ. Досліджено необхідне технічне устаткування та умови для створення подкастів та здійснено запис їх на основі складених сценаріїв. Проведено монтаж і оформлення проєкту, а готові випуски подкасту поширено на сервісі SoundCloud.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. А Весла Де? YouTube. URL: https://www.youtube.com/@a_vesla_de/videos (дата звернення: 05.11.2025)
2. Афанасьєв Д. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроектів. URL: <http://surl.li/sanyb> (дата звернення: 08.10.2025)
3. Бенківська А. Подкастинг як інструмент маркетингових комунікацій. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. Т. 2. № 17 (39). С. 15-20.
4. Бойчук А. Що таке подкасти і як ними користуватися? URL : <https://iporada.com/shcho-take-podkasty> (дата звернення: 08.10.2025)
5. Булах Т. Класифікація подкастів як наукова проблема. *Прикладні соціально-комунікаційні технології*. 2023. Т. 34 (73). Вип. №6. С. 205-211.
6. Булах Т. Специфіка розвитку подкастингу в 2020–2025 рр. *Образ*. 2025. Вип. №2 (48). С. 45–55.
7. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. Вип. № 1. С. 72–79.
8. Галка Л. Як зробити свій подкаст в Україні? Розповідають автори трьох успішних проектів. Хмарочос : веб-сайт. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/08/13/yak-zrobyty-svij-podkast-v-ukrayini-rozpovidayut-avtory-troh-uspishnyh-proektiv/> (дата звернення: 20.10.2025)
9. Данилюк С. Подкаст як засіб формування професійної компетентності сучасних фахівців. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2014. Вип. №34. С. 153–160.
10. Діалоги з Віталієм Портниковим. РадіоСвобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/dialohy-z-portnykovym> (дата звернення: 05.11.2025)

- 11.Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо. Теле-та радіожурналістика. 2017. Вип. №16. С. 97–101
- 12.Дмитровський О. Подкаст-програми та блоги: основні аспекти їх створення. Теле- та радіожурналістика. 2014. Вип. №13. С. 210–213.
- 13.Досенко А. Подкаст-журналістика як популярний вид радіодіяльності в Інтернеті в ХХІ столітті. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. Вип. № 4. С. 46–50.
- 14.Дослідження «Портрет українського подкастера». URL: <https://drive.google.com/file/d/1ie1N722fiVfJ0ScZ7zpYX59V8HFEJ1yd/view> (дата звернення 06.10.2025)
- 15.Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. Adsider. URL: <https://adsider.com/ua/poslukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-ta-sviti/> (дата звернення: 06.10.2025)
- 16.Епізод 1. Міфи про ІТ. SoundCloud URL: https://soundcloud.com/yuliia_d/epizod-1-mifi-pro-it
- 17.Епізод 2. Жінки в ІТ. SoundCloud URL: https://soundcloud.com/yuliia_d/epizod-2-zhinki-v-it
- 18.Епізод 3. ІТ під час війни. SoundCloud URL: https://soundcloud.com/yuliia_d/epizod-3-it-pid-chas-vijni
- 19.З'явився подкаст з розмовами дітей про їхнє повсякдення та мрії. Bazilik. URL: <https://bazilik.media/z-iavyvsia-podkast-z-rozmovamy-ditej-pro-ikhnie-povsiakdennia-ta-mrii/> (дата звернення: 05.11.2025)
- 20.Завадський Ю. Р. Віртуальна література. Нарис типології та поетики. Тернопіль : Підручники і посібники, 2009. 130 с.
- 21.Закрив раунд. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@zakryvlive> (дата звернення: 05.11.2025)
- 22.Запах слова. hromadske : веб-сайт. URL: https://zapakhslova.hromadske.ua/?_gl=1%2Aasmfcsf%2A_gcl_au%2AMTE1MTM0NDZLjE3NDc3NzE1NTQ.%2A_ga%2AMTE1NTA00TA0Mi4x

- [NzQ3NzcxNTU0%2A_ga_FFQQ6F8PRK%2AczE3NDc3NzE1NTMkbzEkZzEkdDE3NDc3NzE1NjlkajUxJGwwJGgwJGR6VHdXcHV4a2x1VVFicm hEODFITjdEMk5CYkp2cjBDR1Fn%2A_ga_QRXBZKGOYN%2AczE3NDc3NzE1NTMkbzEkZzEkdDE3NDc3NzE1NjlkajUxJGwwJGgwJGRoa3F0TkdZSy1QSV9JeDlNWXM1SVhjUnREWGxxVFJWekdn](https://www.radiosvoboda.org/istorychna) (дата звернення: 05.11.2025)
- 23.Ігнатенко О. Технологія подкастів як засіб навчання у вищих навчальних закладах. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Серія : Педагогічні науки.* 2011. Вип. № 88. С. 77–80.
- 24.Інсайти українського подкастингу 2025: що вже змінилось і що буде далі. Суспільне Культура. URL: <https://suspilne.media/culture/1122062-insajti-ukrainskogo-podkastingu-2025-so-vze-zminilos-i-so-bude-dali/> (дата звернення: 10.10.2025)
- 25.Історична свобода. РадіоСвобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/istorychna> (дата звернення: 05.11.2025)
- 26.Кравченко М. Я подкастер. Де мої гроші? Media Lab. URL: <https://medialab.online/news/de-moi-hroshi/> (дата звернення: 20.10.2025)
- 27.Круглій О. Як медіа формують спільноту навколо подкастів – 4 українські кейси. Медіамейкер. 2024. URL: <https://mediamaker.me/yakmedia-formuyut-spilnotu-navkolo-podkastiv-4-ukrayinski-kejsy-7507/> (дата звернення: 24.10.2025)
- 28.Махновська Ю., Мудра І. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія : Журналістика.* 2023. Вип. № 5. С. 40–49
- 29.Мірошніченко П. Подкаст як тренд радіожурналістики. Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (28 квіт. 2021 р.). Запоріжжя. 2021. С. 110-112.

30. Найкращі подкасти для кожного: топ-10 рекомендацій на 2025 рік. Vector. URL: <https://vctr.media/ua/najkrashhi-podkasti-dlya-kozhnogo-top-10-rekomendaczij-na-2025-rik-270633/> (дата звернення: 05.11.2025)
31. (не)Безпечна Країна. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/6319dfdc6cc5b/> (дата звернення: 05.11.2025)
32. Новий подкаст «Не під запис» про комунікаційні кейси українських бізнесів. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/224494/2024-03-22-novyy-podkast-ne-pid-zapys-pro-komunikatsiyni-keysy-ukrainskykh-biznesiv/> (дата звернення: 05.11.2025)
33. Новини Приазов'я. РадіоСвобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/z/22960> (дата звернення: 05.11.2025)
34. Перефарбований лис. Spotify. URL: <https://open.spotify.com/show/6mg10VltrePB1w7IWda2Et> (дата звернення: 05.11.2025)
35. Подкасти, їх творці та явище подкастингу: новий формат контенту з українським акцентом. Artmisto. URL: <https://artmisto.net/content/podkasti-podkasteri-i-podkasting-noviy-kontent-ukrayinska-specifika/> (дата звернення 06.10.2025)
36. Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених. URL : <https://zounb.zp.ua/node/4226> (дата звернення: 06.10.2025)
37. Програма для запису та монтажу звуку «Adobe Audition». URL : <https://www.adobe.com/ua/products/audition.html> (дата звернення: 20.10.2025)
38. Професійні журналістські стандарти: інформаційна довідка. Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/advice/profesijni-zhurnalistski-standarty-normatyvna-dovidka-i31933> (дата звернення: 22.10.2025)

- 39.Радіо.Донбас.Реалії. РадіоСвобода. URL:
<https://www.radiosvoboda.org/radiodr/episodes> (дата звернення:
 05.11.2025)
- 40.Сила сміливих. Podcasts. URL:
<https://podcasts.apple.com/ua/podcast/%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B0-%D1%81%D0%BC%D1%96%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D1%85/id1687166262> (дата звернення: 05.11.2025)
- 41.Сімончук О. Як працюють подкасти. Bazilik. URL:
<https://bazilik.media/iak-pratsiuiut-podkasty> (дата звернення: 20.10.2025)
- 42.Слушно. MEGOGO. URL: https://megogo.net/ua/megogo_audio_awards
 (дата звернення 06.10.2025)
- 43.Страшко І. В. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. №71. С. 83–89.
- 44.СУЧЦУКРМУЗ. hromadske. URL: https://such-tsukrmuz.hromadske.ua/?_gl=1%2Aasmfcsf%2A_gcl_au%2AMTEhMTM0NDZLjE3NDc3NzE1NTQ.%2A_ga%2AMTE1NTA0OTA0Mi4xNzQ3NzcxNTU0%2A_ga_FFQQ6F8PRK%2AczE3NDc3NzE1NTMkbzEkZzEkdDE3NDc3NzE1NjlkajUxJGwwJGgwJGR6VHdXcHV4a2x1VVVFIcmhEODFITjdEMk5CYkp2cjBDR1Fn%2A_ga_QRxBZKG0YN%2AczE3NDc3NzE1NTMkbzEkZzEkdDE3NDc3NzE1NjlkajUxJGwwJGgwJGRoa3F0TkZSy1QSV9JеDINWXM1SVhjUnREWGxxVFJWekdn (дата звернення: 05.11.2025)
- 45.У справах військових. Суспільне Культура. URL:
<https://suspilne.media/culture/page/y-spravah-viyskovih-podcast/> (дата звернення: 05.11.2025)
- 46.Українська – це просто на Хіт FM. Podcasts. URL:
<https://podcasts.apple.com/in/podcast/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D1%86%D0%B5->

- [%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D1%85%D1%96%D1%82-fm/id1508172487](#) (дата звернення: 05.11.2025)
47. УП. Чат. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/66e435ebbe295/> (дата звернення: 05.11.2025)
48. Фурсич. NV. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/423-fursych.html> (дата звернення: 05.11.2025)
49. Хівренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023> (дата звернення: 20.10.2025)
50. Хроніки економіки. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/63bff58767d28/> (дата звернення: 05.11.2025)
51. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроектів. Суспільне: Культура. URL: <https://suspilne.media/287105-miznarodnij-den-podkastiv-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkastiv/> (дата звернення: 10.10.2025)
52. Хто створює подкасти в Україні та як на них заробити? Детектор медіа : веб-сайт. URL: <https://ms.detector.media/radio/post/24116/2020-01-23-khto-stvoryue-podkasti-v-ukraini-ta-yak-na-nikh-zarobiti> (дата звернення: 20.10.2025)
53. Що таке подкаст і як його створити: техніка та програми для запису. Stylus. URL: <https://blog.stls.store/uk/1504.html> (дата звернення: 20.10.2025)
54. 11 Ways To Grow A Podcast Audience Organically. Cue. URL: <https://www.cuepodcasts.com/post/grow-a-podcast-audience> (дата звернення 24.10.2025)

- 55.Allen J., Arechar A. A., Pennycook G., Rand D. G. Scaling up factchecking using the wisdom of crowds. *Science Advances*. 2021. Vol. 7(36). URL: <https://www.science.org/doi/epdf/10.1126/sciadv.abf4393> (дата звернення: 10.10.225)
- 56.Baelo-Allué S. Transhumanism, transmedia and the serialpodcast: Redefining storytelling in times of enhancement. *International Journal of English Studies*. 2019. Vol. 19(1). P. 113–131.
- 57.Bonini T. B. The ‘Second Age’ of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *Quaderns Del CAC*. 2015. Vol. 41(18). P. 21–30.
- 58.Ciccarelli D. The Complete History of Podcasts. *Voices*. URL: <https://www.voices.com/blog/history-of-podcasts/> (дата звернення 06.10.2025)
- 59.Світ не Sweet. Подкаст про міжнародку. Українська правда : веб-сайт. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/63c2e4ae29c3f/> (дата звернення 05.11.225)
- 60.Dekavalla M. Gaining trust: The articulation of transparency by YouTube fashion and beauty content creators. *Media, Culture & Society*. 2020. Vol. 42(1). P. 75–92.
- 61.F1Podcast. NV. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/73-f1podcast.html> (дата звернення: 05.11.2025)
- 62.Frary M. Power to the podcast: Podcasting is bringing a whole new audience to radio and giving investigative journalism a boost. Plus, our handy guide to making your own podcasts. URL : <https://doi.org/10.1177/0306422017730789> (дата звернення 10.10.2025)
- 63.García-Marín D. Mapping the factors that determine engagement in podcasting: Design from the users and podcasters experience. *Communication & Society*. 2020. Vol. 33(2). P. 49–63.
- 64.Handbook of independent journalism. URL: <https://dokumen.pub/handbook-of-independent-journalism.html> (дата звернення 08.10.2025)

65. Hobson J. How I use it: Podcasts. *Occupational Medicine*. 2012. Vol. 62(5). P. 394.
66. Karlsson M., Örnebring H. Journalistic Autonomy. URL: <https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-829?d=%2F10.1093%2Facrefore%2F9780190228613.001.0001%2Facrefore-9780190228613-e-829&p=emailAAw0QRrJHuncM&> (дата звернення 08.10.2025)
67. Karppinen K., Moe Hallvard. What we talk about when talk about “media independence”. *Javnost: The Public*. 2016. Vol. 23. №. 2. P. 105–119. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/13183222.2016.1162986?needAccess=true> (дата звернення: 08.10.2025)
68. Larisu Z., Malik A. Podcast Trends as an Alternative Medium of Independent Journalism: a Study of Audience Perceptions of the Redibility and Objectivity of Information. *Journal of Dialogos: Jurnal Ilmu Komunikasi*. 2025. Vol. 2. No. 3. P. 14–23. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2463921> (дата звернення 06.10.2025)
69. McClung S. Ph., Johnson K. M. Examining the Motives of Podcast Users. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376521003719391> (дата звернення: 08.10.2025).
70. McCracken E. *The Serial Podcast and Storytelling in the Digital Age*. London : Routledge, 2017. 117 p.
71. Nee R. C., Santana A. D. Podcasting the Pandemic: Exploring Storytelling Formats and Shifting Journalistic Norms in News Podcasts Related to the Coronavirus. *Journalism Practice*. 2022. Vol. 16(8). P. 1559–1577.
72. Perks L. G., Turner J. S. Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. *Mass Communication and Society*. 2019. Vol. 22(1). P. 96–116.

73. Pocket Casts gets podcast transcription feature. Mezha. URL: <https://mezha.media/en/news/pocket-casts-generated-transcripts-301513/> (дата звернення: 20.10.2025)
74. Podcasting Ethics: Best Practices for Responsible Content Creation. Podium. URL: <https://hello.podium.page/blog/podcasting-ethics-best-practices-for-responsible-content-creation> (дата звернення: 22.10.2025)
75. Podcasts as the New Radio: Shaping the Future of Storytelling Mbai Alfred Mombo St. Paul's University. *African Multidisciplinary Journal of Research (AMJR) Special Issue 1*. 2025. Vol. 1. P. 551–563.
76. Rainsbury J. W., McDonnell S. M. Podcasts: an educational revolution in the making? *Journal of the Royal Society of Medicine*. 2006. № 99. P. 481–482.
77. Santo A. 8 Types of Podcasts: The Complete Guide to Audio Content Marketing. Braffon. URL: <https://www.braffon.com/blog/video-marketing/types-of-podcasts/> (дата звернення: 08.10.2025)
78. Spinelli M., Dann L. Podcasting: The Audio Media Revolution. New York : Bloomsbury Publishing, 2019. 280 p.
79. Sullivan, J. L. (The Platforms of Podcasting: Past and Present. *Social Media+Society*. 2019. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305119880002> (дата звернення: 08.10.2025)
80. The Rise of Interactive Podcasting: Engaging Your Audience Beyond the Mic. Command Your Brand. URL: <https://commandyourbrand.com/the-rise-of-interactive-podcasting-engaging-your-audience-beyond-the-mic/> (дата звернення: 24.10.2025)
81. The Rise of Interactive Podcasts: Engaging Audiences in Real Time. Finchley Studio. URL: <https://www.finchley.co.uk/finchley-learning/the-rise-of-interactive-podcasts-engaging-audiences-in-real-time> (дата звернення: 24.10.2025)

82. The Pros and Cons of Podcasting. Shift. URL: <https://www.shiftcomm.com/insights/pros-cons-podcasting/> (дата звернення: 10.10.2025)
83. Thorbjørnsrud K., Figenschou T. U. The Alarmed Citizen: Fear, Mistrust, and Alternative Media. *Journalism Practice*. 2022. Vol. 16(5). URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2020.1825113#abstract> (дата звернення: 10.10.2025)
84. UNZIP | Подкаст. Суспільне Культура : веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/culture/page/UNZIP-podcast/> (дата звернення: 05.11.2025)
85. Wellman M. L., Stoldt R., Tully M., Ekdale B. Ethics of Authenticity: Social Media Influencers and the Production of Sponsored Content. *Journal of Media Ethics*. 2020. Vol. 35(2). P. 68–82.
86. Whipple K., Ashe I., Cueva Chacón L. M. Examining Podcast Listeners Perceptions of the Journalistic Functions of Podcasts. *Electronic News*. 2023. Vol. 17(1). P. 40–66.

ДОДАТКИ

Додаток 1

Епізод 1

«Міфи про ІТ»

1. Вступ (5 хв)

Музичний джінгл.

Ведуча: *Привіт! Це перший епізод нашого подкасту про айті. Тут ми говоримо чесно: як це працює, хто за цим стоїть і що відбувається за межами гучних заголовків. Сьогодні у нас тема дуже популярна — міфи про айті. Ви точно чули фрази “айтішники мільйони заробляють”, “в айті легко увійти”, “вони цілий день грають у приставку” і багато інших. Сьогодні ми ці міфи розберемо по кісточках. І в мене в гостях — (Ім'я), (посада). Привіт! Розкажи коротко про себе: що саме ти робиш в айті, скільки років у сфері, як туди потрапив?*

Гість: *Коротко розповідає.*

Ведуча: *Супер! Тепер переходимо до найсолодшого — міфів.*

2. Основна частина: міфи про айті (15 хв)

2.1. Міф 1 Потрібна профільна освіта, щоб стартувати в ІТ

Ведуча: *Отже, міф перший. Ніби в ІТ неможливо потрапити без технічного диплому. Що скажеш?*

Гість: *відповідь*

Ведуча: *Отже, профільна освіта — це опція, але точно не бар'єр для входу.*

2.2. Міф 2 Усі айтішники — програмісти

Ведуча: *Міф номер два — що айтішники це виключно люди, які пишуть код. Але ми знаємо, що ІТ давно стало цілим всесвітом професій.*

Гість: *відповідь*

Ведуча: *Тож для тих, хто хоче в ІТ, але не хоче писати код — двері відкриті. Професій десятки.*

2.3. Міф 3 Дівчатам дуже важко знайти себе в ІТ

Ведуча: Наступний міф — що жінкам у ІТ важче. Чи багато у тебе колеганок-дівчат?

Гість: *відповідь*

Ведуча: *Стереотипів меншає, і це чудово. Дівчата в ІТ — це вже норма, і їх буде ще більше.*

2.4. Міф 4 Я занадто старий або молодий для ІТ

Ведуча: *Далі — міф про вік. Мовляв, починати треба лише в 18 чи 20, а після 30 вже все пізно. Наскільки це відповідає реальності?*

Гість: *відповідь*

Ведуча: *Отже, вік — це не межа, а просто цифра.*

2.5. Міф 5 Стати айтишником легко і швидко

Ведуча: *Ну і класика — що айтишником можна стати за місяць. На цьому будують рекламу половина курсів. Але що з цього правда?*

Гість: *відповідь*

Ведуча: *Тож миттєво айтишником ніхто не стає. Це марафон, а не спринт.*

3. Завершення (1 хв)

Ведуча: *Сьогодні ми розібрали п'ять найпоширеніших міфів про ІТ і побачили одне: ця сфера відкрита для всіх, але потребує праці, часу та справжньої відданості. Дякую нашому гостю (Ім'я) і вам, слухачі. Почуємось у наступному епізоді!*

Музичний джінгл.

Епізод 2

Жінки в ІТ: кар'єра без стереотипів

1. Вступ (3 хв)

Музичний джінгл

Ведуча: *Привіт! Це подкаст про айті без ілюзій і стереотипів. Сьогодні говоримо про тему, яка важлива не тільки для ринку, а й для суспільства — роль жінок в ІТ. Хто вони? Як вони будують кар'єру? І чому «дівчата в ІТ» — це вже не тренд, а норма? В мене в гостях сьогодні айті-фахівчиня (ім'я гості). Привіт! Розкажи: хто ти, чим займаєшся у компанії та як прийшла в айті?*

2. Основна частина (16 хв)

- 1) Розкажи, будь ласка, як почався твій шлях в ІТ і як ти обрала свою спеціальність?
- 2) Чи відчувала ти тиск суспільства або стереотипи на старті?
- 3) Які навички стали ключовими на твоєму шляху — технічні чи «м'які»?
- 4) Чи траплялись ситуації, коли тебе недооцінювали через те, що ти дівчина? Як ти реагувала?
- 5) На твою думку, чи потрібно жінкам докладати більше зусиль, щоб довести свою компетентність?
- 6) Чи бачиш ти зміни у сфері з роками? Які гендерні стереотипи зникають, а які ще залишаються?
- 7) Як ти поєднуєш роботу, розвиток і особисте життя? Чи є в тебе рецепт балансу?
- 8) Яку пораду ти б дала дівчатам, які тільки думають про ІТ або сумніваються у своїх силах?

3. Завершення (1 хв)

Ведуча: *Дякую тобі за цю щирю розмову. Мені здається, що такі історії — це найкраще підтвердження, що ІТ — це сфера можливостей, а не стереотипів. Дякую всім, хто слухав. Почуємось у наступному епізоді!*

Музичний джінгл.

Епізод 3

ІТ під час війни: робота на економіку і донати

1. Вступ (3 хв)

Музичний джінгл

Ведуча: *Привіт! Це епізод «Айти під час війни: робота на економіку і донати». Сьогодні ми поговоримо про те, як ІТ-спільнота допомагає країні — не лише через податки та робочі місця, а й через волонтерство, донати та технологічні ініціативи. У мене в гостях — (ім'я гостя), (посада), який/яка продовжує працювати в українському ІТ навіть під час повномасштабної війни. (Ім'я), дякую, що приєднався/приєдналася.*

2. Основна частина (16 хв)

- 1) Як війна вплинула на твою роботу та команду? Чи довелося адаптуватися до нових умов?
- 2) Що допомогло зберегти робочий процес та стабільність у найважчі місяці?
- 3) Як ти оцінюєш роль українського ІТ у підтримці економіки під час війни?
- 4) Як змінилася робота компаній: відтік фахівців, ріст, нові ринки?
- 5) Багато айтишників донатять та волонтерять. Чим займаєшся особисто ти і твоя команда?
- 6) Що мотивує тебе продовжувати донатити та допомагати, навіть коли часи нестабільні?
- 7) Як удається працювати під час постійного стресу? Чи є особисті методи підтримання ресурсності?
- 8) Яким ти бачиш українське ІТ після перемоги? Чи має потенціал стати технологічним центром світу?

3. Завершення (1 хв)

Ведуча: *Дякую тобі за чесність і за роботу, яку ти робиш під час війни — професійну, волонтерську, людську. IT сьогодні — це стабільність економіки, а донати — це реальний вклад у нашу перемогу. Дякую всім слухачам, що були з нами. Почуємось у наступному епізоді!*

Музичний джінгл.