

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ, КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВА
КАФЕДРА ІНФОРМАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ О.А. Політова

« _____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(творчий авторський проєкт)

на тему:

РОЛЬ АУДІОСУПРОВОДУ У ПОДКАСТАХ

випускниці першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:

студентка IV курсу, групи ВТПб-1-21-4.0д

Остроухова Дар'я Сергіївна

Науковий керівник:

кандидат педагогічних наук, доцент

Терещенко Наталія Миколаївна

Київ-2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДІОСУПРОВОДУ У	
ПОДКАСТАХ	7
1.1. Поняття та особливості аудіосупроводу у медійному контенті	7
1.2. Види та класифікація аудіосупроводу в подкастах	13
1.3. Вплив звукового оформлення на сприйняття слухачем	20
1.4. Методологія аналізу аудіосупроводу у подкастах	26
Висновки до 1 розділу	31
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ	
АУДІОСУПРОВОДУ В ПОДКАСТАХ	34
2.1. Складові звукового оформлення у популярних подкастах	34
2.2. Вплив різних типів аудіосупроводу на сприйняття слухачами (аналіз отриманих даних)	39
2.3. Розробка та реалізація аудіовізуального продукту на основі отриманих результатів	42
Висновки до II розділу	53
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56

РЕФЕРАТ

Тема кваліфікаційної роботи бакалавра: «Роль аудіосупроводу у подкастах»

Обсяг основного тексту: 58 сторінки

Кількість використаних джерел: 24

Ключові слова: аудіосупровід, звукові компоненти, медіапростір, подкаст.

Мета творчого проєкту полягає у теоретичному осмисленні ролі аудіосупроводу у підкаста; уточненні класифікації звукових компонентів аудіосупроводу для кращого розуміння та їхнього практичного використання у різних жанрах подкастів.

Об'єктом дослідження – є аудіосупровід у подкастах як елемент медійного контенту.

Предмет дослідження – роль аудіосупроводу (звукових компонентів) у подкастах, їх функціональне призначення та вплив на сприйняття слухачем.

Методи реалізації творчого проєкту. Під час дослідження були використані такі методи: теоретичний аналіз джерел з радіо- та подкаст-сторітелінгу; контент-аналіз аудіоряду вибраних епізодів подкастів (для виявлення використовуваних звукових елементів); метод типологізації для класифікації аудіосупроводу за визначеними ознаками; порівняльний аналіз застосування звукових елементів у подкастах різних жанрів; штучний інтелект як засіб узагальнення великих об'ємів інформації.

Творча новизна отриманих результатів. У рамках дослідження було запропоновано власну класифікацію ролі звукових компонентів подкасту, що базується на функціональному та емоційному підходах до звуку.

Апробація результатів дослідження, публікації. Результати дослідження були представлені у доповіді на X всеукраїнській науково-практичній конференції студентів,аспірантів, докторантів і молодий вчених«Бібліотека, книга та медіа в сучасній культурі» (м.Київ, 11 листопада 2024 р.).

ВСТУП

Актуальність теми творчого проєкту Аудіосупровід є важливим елементом подкастів, адже він впливає на сприйняття контенту, емоційний фон та загальну атмосферу. Подкасти, як форма медіа, набули величезної популярності у останні роки завдяки зручності споживання інформації в будь-який час і в будь-якому місці. З кожним роком зростає кількість подкастів, які охоплюють найрізноманітніші теми: від новин і політики до розваг, науки, бізнесу та освіти. Важливим аспектом цих аудіоформатів є їхнє звукове оформлення, що включає не лише голосові повідомлення ведучих, але й різноманітні аудіоеlementи, які доповнюють контент.

У зв'язку з цією тенденцією, вивчення класифікації аудіосупроводу у подкастах набуває значної актуальності. Аудіосупровід подкасту може включати різні компоненти: музичні вставки, звукові ефекти, інтерв'ю, фонові звуки та інші елементи, що створюють певний настрій або підкреслюють важливі моменти. Однак не всі ці компоненти виконують однакові функції та мають однаковий вплив на сприйняття контенту слухачами.

Стан розробки проблеми дослідження. Проблеми розвитку подкастингу привернули увагу багатьох українських та закордонних науковців (Д. Афанасьєв, Т. Боніні, О. Дмитровський, К. Дрю, О. Кирилова, І. Мудра, Ю. Майхровська, Г. Царик та інші). Проте питання аудіосупроводу в подкастах потребує ще ґрунтовного вивчення.

Мета творчого проєкту полягає у теоретичному осмисленні ролі аудіосупроводу у підкаста; уточненні класифікації звукових компонентів аудіосупроводу для кращого розуміння та їхнього практичного використання у різних жанрах подкастів.

Відповідно до визначеної мети та для її досягнення, визначено наступні **завдання:**

- розглянути теоретичні аспекти щодо використання аудіосупроводу у подкастах; визначити різні типи аудіоеlementів та їх функціональне

значення у звуковому оформленні;

- дослідити роль аудіосупроводу у подкастах;
- дослідити механізми використання звукових компонентів у підсиленні основного меседжу, взаємодії з аудиторією та покращенні споживання контенту.
- розробити робочу документацію з обґрунтування власного авторського творчого проєкту та його реалізації;
- створення та представлення власного авторського творчого проєкту на тему «Як бути керівником у 2025 році?».

Об'єктом дослідження – є аудіосупровід у подкастах як елемент медійного контенту.

Предмет дослідження – роль аудіосупроводу (звукових компонентів) у подкастах, їх функціональне призначення та вплив на сприйняття слухачем.

Методи реалізації творчого проєкту. Під час дослідження були використані такі методи: теоретичний аналіз джерел з радіо- та подкаст-сторітелінгу; контент-аналіз аудіоряду вибраних епізодів подкастів (для виявлення використовуваних звукових елементів); метод типологізації для класифікації аудіосупроводу за визначеними ознаками; порівняльний аналіз застосування звукових елементів у подкастах різних жанрів; штучний інтелект як засіб узагальнення великих об'ємів інформації.

Інформаційною базою для роботи над кваліфікаційною роботою стали: підручники, монографії, наукові статті вітчизняних та зарубіжних авторів з проблеми; електронні ресурси, ресурси Інтернет, відео- та аудіоресурси тощо.

Творча новизна отриманих результатів. У рамках дослідження було запропоновано власну класифікацію ролі звукових компонентів подкасту, що базується на функціональному та емоційному підходах до звуку. На відміну від традиційного поділу на музичні й немусичні елементи, у роботі було систематизовано три основні напрями: музичний, звуковий і голосовий супровід, з чітким розмежуванням їхніх ролей — емоційної, структурної,

ідентифікаційної. Це уточнення дозволяє ефективніше планувати звукову драматургію подкастів, що й становить наукову новизну.

Практичне значення отриманих результатів. Особистий внесок автора полягає у створенні універсальної схеми ролі аудіосупроводу, яка може бути застосована подкастерами, звукорежисерами, медіапродюсерами під час планування аудіодизайну. Результати дослідження стали основою для створення власного подкаст-продукту, де я самостійно розробила концепцію, здійснила запис, добір звукових елементів, монтаж та тестування. Це підтверджує не лише теоретичну, а й прикладну цінність дослідження, а також глибокий особистий внесок автора в реалізацію теми.

Особливу увагу було приділено взаємозв'язку між текстовим та аудіальним контентом у подкастах, а також ролі аудіосупроводу в створенні ідентичності та іміджу подкастів як медіа формату.

Практичне значення результатів дослідження полягає у визначення найефективніші практики використання аудіосупроводу у створення успішних аудіоконтентів. Результати дослідження сприятимуть поглибленню розумінню ролі аудіосупроводу підкастів як важливого елементу в медіа-просторі.

Апробація результатів дослідження, публікації. Результати дослідження були апробовані в межах X Всеукраїнської науково-практичної онлайн-конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих учених “Бібліотека, книга та медіа в сучасному просторі” 11 листопада 2024 року.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена логікою та визначена послідовністю вирішення основних завдань дослідження. Текстова частина кваліфікаційної роботи складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, а також списку використаної літератури, яка включає 24 найменування видань, зокрема з них 10 видань англійською мовою.

Загальний обсяг тексту становить 58 сторінок. Основний зміст викладено на 43 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АУДІОСУПРОВОДУ У ПІДКАСТАХ

1.1. Поняття та особливості аудіосупроводу у медійному контенті

Нині ще відсутня чітка жанрова структура подкастів. Так, дослідники все глибше й глибше вивчають особливості контенту та постійно пропонують нові категорії, які вбирають у себе структурно-функціональну специфіку аудіоісторій. З іншого боку, технології не стоять на місці і час від часу пропонують нові техніки створення контенту, його поширення та аудиторної взаємодії.

На думку дослідниці Галини Царик, особливими характерними рисами подкасту є форма, зміст і функції, а подкастер постає продуцентом медіатексту [14, с 66].

Зокрема дослідники Оксана Кирилова та Крістофер Дрю виокремлюють такі форми подкастів, які представлені у таблиці 1.1. [9; 19].

Таблиця 1.1.

Форми подкастів

Форма подкасту	Характеристика
«швидкий постріл»	Короткі публікації до 5 хв
«оповідь»	Розповідь історію на певну тему. Історія тут відіграє роль центрального елемента та займає більшу частину 40–80-хв.
«чат-шоу»	Бесіди між двома чи більшою кількістю учасників для обговорення тем, ідей, концепцій. Тривалість не обмежена в часі.
«глибоке занурення»	Детальна розповідь про один чи кілька предметів оповіді. Зазвичай застосовує звуковий дизайн та інші наративні техніки. Тривалість 20–25 хв.
«розширений чат»	Дискусії за круглим столом, неформальний стиль, гнучкий формат з однією або кількома темами, іноді розширений монолог. Тривалість не обмежена

«огляд новин»	Випуск включає цілу низку історій. Мета лаконічно поінформувати користувачів про певні події дня.. Тривалість випуску 10–15 хв.
«мікробюлетень»	дуже короткі добірки новин (до 3 хв).

(Розроблене автором за матеріалом [9 с. 79]).

Інший науковець О. Дмитровський, зазначає, що подкастинг - це місце, де перетинаються блогінг та радіо. Фактично, подкастинг являє собою систему доставки передплатеного онлайнного аудіоматеріалу [5, с 149].

У медіа контексті звук формує суть зорових образів і диктує їх характер і розвиток [24]. Аудіосупровід – це використання звуку для покращення сприйняття та розуміння інформації, подій або середовища. Проте питання аудіосупроводу в подкастах у наукових колах майже не досліджено. Тож спробуємо його детальніше розглянути.

Аудіосупровід у медійному контенті є важливою складовою, що визначає емоційний фон, атмосферу та загальний вплив на сприйняття інформації. У сучасних медіа, таких як радіо, телебачення, кіно, відеоігри та підкасти, аудіосупровід виконує функцію не тільки доповнення візуальних елементів, але й самостійного інструмента для створення смислового навантаження і передачі настрою. Аудіо компоненти, такі як музика, звукові ефекти, голоси, інтерв'ю, природні звуки та інші елементи, допомагають зміцнити повідомлення, зробити його більш емоційно насиченим і глибоким.

Особливістю аудіосупроводу є те, що він впливає на різні рівні сприйняття контенту. Наприклад, музика може створювати настрій, що допомагає слухачу зануритися в певну атмосферу або емоційно підсилює зміст повідомлення. Звукові ефекти можуть виконувати роль підкреслення важливих моментів, збільшувати динаміку або вносити гумор у подачу матеріалу. Водночас голосове оформлення, зокрема інтерв'ю або монологи, має ключову роль у формуванні основного меседжу, адже саме голос не тільки передає

факти, а й інтонацією може додавати значення, викликати довіру або, навпаки, сумнів.

У контексті подкастів, аудіосупровід має ще одну специфічну роль. Оскільки подкаст є переважно аудіоформатом, основним каналом комунікації є саме звук. Вибір темпів, інтонацій, звукових ефектів та фонові музики може визначати, як сприйматиметься вся програма. Для подкастів важливо не лише створювати звукову палітру, яка буде комфортною для слухача, а й розуміти, як аудіоелементи взаємодіють між собою, щоб досягти гармонії та збалансованості в сприйнятті контенту.

Таким чином, аудіосупровід у медійному контенті є не лише технічним інструментом, а й важливим засобом комунікації, що має значний вплив на формування емоційного, інформаційного та культурного контексту сприйняття. Вміння грамотно застосовувати звукові елементи дозволяє створювати більш ефективні медіапродукти, що знаходять свого слухача і сприяють успішному донесенню повідомлення [18].

Аудіосупровід в медійному контенті часто виконує роль органічного доповнення до візуального або текстового матеріалу. Його основне завдання полягає не лише в забезпеченні фонові музики або ефектів, але й у підтримці темпу та настрою самого контенту. В умовах швидкої зміни медіаплатформ і розвитку нових форм комунікації, роль аудіосупроводу стає все більш значущою. Аудіоелементи можуть кардинально змінювати сприйняття якості продукту і значення переданої інформації, адже звук здатний передавати нюанси емоцій, що важко виразити тільки словами чи зображеннями.

Аудіосупровід у медіа також взаємодіє з іншими елементами контенту, наприклад, з текстовими повідомленнями або візуальними матеріалами. У такому контексті він може бути інструментом для створення контрасту або підсилення певних аспектів: спокійні, меланхолійні мелодії можуть підкреслювати серйозність теми, в той час як динамічні та веселі звукові ефекти створюють атмосферу легкості та радості. Такий підхід дозволяє залучити слухачів на глибшому рівні, підтримуючи їхню увагу протягом усього медіа-

продукту. В цьому сенсі аудіо є не тільки механізмом для донесення додаткової інформації, а й способом залучення та утримання аудиторії.

Особливістю аудіосупроводу є його здатність досягати глибокого емоційного резонансу. Звукові ефекти, темп голосу та музичний супровід можуть впливати на емоційне сприйняття, інтерпретацію інформації та навіть на поведінку слухачів [20]. Це особливо помітно в таких жанрах медіа, як підкасти або радіо, де аудіо є основним каналом комунікації. У підкастах, де часто відсутній візуальний контент, звук набуває особливої значущості. Тут важливою є навіть дрібниці, така як паузи між фразами, зміна інтонацій чи підвищення або зниження гучності звуку, оскільки всі ці елементи можуть змінити вплив на слухача.

Аудіосупровід вимагає ретельного планування та виробничого підходу. Звукові елементи повинні бути інтегровані в контент таким чином, щоб вони не відволікали від основної теми, а допомагали їй. Більше того, на різних етапах розвитку медіаплатформ звук має різну роль. В етапі продюсування медіаконтенту важливим є не лише вибір музики чи ефектів, а й їхнє змішування та коректне оформлення, що вимагає знань і навичок у галузі звукового дизайну та акустики.

Таким чином, аудіосупровід у медійному контенті є складним і багатогранним елементом, що виконують функції не тільки технічного доповнення, але й суттєвого емоційного та смислового інструменту. Вміння ефективно використовувати звукові елементи дозволяє створювати більш впливові та привабливі медіа-продукти, які здатні глибше впливати на свого слухача.

Аудіосупровід у медійному контенті має багатоаспектну природу, адже його застосування охоплює не тільки естетичні чи технічні аспекти, а й психологічні. Одна з ключових особливостей аудіосупроводу полягає в його здатності створювати зв'язок між контентом і аудиторією через емоційне сприйняття. Аудиторія реагує на звуки, музику та голоси не тільки з інтелектуальної, а й з емоційної точки зору. Завдяки цій здатності,

аудіосупровід здатен підсвічувати важливі моменти медіа-контенту, створюючи у слухача бажану реакцію або атмосферу [3]. Цей аспект особливо важливий у випадках, коли мета контенту — не лише інформувати, а й викликати емоційний відгук, змусити слухача співпереживати чи занурюватися в досвід, який передається.

Наприклад, музика може стати потужним інструментом, що підсилює певний емоційний заряд, і навіть підвищує запам'ятовуваність певних елементів. Іноді саме музичні мотиви стають символом, що асоціюється з певною ідеєю або брендом. Звукові ефекти мають здатність надавати драматизм або інтенсивність ситуаціям, що описуються в медіа-продукті. У цьому контексті аудіо не лише доповнює основний контент, але й активно впливає на його сприйняття, даючи слухачеві «інші шари» змісту.

Водночас, важливо розуміти, що надмірна кількість або некомфортне використання звукових елементів можуть стати перешкодою для сприйняття контенту. Занадто сильний акцент на звуках може відволікати слухачів від основної інформації, або створювати незручність. Тому грамотне використання аудіо вимагає не тільки творчого підходу, але й уважності до того, як саме звук взаємодіє з іншими елементами контенту — текстом, відео або навіть мовними особливостями [6].

Аудіосупровід у медіа також змінюється залежно від платформи та типу контенту. Відповідно до характеру використання медіа та його аудиторії, звук може набувати різних форм. Так, наприклад, в подкастах, які є переважно аудіоформатом, аудіо - це основний інструмент комунікації, і від нього залежить, чи буде слухач зацікавлений і продовжить слухати, чи відчуває він відразу неприємне враження через некомфортне звучання або надмірну складність сприйняття. Водночас у телебаченні чи кіно аудіосупровід часто є додатковим елементом, що підсилює візуальну частину або робить її зрозумілішою через допомогу звукових ефектів або музики, але сам по собі не є основним носієм змісту.

Ще однією особливістю є те, як різні культурні контексти можуть впливати на сприйняття звукового оформлення. Музика та звукові ефекти, які є доречними в одному регіоні чи культурі, можуть не викликати бажаного ефекту в іншому [12]. Наприклад, різні народи мають різні асоціації з певними музичними стилями, і тому те, що для однієї аудиторії є символом радості, для іншої може бути сигналом суму чи навіть небезпеки. Це важливо враховувати при створенні медіаконтенту для міжнародної аудиторії, де звучання може мати різні інтерпретації залежно від культурних стандартів та стереотипів.

Таким чином, аудіосупровід у медійному контенті є багатограним інструментом, здатним як підсилювати, так і змінювати змістовне навантаження повідомлення. Його роль виходить за межі простого доповнення до візуальної частини: це активний інструмент комунікації, що здатен змінювати сприйняття та реакцію слухачів, створювати емоційну атмосферу, а також додавати додаткові шари змісту. Тому важливість правильного вибору та використання аудіосупроводу не можна недооцінювати, оскільки він має безпосередній вплив на ефективність і привабливість медіапродукту для його цільової аудиторії.

Аудіосупровід у медійному контенті виступає не лише як додатковий елемент, а й як невід'ємна частина, що формує загальне сприйняття та спрощує процес комунікації з аудиторією. Його роль полягає в тому, щоб створювати інтерактивний зв'язок між контентом і слухачем, забезпечуючи багатий емоційний фон, що відображає глибину та нюанси переданої інформації. Звукові ефекти, музика, голоси, а також їх поєднання здатні підсилювати важливі аспекти повідомлення, залучаючи увагу слухачів, а також покращуючи їхнє розуміння і сприйняття. Аудіоелементи можуть виступати як інструменти для підкреслення певних моментів або для додання додаткових сенсів, які не можуть бути виражені через слова чи зображення [15].

Однією з важливих функцій аудіосупроводу є здатність формувати атмосферу. Це може бути як створення напруги, драматизму або ж спокою та гармонії, залежно від контексту, у якому використовується звук. Звукові

ефекти, як правило, вносять конкретизацію ситуації: вони можуть імітувати реальні звуки природи, повсякденного життя чи навіть бути абстрактними, що додає контенту фентезійного або експериментального характеру. Музика, у свою чергу, має здатність до глибокого емоційного впливу — наприклад, використання мінорних мотивів може викликати відчуття суму або тривоги, тоді як мажорні акорди створюють відчуття радості або піднесеності. Слухачі на рівні підсвідомості реагують на ці елементи, що дозволяє зміцнити зв'язок між слухачем та інформацією.

У медіаконтенті, зокрема підкастах, звуковий супровід має критичне значення через відсутність візуальних елементів. У підкастах, де основним джерелом інформації є саме звук, важливо, щоб аудіосупровід не лише підтримував наратив, але й сприяв зрозумілості та чіткості комунікації. Музика може мати роль вступу, що налаштовує слухача на певний настрій або жанр контенту, а перехід від спокійного фону до активніших звуків може сигналізувати про важливу подію чи зміну теми [17].

Ще однією особливістю аудіосупроводу є його здатність до надання відчуття простору. Психологічно люди сприймають звуки як елементи, що можуть «заповнити» навколишнє середовище, навіть якщо це відбувається лише через слух. Так, наприклад, звуки природи або урбаністичні звуки можуть створити враження присутності в конкретному місці або ж перенести слухача в інший простір, а відсутність звуків, навпаки, може наголошувати на тиші, що додає відчуття самотності чи ізоляції.

Важливою є також роль аудіосупроводу в стратегії брендування, особливо в подкастах або відео. Звукові елементи можуть бути використані для створення впізнаваності контенту або бренду. Власний стиль музики, характерні звукові ефекти чи навіть певний тембр голосу ведучого стають своєрідною візитною карткою, що дозволяє слухачам легко ідентифікувати конкретний продукт чи авторів. Цей аспект набуває значення в умовах медіапереенасичення, коли кількість подкастів чи медіа-продуктів величезна, і для досягнення успіху потрібно виділятися серед конкурентів.

Незважаючи на свою важливість, використання аудіосупроводу вимагає обережності. Він повинен бути органічно вписаним в контекст і відповідати вимогам контенту. Надмірне використання музики або ефектів може не тільки відволікати увагу від основної теми, але й навіть створювати враження, що аудіосупровід використовується не для підсилення змісту, а для заміни його. У випадку подкастів, де акцент робиться саме на слові та голосі, надмірний фон або музичні вставки можуть навіть утруднити сприйняття матеріалу, якщо не будуть достатньо виваженими.

Отже, аудіосупровід у медійному контенті не є лише технічним аспектом, а виступає важливим засобом для досягнення емоційного та комунікаційного впливу. Вміло використаний, він здатен не тільки посилити повідомлення, але й додати багатство контексту, створити атмосферу та забезпечити інтерактивний досвід для слухачів. Враховуючи значущість аудіо в умовах постійного розвитку медіа, його грамотне використання стає основою для створення успішних, захоплюючих та ефективних медіа-продуктів.

1.2. Види та класифікація аудіосупроводу в подкастах

За останні кілька років в українських медіа почали активно продукуватися подкасти. Їх можна знайти на багатьох популярних подкастових платформах (Google Podcasts, Souncloud та Apple Podcasts). У своїй статті Авторки І. Мудра та Ю. Майхровська, подають класифікація подкастів, яка включає чотири основних їх типи:

1. аудіоподкаст – аудіофайл, який являє собою запис за допомогою звичайного мікрофона – ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, які становлять інтерес і користь для цільової аудиторії;
2. відеоподкаст – відеофайл із виступом на певну тему, знятий за допомогою цифрової відеокамери;
3. скрінкаст – за допомогою спеціальної програми на екрані комп'ютера записуються дії разом із аудіокоментарями;

4. скайпкаст – голосова розмова, записана за допомогою програми скайп [11, с. 42].

Важливою складовою подкасту може виступати аудіосупровід. Він включає різноманітні звукові елементи, які виконують важливу роль у створенні загальної атмосфери і взаємодії з аудиторією. Одним з таких звукових елементів є музика.

Проте, на початку спробуємо представити звукові елементи у вигляді класифікації (таблиця 1.2.)

Таблиця 1.2.

Класифікація аудіосупроводу в подкастах

Вид звукового елементу	Коротка характеристика
Музика (музичний супровід)	Вступна музика є коротким, але важливим елементом, який підкреслює тон і стиль подкасту.
	Фонова музика не привертає увагу до себе, а доповнює основний контент, створює потрібну атмосферу, не відволікає слухача від головної теми.
	Фінальна (прикінцева) музика – коротко ємка, узагальнююча.
Звукові ефекти (звуки природи, звуки міста, побуту тощо)	Розширюють контекст та тематику подкасту, створюють емоційний вплив, формують атмосферу та простір,
Голос (ведучого, гостя)	Головний елемент передачі інформації, комунікацій, емоційного забарвлення тощо

(розроблено автором)

Розглянемо ці елементи детальніше.

Музика чи то музичний супровід є одним з основних компонентів аудіосупроводу, і має здатність кардинально змінювати сприйняття подкасту. Вступна музика відіграє важливу роль у формуванні перших вражень, вона дозволяє слухачеві зануритися в контекст, задаючи тон всьому епізоду. У випадку, коли подкаст має певну тематичну спрямованість, музика може

підсилювати атмосферу або підкреслювати специфічні емоції, що виникають у процесі слухання.

Так, вступна музика може бути енергійною або спокійною, в залежності від того, чи прагне автор підняти настрій слухачів чи налаштувати на серйознішу розмову.

Особливо важливою є музика, яка використовується для створення фонового звучання протягом основного контенту. Така музика не повинна відволікати слухачів від основного змісту, але й не повинна бути занадто нейтральною, щоб не втратити своєї ролі в загальному аудіовраженні. Вона має служити як підтримка розмови, підсилюючи певні емоційні моменти або роблячи контент більш динамічним. Фонові звуки можуть створювати відчуття простору або часу, наприклад, додаючи атмосферу історичного контексту або природного середовища, в якому відбувається обговорювана подія. Вона часто використовується під час розмови, допомагаючи підкреслити емоційний настрій або динаміку обговорення.

Фонова музика в підкастах забезпечує додаткову підтримку для основного контенту, сприяючи кращому сприйняттю матеріалу. Вона не повинна бути надто агресивною чи занадто вираженою, але й не може бути абсолютно непомітною. Фонова музика допомагає «наповнити» мовний простір, не перевантажуючи його, і створює емоційний контекст, який підсилює передану інформацію, незалежно від того, чи це легка розмова, чи серйозне обговорення. Вона може також змінюватися залежно від теми епізоду, додаючи відчуття динамічності або стабільності, в залежності від потреб контенту.

Музика, яка застосовується в підкастах, не тільки допомагає створити стиль і атмосферу, але й може надавати емоційну тональність, що відповідає змісту подкасту. Вона виконує функцію емоційного маркера — вводить слухачів у потрібний настрій або, навпаки, виводить з нього після інтенсивних або драматичних частин. Музика може служити мостом між епізодами, спрощуючи сприйняття змісту або допомагаючи слухачеві зробити паузу перед переходом до нового сегмента. Вибір стилю музики має бути гармонійним із

темою підкасту, адже неправильний музичний вибір може спотворити загальний меседж, який передається через слова [12].

Важливо розуміти, що музика повинна бути унікальною для кожного підкасту, адже вона може стати невід'ємною частиною ідентичності шоу. У популярних підкастах часто зустрічаються знакові мелодії, які за кілька секунд після початку епізоду одразу дають зрозуміти слухачеві, що він знаходиться в знайомому медіа-просторі. Вибір музики також залежить від жанру підкасту: для подкастів з легким або розважальним контентом підійде більш ритмічна та жвава музика, для серйозних програм — спокійна та інструментальна.

Наступний елемент це звукові ефекти.

Звукові ефекти також є важливим компонентом аудіосупроводу в подкастах. Вони можуть бути символічними, коли допомагають створити відчуття певної ситуації або обставин. Наприклад, звуки дзвінка телефону чи природи, як-от дощ або вітер, можуть додавати контексту до розмови, створюючи відчуття присутності в конкретному місці. Звукові ефекти також можуть мати тематичне значення, підсилюючи атмосферу подкасту. Якщо тема подкасту стосується історії, наприклад, можна використати ефекти старовинних годинників або звуки середовища тієї епохи, щоб слухачі відчували себе частиною розповіді [20]. Такий підхід дозволяє зробити контент більш інтерактивним і захоплюючим.

Звукові ефекти здатні не тільки підсилювати контекст, але й служити важливим інструментом для комунікації. Коли подкаст вимагає змінити тон або підкреслити певні етапи розмови, звукові ефекти можуть допомогти візуалізувати ці зміни для слухача. Наприклад, ефекти в кінці фрази можуть служити як комунікативний сигнал про важливу ідею або підсумок [13]. Звукові ефекти можуть також бути використані для зміни темпу і ритму подкасту, що дозволяє зберегти увагу слухачів на високому рівні протягом тривалого часу.

Отже, звукові ефекти служать важливими «підсилювачами» для конкретних моментів підкасту. Вони можуть допомогти створити драматичні акценти, підкреслити важливі моменти або додати контекст до сказаного.

Звукові ефекти також використовуються для організації часу й структуризації епізоду: наприклад, звукові сигнали чи короткі паузи можуть сигналізувати про перехід від однієї частини до іншої, вносячи певну ритмічність у сприйняття [16]. Ці ефекти не тільки збагачують звучання, але й дозволяють слухачеві краще орієнтуватися в матеріалі, допомагаючи розуміти зміни настрою, темпу чи структури викладу.

Як зауважує О. Лішафай, оновлення цифрових технологій суттєво впливають на систему методів обробки звуку швидко реагує на запити сьогодення що сприяє появі нових і найнесподіваніших ефектів аудіо контексту [10, 206]. Звукові ефекти додають специфічні нюанси в аудіо-відчуття, створюючи емоційні контрасти. Наприклад, короткі ефекти можуть допомогти виділити важливі моменти або показати зміни в настрої або темпі розмови. Кожен ефект у підкасті має своє завдання: підкреслити ключову інформацію, створити атмосферу, розвеселити слухачів або додати серйозності.

Елемент без якого неможливо уявити собі подкаст – це голос.

Голос ведучого є однією з основних частин аудіосупроводу в подкастах. Це не тільки інструмент для передачі інформації, але й важливий емоційний елемент, який може створювати зв'язок між ведучим та слухачем.

Голос ведучого має певні вимоги – він має бути чітким, приємним і гармонійним із загальним настроєм підкасту. Інтонація, тембр, ритм мовлення і паузи дозволяють створювати більш глибокий зв'язок з аудиторією, а також маніпулювати її емоціями та сприйняттям контенту. Так, використання спокійного, м'якого голосу може додати контексту довіри та комфорту, в той час як енергійний та динамічний голос додає підвищену напругу або захоплення темою.

Для підкасту голос має стати не лише інструментом передачі інформації, але й емоційним каналом, який передає настрій та атмосферу. Так, спокійний і рівний голос може підходити для науково-популярних підкастів, створюючи атмосферу довіри та авторитету, в той час як енергійний голос із динамічними

інтонаціями більше підходить для розважальних шоу чи новинних програм, де потрібно тримати увагу слухачів на високому рівні.

Відповідно до того, як ведучий подає матеріал — спокійно чи енергійно, з гумором чи серйозно — слухачі налаштовуються на сприйняття конкретної інформації та визначають, наскільки вони готові зануритися в тему. Завдяки голосу ведучий стає не тільки передавачем знань, але й співрозмовником, із яким слухачі встановлюють певний зв'язок.

Кожен з цих елементів взаємодіє один з одним, створюючи гармонійний звуковий ландшафт, в якому важливий баланс між музикою, ефектами і голосом. Аудиторія повинна відчувати, що звук і музика доповнюють і підсилюють зміст, а не витісняють його чи відволікають увагу. Застосування правильного аудіосупроводу дозволяє створити більш захоплюючий, привабливий і ефективний контент, який не тільки інформує, але й емоційно взаємодіє з аудиторією, утримуючи її увагу та зацікавленість протягом усього часу прослуховування [19].

У подкастах важливо також зберігати баланс між різними видами аудіосупроводу. Надмірне використання музики або звукових ефектів може відволікати слухачів від основної теми, створюючи перевантаження звуком. Звук повинен органічно доповнювати зміст, підсилюючи його, але не витісняти або перебивати. Важливо, щоб аудіосупровід працював у тандемі з основним контентом, доповнюючи його, а не замінюючи. Це дозволяє створити ефективний і збалансований продукт, який може привернути увагу слухачів та утримувати її протягом всього епізоду.

Аудіосупровід у подкастах, як важливий компонент медіа-продуктів, не тільки збагачує контент, але й має здатність підвищувати його емоційну виразність і цілісність. Створення правильного аудіо-середовища допомагає слухачам краще зрозуміти і сприйняти тему подкасту, а також підвищує їхню залученість у процес сприймання інформації. У подкастах використовується широкий спектр звукових елементів, кожен з яких має свою функцію та значення. Музика є одним із основних інструментів, що задає настрій,

атмосферу та темп всього епізоду. Вона може виступати як своєрідна «візитка» подкасту, створюючи відразу впізнаваний характер та тон для всього шоу. Використовувати музику на початку та в кінці підкасту важливо для того, щоб слухачі мали чітке розуміння структури епізоду, а також для встановлення емоційного зв'язку.

Усі ці елементи повинні працювати разом, утворюючи збалансований та ефективний аудіосупровід, який підсилює зміст, а не відволікає від нього. Важливою є здатність створювати контент, який залишатиметься природним та органічним, навіть при активному використанні музики або ефектів. Невірно підібраний або надмірний аудіосупровід може стати перешкодою для сприйняття, тоді як вдало використані елементи значно покращать загальне враження від підкасту [18].

Під час виробництва підкасту важливо враховувати, як ці різні звукові елементи — музика, ефекти, голос — взаємодіють між собою. Складність полягає в тому, щоб знайти оптимальний баланс між усіма компонентами, щоб жоден з них не домінував над іншими. Перевантаження звуками може призвести до того, що важливий контент залишатиметься непоміченим, а недостатнє використання музики чи ефектів може зробити підкаст сухим і невиразним [10]. Тому важливо не просто додавати аудіо елементи, а й добре їх синхронізувати, враховуючи інтонації та зміни в темі.

Насправді, підбір аудіосупроводу залежить від жанру підкасту. Наприклад, підкаст, який присвячений культурі, мистецтву або історії, буде вимагати одних типів звукових елементів, тоді як інформаційні або новинні подкасти зазвичай обирають більш нейтральний або мінімалістичний аудіосупровід. Динамічні підкасти можуть використовувати швидку музику і ефекти для підвищення енергії, тоді як для розмовних або освітніх програм більше підходить спокійний, «затишний» фон.

Ось чому важливою складовою успіху підкасту є майстерність роботи з аудіосупроводом — це не лише технічний процес, а й творчий підхід до того, як створити ідеальне аудіо середовище для кожного конкретного подкасту.

Створення збалансованого звукового контексту допомагає не тільки утримувати увагу слухачів, а й залучати їх до теми, що обговорюється, створюючи відчуття присутності та емоційного зв'язку.

Аудіосупровід у підкастах є не лише доповненням до основного контенту, але й невід'ємною частиною його структури, що визначає сприйняття та емоційний відгук слухачів. Він має важливу функцію організації звукового простору, де кожен елемент — чи то музика, чи звукові ефекти, чи голос ведучого — сприяє не лише передачі інформації, але й створенню бажаного емоційного ефекту. Аудіосупровід дозволяє більш ефективно донести основну ідею, закріпити її в пам'яті слухачів і значно підвищити їхню залученість.

Отже, у підсумку зазначимо, що у використанні аудіосупроводу має зберігатися баланс між різними елементами. Занадто громіздкі або яскраво виражені звукові ефекти можуть відволікати від головного контенту, в той час як відсутність музики чи ефектів робить підкаст менш емоційно насиченим і може знизити зацікавленість слухача. Водночас, гармонійне поєднання голосу, музики та звукових ефектів здатне створити захоплюючий аудіо-світ, який привертає увагу і утримує її протягом всього епізоду. Правильний вибір і налаштування звукових елементів можуть забезпечити якісне занурення слухача в атмосферу подкасту.

Технічно правильне використання аудіо може допомогти зробити контент більш доступним і зрозумілим для слухачів, особливо в тих випадках, коли важливо донести певну емоцію або акцент [11]. Наприклад, у підкастах, що обговорюють складні соціальні або політичні теми, звукові ефекти можуть бути використані для того, щоб підкреслити важливість теми, привернути увагу до особливо серйозних моментів або створити відчуття тривоги, що відповідає тематиці. А в більш легких подкастах ефекти допомагають урізноманітнити епізоди та підтримувати інтерес слухача, додаючи розважальність і живість.

Незважаючи на всі технічні аспекти, не можна забувати, що аудіосупровід — це інструмент для створення досвіду для слухачів. Підкаст повинен мати внутрішню цілісність, а кожен звуковий елемент — бути доречним і логічно

обґрунтованим. Як і в будь-якому мистецтві, важливо не перестаратися з кількістю чи якістю аудіо-ефектів, а створити таку звукову палітру, яка найбільше підходить для конкретного контенту і є максимально зручним для сприйняття слухачами.

1.3. Вплив звукового оформлення на сприйняття слухачем

Звукове оформлення відіграє ключову роль у сприйнятті підкасту слухачем, оскільки аудіо-елементи є основним каналом передачі інформації та емоцій. Звуки, музика та голос можуть значно змінювати атмосферу подкасту, збуджуючи певні емоції, допомагаючи створити контекст та підвищуючи увагу слухачів до того, що відбувається. Це особливо важливо для аудіального контенту, де слухач не має візуальних елементів, а тому звукове оформлення стає основним механізмом взаємодії зі слухачем.

По-перше, голос ведучого є центральним елементом, через який передається більшість інформації. Інтонація, тембр і темп мовлення можуть впливати на те, як слухач сприйматиме контент. Спокійний, рівний голос може створювати атмосферу довіри і спокою, тоді як емоційний, з змінними інтонаціями голос підвищує енергію епізоду і може зробити підкаст більш захоплюючим. Ведучий, який розмовляє з різними акцентами, додає інтимності та відкритості, що дозволяє слухачам краще занурюватися у розмову та відчувати емоційний зв'язок із темою [13].

Музика в підкастах також має значний вплив на сприйняття слухачем. Вона може задавати певний тон і настрій, який визначає емоційне сприйняття інформації. Наприклад, спокійна інструментальна музика може створювати атмосферу розслабленості та зосередженості, що підходить для освітніх або науково-популярних подкастів, у той час як швидка і енергійна музика сприяє створенню динамічного, активного настрою, що підходить для розважальних програм або новинних шоу. Музика може також використовуватися для

позначення переходів між різними частинами епізоду, допомагаючи слухачам краще орієнтуватися в структурі подкасту.

Звукові ефекти мають не менш важливе значення в підкастах. Вони можуть підсилювати емоційний відгук слухачів, додаючи інтерактивності та акцентуючи важливі моменти. Звукові ефекти здатні створювати атмосферу реальності, наприклад, за допомогою шуму природи, дощу, міського шуму чи звуків натовпу. Вони можуть переносити слухачів у певний час і простір, що важливо для тематичних подкастів, що зображують конкретні ситуації або історії. Крім того, ефекти можуть підвищити динаміку, роблячи розповідь більш живою і насиченою.

Однією з найважливіших характеристик звукового оформлення є його здатність забезпечити баланс між різними елементами. Якщо один із них буде домінувати, це може вплинути на загальне сприйняття контенту, відволікаючи слухача від основної ідеї або теми [3]. Наприклад, занадто гучна або динамічна музика може затмити голос ведучого, зробивши розповідь менш зрозумілою, в той час як відсутність музики може зробити підкаст надто сухим і одноманітним. Баланс між музикою, ефектами і голосом має бути дбайливо підібраний для досягнення оптимального звучання, яке максимально сприяє залученню слухача та утриманню його уваги.

Звукове оформлення також може створювати певну атмосферу або стиль, який стає впізнаваним для слухачів і дозволяє підкасту виділятися серед інших. Це особливо важливо для брендингу підкасту, коли певна музика або стиль звукового оформлення асоціюються з конкретним шоу. Наприклад, відомі подкасти часто мають унікальну музичну заставку чи звук, який одразу впізнається і асоціюється з їхнім контентом.

Таким чином, звукове оформлення є не лише технічним аспектом створення підкасту, а й важливим інструментом, що визначає, як слухач сприйматиме інформацію. Від музики та ефектів до голосу ведучого — всі ці елементи формують загальне враження від епізоду і можуть впливати на рівень залученості слухачів, їхнє емоційне сприйняття та сприйняття теми. Правильно

підібране звукове оформлення допомагає створити глибше занурення у контент і забезпечити більш ефективну комунікацію з аудиторією.

Звукове оформлення відіграє визначальну роль у формуванні сприйняття підкасту слухачами, оскільки воно впливає не тільки на емоційну реакцію, а й на рівень розуміння та запам'ятовуваності інформації. Кожен елемент аудіосупроводу — від голосу ведучого до музики та ефектів — має потенціал змінювати вплив контенту на слухачів. Важливою є здатність звукових елементів не тільки підтримувати, але й підсилювати основну ідею підкасту, роблячи її більш доступною і привабливою.

Одним із основних механізмів, за допомогою якого звукове оформлення впливає на слухача, є його здатність створювати атмосферу та емоційний фон, який задає настрій для сприйняття матеріалу. Музика може викликати конкретні емоції: від тривоги або суму до радості чи захоплення. Це дозволяє підкастам бути більш виразними, що особливо важливо для жанрів, де емоційна складова є головною [11]. Наприклад, драматичні історії чи розповіді про важливі соціальні питання можуть бути підсилені тривожними чи глибокими музичними фрагментами, що додають серйозності, змушують слухачів задуматися. З іншого боку, для розважальних або комедійних підкастів легка, весела музика створює атмосферу безтурботності та настрою, що сприяє розслабленню слухачів і підтримує їхній інтерес.

Голос ведучого, як основний комунікаційний інструмент у підкасті, відіграє важливу роль у забезпеченні чіткої передачі інформації та створенні емоційного відгуку. Інтонація, ритм, паузи та інші мовні нюанси можуть змінювати сприйняття сказаного і робити контент більш доступним і зрозумілим для слухачів. Ведучий, який використовує виразні інтонаційні варіації, може зацікавити слухачів, надаючи їм відчуття, що кожне слово має значення і потребує уваги. Слухачі набагато більш активно сприймають підкаст, коли ведучий використовує різноманітні голосові техніки для підсилення контексту або виділення ключових моментів, тим самим створюючи динамічний та захоплюючий звуковий ландшафт.

Звукові ефекти, хоча і часто є доповненням до музики та голосу, мають великий вплив на емоційну тональність підкасту. Вони можуть виступати як акценти, що підкреслюють важливі моменти або переходи між частинами подкасту, допомагаючи слухачам орієнтуватися в структурі епізоду. Наприклад, звуки, що асоціюються з певними ситуаціями (наприклад, шум міського транспорту або звук дверей, що відчиняються), можуть миттєво встановити сцену і додати реалізму. Звукові ефекти також допомагають створити атмосферу та підсилити емоційний відгук — від тривожного шуму до веселих звуків, що підвищують настрій.

Проте, звукове оформлення повинно бути використано розважливо та з обережністю. Надмірна кількість ефектів, музики або дуже виразний голос можуть відволікати слухача від основного змісту, змушуючи його фокусуватися більше на самому звучанні, ніж на ідеї, яку підкаст хоче донести. Важливою є здатність створювати баланс між емоційною виразністю та чіткістю передачі інформації. Для того, щоб звукове оформлення не відволікало, необхідно ретельно підбирати, коли і як використовувати ті чи інші елементи. Гармонія між музикою, голосом і звуковими ефектами допомагає створити стійкий звуковий ландшафт, що є привабливим для слухачів і не призводить до перевантаження сприйняття.

Звукове оформлення може також мати значний вплив на зацікавленість слухачів у подальших епізодах підкасту [19]. Приємний, узгоджений стиль аудіо підвищує емоційне залучення до шоу, що може сприяти зростанню кількості постійних слухачів. Музика, ефекти та голос ведучого можуть стати частиною бренду підкасту, створюючи впізнаваний стиль, що формує лояльність слухачів. Знакові музичні заставки або звукові елементи можуть асоціюватися з певним шоу і сприяти його популярності серед аудиторії.

Звукове оформлення не лише допомагає зберігати увагу слухачів, але й має здатність полегшити сприйняття складних тем. Для підкастів, які обговорюють наукові, технічні або соціальні питання, правильний вибір музики і ефектів може зробити матеріал менш абстрактним і важким для розуміння.

Завдяки звуковому оформленню складна інформація стає більш доступною для ширшої аудиторії, що важливо для освітніх та інформативних програм.

Звукове оформлення має потужний вплив на сприйняття контенту слухачем, адже воно не лише додає емоційного забарвлення, але й створює необхідний контекст для кращого розуміння та осмислення матеріалу. Коли йдеться про підкасти, що є лише аудіальними продуктами, кожен елемент звукового оформлення має велике значення. Від того, як збудовано взаємодію між голосом ведучого, музикою, звуковими ефектами, залежить, чи буде підкаст приваблювати слухачів і чи зможе він утримати їхню увагу протягом усієї програми.

Одним із основних аспектів, які визначають ефективність звукового оформлення, є його здатність створювати контекст для сприйняття інформації. Наприклад, музика здатна викликати певні асоціації або підсвідомі реакції, що допомагають слухачеві налаштуватися на правильний емоційний лад. Спокійна інструментальна музика може асоціюватися з темами, що вимагають зосередженості, серйозності, або медитації [21]. Водночас, ритмічна та динамічна музика додає енергії, що особливо корисно для розважальних або мотиваційних підкастів. Правильний вибір музичного супроводу також допомагає не лише створити атмосферу, але й зробити контент більш легко сприйнятним, навіть якщо тема є складною або технічною.

Голос ведучого відіграє важливу роль у встановленні емоційного зв'язку з аудиторією. Якість голосу, його інтонація та темп мовлення можуть змінювати сприйняття матеріалу, роблячи його більш доступним чи, навпаки, відстороненим. Ведучий, який володіє виразною та емоційно зарядженою мовою, здатен передавати настрій і емоції, що допомагає слухачеві краще усвідомлювати контекст. Для певних тем, де необхідно підкреслити серйозність і важливість, голос ведучого має бути спокійним і виваженим. Однак, якщо мова йде про розважальні чи мотивуючі підкасти, живе, енергійне та емоційне мовлення ведучого дозволяє створити більш захоплюючий ефект.

Звукові ефекти, в свою чергу, сприяють зміцненню зв'язку між слухачем і контентом. Вони виконують не лише функцію підсилення атмосфери, але й структурно організують сам епізод. Ефекти можуть бути використані для позначення важливих моментів або темпоритмічних змін в ході підкасту. Так, наприклад, перехід від однієї частини епізоду до іншої може супроводжуватися спеціальним звуком, що дозволяє слухачеві орієнтуватися в структурі програми. Крім того, ефекти можуть допомагати створювати уявлення або візуальні образи, навіть коли вони не є реальною частиною звукового ландшафту [15]. Це особливо важливо для подкастів, що розповідають історії, а також для тих, що використовують звукове оформлення для посилення певних емоційних моментів, таких як шок, здивування або тривога.

Важливою є також здатність звукового оформлення інтегруватися у загальний стиль підкасту. Кожен елемент має бути логічно пов'язаний із загальним тоном шоу, створюючи цілісну картину сприйняття. Це включає як вибір музики і тембру голосу ведучого, так і використання певних ефектів, що асоціюються з певним контекстом чи темою. Таким чином, звукове оформлення допомагає слухачу краще "поринути" в атмосферу шоу, почувши одразу знайомі музику чи ефекти, що вже стали асоціацією з певним підкастом. Це може значно підвищити зацікавленість та лояльність слухачів, які будуть з нетерпінням чекати нових епізодів, тому що вони вже сформували певне очікування від звукового досвіду.

Звукове оформлення також є важливим інструментом у створенні ідентичності підкасту. У певних випадках саме через аудіо-елементи можна створити характер, відмінний від інших шоу. Наприклад, певна музична тематика або тип звукових ефектів може бути візитною карткою подкасту, завдяки чому слухачі одразу впізнають його серед сотень інших. Створення унікальної звукової ідентичності дозволяє зміцнити зв'язок з аудиторією, а також робить підкаст більш впізнаваним на різних платформах.

Зрештою, звукове оформлення має критичне значення для того, щоб підкаст був не тільки інформативним, але й емоційно залучаючим. Чітке та

грамотно підібране використання музики, голосу ведучого та звукових ефектів може перетворити підкаст із звичайного інформаційного продукту на справжній аудіо-виступ, що захоплює слухача та утримує його увагу. Більш того, добре продумане звукове оформлення дозволяє підвищити рівень взаємодії з аудиторією, перетворюючи пасивне слухання на активне переживання контенту, що є основним завданням будь-якого медіа-продукту.

1.4. Методологія аналізу аудіосупроводу у подкастах

Методологія аналізу аудіосупроводу у подкастах є важливим інструментом для розуміння того, як звук впливає на сприйняття контенту слухачами, а також для визначення звукових елементів, які підвищують ефективність комунікації в рамках підкасту. Аналіз звукового оформлення підкастів включає в себе кілька етапів, на яких розглядаються різноманітні аспекти аудіо: від загальної структури до деталей, таких як голос ведучого, музика, ефекти та їх взаємодія. Для проведення цього аналізу використовуються різноманітні підходи та методи, які дозволяють оцінити звукові елементи з різних точок зору, зокрема з точки зору аудіовізуального сприйняття, емоційного впливу та когнітивної здатності слухачів.

По-перше, важливим етапом є квалітативний аналіз аудіо, який дозволяє виявити та оцінити всі звукові елементи в подкасті, включаючи голос ведучого, музику та звукові ефекти. Аналіз голосу ведучого передбачає дослідження тембру, інтонації, темпу мовлення, пауз, акцентів та інших лінгвістичних особливостей. У цьому контексті особливу увагу звертають на те, як голос може створювати емоційну атмосферу, підсилювати або згладжувати інформацію, яку подають ведучі. Наприклад, тон голосу може посилювати довіру чи сумнів у слухачів, створюючи відповідну атмосферу для певних типів контенту, таких як новини чи інтерв'ю.

Другим важливим елементом аналізу є музичний супровід, який вивчається з точки зору стилю, жанру, темпу та функціонального призначення

в контексті епізоду. Музика у підкастах часто використовується для встановлення емоційного тону або для позначення переходів між сегментами програми. Важливо оцінити, наскільки музика відповідає темі підкасту та чи є вона доречною для специфіки шоу. Крім того, аналізуємо, як музика взаємодіє з іншими звуковими елементами та голосом ведучого, чи не відволікає вона слухача від основного змісту, а навпаки, підсилює його.

Звукові ефекти — ще один важливий елемент для аналізу. Звуки можуть використовуватися для підвищення емоційної виразності, створення конкретної атмосфери, наприклад, шум міста для подкасту про урбані теми чи звуки природи для шоу про подорожі. Звукові ефекти також використовуються для структурної організації контенту, наприклад, для позначення змін у темі, перехідних моментів чи для виділення ключових моментів [17]. Важливо визначити, чи є ці ефекти доречними, чи вони допомагають слухачу краще орієнтуватися в епізоді або навпаки, забирають увагу.

Когнітивний аспект аналізу аудіосупроводу також є важливим, оскільки він зосереджується на тому, як звукове оформлення допомагає слухачу засвоювати та осмислювати інформацію. Визначаються ті елементи звуку, які полегшують або ускладнюють сприйняття і запам'ятовування поданої інформації. Наприклад, чітка дикція і добре спланована інтонація допомагають слухачеві краще розуміти та зберігати у пам'яті поданий матеріал, тоді як занадто швидка мова або складні звукові ефекти можуть сплутати сприйняття.

Емоційний аспект є також важливим елементом методології аналізу. Досліджується, як звукові елементи — голос, музика та ефекти — взаємодіють для виклику емоційних реакцій у слухача. Визначаються емоції, які підсилюються або блокуються через певні звукові інструменти, такі як агресивні ефекти чи спокійна музика. Оцінка емоційного впливу є важливою для визначення того, наскільки подкаст здатний впливати на аудиторію, підтримувати її увагу та викликати бажання слухати більше.

Також важливим є структурний аналіз аудіосупроводу, який включає вивчення розташування звукових елементів у часі, їх організацію і

функціональне призначення. Сюди входить дослідження таких аспектів, як: коли і як використовуються музичні заставки, коли вносяться зміни в темп голосу ведучого, які звукові ефекти допомагають створити плавні переходи між різними частинами програми. Це дозволяє зрозуміти, як звукові елементи служать для організації подкасту і чи роблять вони контент більш зрозумілим і доступним для слухачів.

Контекстуальний аналіз є не менш важливим, оскільки він допомагає оцінити, як звукове оформлення взаємодіє з іншими елементами подкасту, такими як тематика, формат та цільова аудиторія. Оцінюється, наскільки добре вибрані звукові елементи відповідають контексту підкасту. Наприклад, для освітніх чи наукових подкастів можуть використовуватись мінімалістичні звукові ефекти та спокійна музика, в той час як для розважальних чи комедійних шоу використовуватиметься інша музика та ефекти, які відповідатимуть характеру програм.

Методологія аналізу аудіосупроводу в подкастах передбачає застосування різних підходів і технік для дослідження ролі звукових елементів у формуванні сприйняття контенту слухачами. Оскільки підкасти є виключно аудіальними медіа, важливо оцінити, як саме різноманітні звукові компоненти взаємодіють між собою і з контекстом підкасту, щоб створити бажаний ефект на слухачів.

Аналіз функціональних аспектів звуку включає в себе вивчення того, яку роль відіграє кожен звуковий елемент у передачі основного змісту підкасту. Це може бути музика, яка встановлює емоційний тон, голос ведучого, що не лише передає інформацію, але й викликає емоції, або звукові ефекти, які служать як знаки для відокремлення різних частин програми. Оцінка функціональності допомагає зрозуміти, як звукові елементи сприяють чіткішому сприйняттю основних ідей підкасту та як вони підтримують чи змінюють ритм програми. Наприклад, для подкасту з детективною тематикою може використовуватись музика, що створює напружену атмосферу, або темп мови, який змінюється в залежності від теми обговорення, створюючи таким чином драматичний ефект.

Аналіз взаємодії між аудіо та контентом передбачає розгляд того, як звукове оформлення відповідає темі та змісту кожного конкретного підкасту. Важливо вивчити, наскільки ефективно звукові елементи підсилюють основні повідомлення, які транслуються ведучими. Наприклад, якщо підкаст має інформаційний або освітній характер, його звукове оформлення має бути стриманим і підтримувати зрозумілість поданого матеріалу, не відволікаючи слухача від основної інформації. У цьому контексті важливо аналізувати, як музика і звукові ефекти співвідносяться з темами епізодів і чи є вони релевантними для цільової аудиторії.

Дослідження інтонаційних та голосових характеристик ведучих також є важливим етапом. Інтонація і тембр голосу можуть значно впливати на ефективність комунікації, особливо коли йдеться про емоційно насичені теми або важливі моменти в підкасті. Кожен відтінок голосу може створювати різні емоційні стани в слухачів. Наприклад, спокійний і виважений голос може бути більш підходящим для тем, що потребують серйозного підходу, в той час як жвава і енергійна манера мовлення сприятиме кращому сприйняттю розважальних чи мотиваційних підкастів.

Когнітивний аналіз звукового оформлення фокусується на тому, як певні звукові елементи можуть полегшити або ускладнити засвоєння та запам'ятовування інформації. Це дозволяє оцінити, чи допомагає звукове оформлення слухачеві краще орієнтуватися в потоці інформації, чи створює бар'єри для її сприйняття. Наприклад, чітка і виразна дикція ведучого сприяє кращому засвоєнню матеріалу, тоді як швидкий темп мовлення або насиченість подкасту занадто складними звуковими ефектами можуть спричинити втрату уваги слухача.

Емоційний вплив звукового оформлення є однією з найважливіших складових при аналізі подкастів. Музика, голос ведучого та звукові ефекти можуть сприяти створенню певної емоційної атмосфери, яка, у свою чергу, здатна змінити реакцію слухача на інформацію, що подається. Вивчення емоційного контексту допомагає виявити, як зміна інтонації, ритму або

музичного супроводу може підсилити чи послабити емоційний вплив контенту. Це особливо важливо для подкастів, що орієнтовані на залучення слухачів через переживання емоцій, наприклад, в історичних, мотиваційних чи розважальних шоу.

Контекстуальний аналіз звукового оформлення дозволяє з'ясувати, як звукові елементи співвідносяться з культурними та соціальними аспектами аудиторії. Звукові ефекти і музика мають потенціал викликати специфічні асоціації або очікування у різних груп слухачів, в залежності від їхнього культурного фону або попереднього досвіду. Наприклад, для молодшої аудиторії може бути ефективним використання сучасних музичних стилів, таких як електронна музика чи хіп-хоп, в той час як для старшої аудиторії може бути більш підходящим класичний стиль або спокійна інструментальна музика.

Методологія аналізу аудіосупроводу в подкастах також включає спостереження за змінами звукових елементів протягом епізоду, які можуть бути використані для підсилення структурних змін у програмі. Наприклад, під час переходів між різними частинами подкасту, музичні та звукові ефекти можуть допомогти організувати матеріал і полегшити слухачу орієнтацію. Це особливо важливо для подкастів, що мають складну структуру, з численними темами або великою кількістю учасників.

На завершення, кількісні методи також можуть бути використані для аналізу аудіосупроводу, зокрема для вимірювання часу, що витрачається на певні звукові елементи, частоти використання певних ефектів або музики, а також для оцінки того, наскільки різні звукові елементи співвідносяться з позитивними чи негативними реакціями слухачів, якщо вони доступні для вимірювання через опитування або інші методи збору даних.

Висновки до 1 розділу

У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти щодо використання аудіосупроводу у подкастах; визначити різні типи аудіоелементів та їх функціональне значення у звуковому оформленні.

Зазначено, що аудіосупровід здатний створювати зв'язок між автором і слухачем, встановлюючи атмосферу, яка підсилює емоційне сприйняття інформації, робить її більш привабливою або запам'ятовуваною. Кожен елемент аудіосупроводу в підкастах має свою специфічну роль і вплив на загальне враження від епізоду. Вибір музики, ефектів та манера подачі інформації через голос мають бути виваженими і гармонійними, щоб підкаст став цікавим, динамічним і емоційно насиченим. Підбір і поєднання аудіоелементів мають враховувати не лише стиль і формат підкасту, але й бажання створити звуковий простір, який буде максимально комфортним для слухачів, залучаючи їх до взаємодії з контентом.

Доведено, що звукове оформлення є важливим інструментом у створенні ідентичності підкасту і має значення для того, щоб підкаст був не тільки інформативним, але й емоційно залучаючим. Звукові ефекти, в свою чергу, сприяють зміцненню зв'язку між слухачем і контентом. Отже, аудіосупровід є не лише елементом стилю, але й важливим інструментом, що впливає на сприйняття підкасту слухачем. Музика, голос та звукові ефекти мають здатність формувати емоційне тло, підвищувати динамічність і зацікавленість, а також зміцнювати ідентичність підкасту. Правильне використання цих елементів забезпечує більш ефективну передачу контенту та покращує взаємодію з аудиторією.

Визначено, що методологія аналізу аудіосупроводу підкастів охоплює кілька важливих аспектів, кожен з яких дозволяє глибше зрозуміти вплив звукових елементів на сприйняття контенту слухачами. Це дозволяє оцінити, наскільки ефективно підкаст передає повідомлення, як добре використовуються звукові елементи для залучення та утримання уваги аудиторії, а також як створюється емоційний та когнітивний ефект від прослуховування

РОЗДІЛ 2.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ АУДІОСУПРОВОДУ В ПІДКАСТАХ

2.1. Складові звукового оформлення у популярних підкастах

Дослідження особливостей звукового оформлення у популярних підкастах є важливим етапом для розуміння того, як аудіо-елементи впливають на сприйняття слухачами та ефективність комунікації. Звукове оформлення в підкастах включає не лише голос ведучих, а й музичний супровід, звукові ефекти, паузи та інші елементи, які допомагають створити бажану атмосферу, підтримати інтерес слухачів та забезпечити структурну організацію програми.

1. Музика.

Музика є одним з основних інструментів, що визначає емоційний тон підкасту. Вона використовується для створення атмосфери, встановлення ритму програми та викликання емоційних реакцій у слухачів. Наприклад, у підкастах, що мають розважальний характер, часто застосовуються енергійні та мотивуючі музичні композиції, які сприяють динамічності та живості. Для подкастів інформаційного або новинного формату, навпаки, характерні спокійніші мелодії, що не відволікають від основної теми. Звукове оформлення може також змінюватися в залежності від частини програми, наприклад, використовуватися різні музичні інтерлюдії між сегментами [9].

2. Звукові ефекти та їх функції

Звукові ефекти можуть бути використані для підсилення сприйняття певних моментів у підкасті. Це можуть бути звуки навколишнього середовища, ефекти, що імітують ситуації (наприклад, звук натискання клавіші або дзвінок телефону) чи ефекти, які додають драматизму або комічності (наприклад, аплодисменти або сміх). Звукові ефекти допомагають слухачам краще орієнтуватися в контексті подій або визначити зміни в емоційному настрої програми. Важливо, щоб звукові ефекти не відволікали від основного змісту, а лише підсилювали його.

3. Голос ведучих і інтонаційні особливості

Голос ведучого є центральним елементом аудіосупроводу у більшості підкастів. Важливими характеристиками є тембр, темп, інтонація та виразність голосу. Голос може не тільки передавати зміст, але й створювати емоційну атмосферу програми. У подкастах з інтерв'ю або тематичними розмовами важливо, щоб ведучий мав чітку дикцію, а також вміння грати голосом для залучення уваги слухачів. Інтонаційні зміни, акценти та паузи можуть бути використані для виділення важливих моментів або створення драматичного ефекту [21].

4. Структурні елементи і їх роль у звуковому оформленні

Підкасти часто мають чітку структурну організацію, яка включає введення, основну частину, заключення та переходи між сегментами. Звукові елементи, такі як музичні теми, звукові маркери або короткі ефекти, допомагають позначити зміни у структурі програми, що полегшує орієнтацію слухачів. Наприклад, короткі музичні інтро та аутро можуть бути використані для вказівки на початок і кінець епізоду або на перехід між різними частинами програми.

5. Взаємодія з контекстом та аудиторією

Особливості звукового оформлення можуть варіюватися залежно від типу підкасту та його цільової аудиторії. Підкасти, орієнтовані на молодшу аудиторію, часто використовують більш швидкий ритм і сучасні музичні жанри, тоді як для підкастів, націлених на дорослу або професійну аудиторію, характерні більш стримані та класичні звукові рішення. Важливо також враховувати культурні особливості слухачів, оскільки звукові ефекти та музика можуть викликати різні асоціації в залежності від соціального чи культурного контексту.

6. Дослідження популярних підкастів

У дослідженні особливостей звукового оформлення в популярних підкастах можна звернути увагу на найбільш відомі шоу, які стали еталоном для галузі. Наприклад, підкаст "Serial" використовує мінімалістичне музичне

оформлення та звукові ефекти, які підсилюють атмосферу напруженості та загадковості, що відповідає його кримінальній тематиці. У свою чергу, підкасти, такі як "TED Talks Daily", мають більш енергійний і позитивний тон, з використанням мотивуючої музики та звукових ефектів, що допомагають створити легку, надихаючу атмосферу [6].

7. Вплив на сприйняття і ефективність комунікації

Звукове оформлення має величезний вплив на те, як слухач сприймає контент. Правильно підібрані музика та ефекти можуть підсилити сприйняття основної теми і зробити її більш запам'ятовуваною. З іншого боку, надмірне використання звукових ефектів або неправильно підібрана музика можуть відволікати слухача і знижувати якість комунікації. Тому важливо, щоб звукове оформлення не лише доповнювало зміст, а й відповідало стилю і темі підкасту, створюючи гармонійне сприйняття.

Дослідження особливостей звукового оформлення в підкастах дозволяє зрозуміти, як звукові елементи можуть бути використані для створення унікального досвіду для слухачів. Важливо, щоб кожен підкаст, незалежно від теми, мав продумане звукове оформлення, яке відповідає його меті, підтримує емоційну атмосферу і допомагає ефективно передавати основний зміст. Звукове оформлення має бути збалансованим, щоб не перевантажувати слухача, а, навпаки, допомагати йому зосередитися на основному змісті та насолоджуватися подкастом.

8. Адаптація звукового оформлення під формат та жанр підкасту

Звукове оформлення підкасту має бути адаптоване до його формату та жанру, оскільки різні стилі програм вимагають різного підходу. Наприклад, підкасти, що розповідають історії, особливо документальні чи кримінальні, часто використовують атмосферні звукові ефекти та мінімалістичну музику, що додає напруги та інтригує слухачів. Такі звукові елементи сприяють зануренню у події, що відбуваються в розповіді, і допомагають створити певний настрій.

Натомість освітні чи науково-популярні підкасти можуть використовувати більш нейтральну, спокійну музику, аби не відволікати

слухачів від інформації, що подається. Це дозволяє слухачеві зосередитися на змісті і сприймати матеріал у більш об'єктивному і спокійному стані.

Для підкастів у форматі інтерв'ю чи розмов також важливо підбирати звукові елементи, які не домінують над голосом учасників, але можуть допомогти розділити частини програми або позначити важливі моменти. Можливо використання коротких музичних інтро та аутро для окреслення структури підкасту і полегшення орієнтування слухача.

9. Звук як інструмент брендування

В останні роки багато популярних підкастів почали використовувати унікальні звукові елементи як частину свого бренду. Звуковий стиль, який включає характерні музичні лінії, фірмові звукові ефекти або специфічні голоси, може стати таким же важливим атрибутом, як і логотип чи назва. Це дозволяє слухачам швидко ідентифікувати програму серед інших і створює відчуття знайомства та довіри.

Наприклад, підкасти можуть мати унікальні звукові елементи, які пов'язують їх з певними темами чи настроєм, наприклад, інтерлюдії чи музичні теми, що з'являються на початку та в кінці кожного епізоду, або навіть характерний звук для переходу між секціями.

10. Взаємодія з іншими мультимедійними платформами

Багато популярних підкастів інтегруються з іншими мультимедійними платформами, такими як відео або соціальні мережі. Звукове оформлення в такому контексті має враховувати потребу в універсальності, оскільки для трансляції на різних платформах звукові елементи повинні залишатися ефективними навіть без відео чи текстового супроводу. Це створює додаткові виклики для підкастинг-студій та продюсерів, адже аудіо має залишатися самодостатнім і чітко передавати контекст навіть без візуальних елементів.

11. Звукове оформлення як частина сприйняття і зв'язку зі слухачем

Звукове оформлення підкастів також є важливим елементом, який допомагає створити зв'язок між ведучими та слухачами. Ведучі можуть використовувати специфічну інтонацію, мову або звукові ефекти для того, щоб

створити відчуття присутності та близькості. Це важливо для створення ефективної комунікації та емоційного зв'язку між програмою та її аудиторією.

Наприклад, використання персоналізованих вітальних повідомлень, інтерактивних звукових ефектів або розмовних інтерлюдій може сприяти більш глибокому зануренню слухачів у контекст подкасту та створенню відчуття, що підкаст спілкується безпосередньо з кожним слухачем. В таких випадках важливі не лише самі слова, але й інтонація, звукові ефекти, ритм і навіть паузи, які роблять кожну передачу унікальною [8].

12. Вплив звукового оформлення на довгострокову популярність підкасту

Звукове оформлення може також значно впливати на довгострокову популярність підкасту. Слухачі часто повертаються до підкастів, де є добре продумане звукове оформлення, яке дозволяє їм відчувати комфорт і задоволення від прослуховування. Важливою є також здатність створювати запам'ятовувані аудіо-образи, які слухачі зможуть асоціювати з певним підкастом, навіть якщо вони не згадають конкретний зміст.

Програми, які використовують унікальні звукові мотиви або запам'ятовувані ефекти, можуть створити довгострокову аудиторію, що буде повертатися не лише заради інформації, а й заради емоційного досвіду від самого прослуховування.

13. Технічні аспекти звукового оформлення

Не менш важливими є технічні аспекти звукового оформлення підкастів. Правильний баланс між голосом і музикою, використання якісних звукових ефектів і оптимізація звуку для різних пристроїв — це критично важливо для створення професійного продукту. Проблеми, такі як шум або нерівний рівень гучності між різними елементами, можуть значно знизити якість підкасту і зробити його менш привабливим для слухачів.

Технічні рішення, такі як обробка звуку та фільтрація шуми, відіграють ключову роль у створенні комфортного досвіду для слухачів. Використання високоякісного обладнання та програмного забезпечення для запису та

монтажу також важливе для забезпечення оптимального звучання та чіткої передачі контенту.

2.3. Вплив різних типів аудіосупроводу на сприйняття слухачами (аналіз отриманих даних)

Аналіз впливу різних типів аудіосупроводу на сприйняття слухачами є важливим етапом у дослідженні аудіальних медіа, зокрема підкастів. У цьому контексті різні звукові елементи, такі як музика, звукові ефекти та голос ведучих, можуть мати значний вплив на емоційне сприйняття, утримання уваги та загальний досвід слухачів. Для здійснення такого аналізу необхідно розглянути кілька аспектів, зокрема роль кожного типу аудіосупроводу, його функцію та реакції слухачів.

1. Вплив музики на емоційне сприйняття

Музика є однією з основних складових аудіосупроводу підкастів, і її вплив на сприйняття слухачами не можна недооцінювати. Музичний супровід здатен значно змінювати настрій програми і сприяти глибшому емоційному зануренню у тему. Згідно з результатами опитувань та аналізу, музика на початку та в кінці підкасту може викликати у слухачів відчуття завершеності і цілісності епізоду, а також створювати асоціації з конкретною програмою.

Висновки з аналізу: Слухачі, які слухали підкасти з відповідною музикою на початку, частіше зазначали відчуття емоційного налаштування на слухання. Музика створювала атмосферу, що відповідала змісту програми, підвищуючи її сприйняття як більш професійно виконану. Водночас, неправильно підібрана музика або надмірне використання музичних вставок призводило до зниження рівня уваги та інтересу слухачів [22].

2. Звукові ефекти: підсилення емоційного впливу

Звукові ефекти, як правило, використовуються для підсилення емоційного впливу, виокремлення важливих моментів або для створення атмосферності. У підкастах кримінальної тематики, наприклад, ефекти, що

імітують звуки нічного міста або природи, можуть значно посилювати відчуття тривоги чи загадковості.

Аналіз результатів: Опитування слухачів показало, що звукові ефекти, які природно доповнюють контекст розповіді, допомагають слухачам краще відчувати атмосферу події. Для підкастів, орієнтованих на розважальну аудиторію, ефекти комічного характеру (сміх, динамічні звуки) мали позитивний вплив на сприйняття — вони дозволяли слухачам залишатися залученими і створювали відчуття легкості. Однак у випадку перебільшеного використання ефектів слухачі зазначали, що це може відволікати від основного змісту, знижуючи ефективність передачі інформації.

3. Голос ведучих: виразність та інтонація

Голос ведучого є основним інструментом комунікації в підкастах, і від його інтонації, тембру та ритму залежить багато чого у сприйнятті програми. Тон голосу може створювати комфорт або дискомфорт, сприяти залученню або, навпаки, відчуженню слухача.

Дані дослідження: Результати опитувань свідчать, що чіткість дикції та виразність голосу ведучих підвищують сприйняття підкасту як більш професійного і цікавого. Голоси з приємним тембром і природною інтонацією сприяють кращому зосередженню слухачів, тоді як монотонні чи надмірно виснажливі голоси можуть призвести до втрати інтересу. Також важливим є темп: занадто швидка або надто повільна мова може ускладнити сприйняття, викликаючи втому або, навпаки, розсіюючи увагу.

4. Взаємодія всіх аудіоелементів

Успішні підкасти зазвичай поєднують різні типи аудіосупроводу, знаходячи оптимальний баланс між музикою, ефектами та голосом ведучих. Ключовим є створення гармонії між цими елементами, щоб жоден з них не домінував над іншими.

Результати дослідження: За даними аналізу, підкасти, де всі аудіоеlementи працюють разом, створюючи плавний перехід між ними, мали найбільше позитивних відгуків. Слухачі зазначали, що такі програми здаються

більш професійними і їх приємно слухати протягом тривалого часу [6]. Тоді як підкасти, де кожен елемент був негармонійно вплетений у структуру епізоду (наприклад, занадто різкі переходи між музикою і голосом, надмірне використання звукових ефектів), виявилися менш ефективними.

5. Сприйняття та увага слухачів

Один з важливих аспектів аналізу — це збереження уваги слухачів протягом всього епізоду підкасту. Аудіоелементи, які не лише підтримують загальну атмосферу, але й активно утримують слухачів, значно підвищують якість сприйняття.

Аналіз даних: Виявлено, що підкасти з різноманітними звуковими елементами, які змінюються в залежності від контексту, мали більшу здатність утримувати слухачів. Наприклад, підкасти з динамічними переходами між різними музичними фрагментами або ефектами мали менше падіння уваги на середній частині епізоду. Натомість програми, що використовували одноманітне звукове оформлення, зазвичай викликали зниження рівня уваги і більш високий відсоток втрати слухачів на певних етапах прослуховування.

6. Персоналізація аудіосупроводу та вплив на лояльність слухачів

Персоналізація звукового оформлення, коли елементи адаптовані до стилю програми або специфіки аудиторії, сприяє формуванню лояльної слухачької бази.

Результати аналізу: Слухачі, які знаходили певну унікальність і персоналізацію в аудіосупроводі підкасту, висловлювали вищий рівень лояльності та бажання слухати наступні епізоди. Це може включати використання особливих звукових інтерлюдій, унікальних музичних фрагментів або специфічних звукових ефектів, що асоціюються з конкретною програмою. Відсутність таких елементів знижувала відчуття зв'язку між програмою та слухачами.

Загалом, вплив різних типів аудіосупроводу на сприйняття слухачами є багатогранним і залежить від кількох факторів, таких як тип контенту, жанр підкасту, цільова аудиторія і технічні аспекти реалізації аудіоелементів.

2.4. Розробка та реалізація аудіовізуального продукту: подкаст «Як бути сучасним керівником у 2025 році».

Творча заявка на епізод подкасту

1. Назва епізоду: «Як бути сучасним керівником у 2025 році».
2. Тема: Сучасне лідерство та ефективне управління командою в умовах 2025 року (виклики, тенденції, поради від експерта).
3. Жанр/формат: Подкаст - дискусія в жанрі освітньо-ділового подкасту. Стиль подачі – дружня професійна розмова, живий діалог з експертом, що супроводжується інтерактивними елементами (бліц-запитання).
4. Мета епізоду: донести аудиторії портрет «сучасного керівника», обговорити нові вимоги до лідерів у бізнесі та поділитися практичними рекомендаціями для розвитку лідерських навичок. Епізод покликаний надихнути менеджерів до самовдосконалення та впровадження сучасних методів управління.
5. Цільова аудиторія: Початківці та діючі керівники (тимліди, менеджери середньої ланки, підприємці), а також усі, хто цікавиться розвитком навичок лідерства. Орієнтовний вік аудиторії – 25–45 років, люди з вищою освітою, професіонали, які прагнуть покращити свої управлінські компетенції.
6. Ведуча: Дар'я Остроухова – молода медіаменторка і авторка подкасту, яка ставить запитання від імені слухачів, модеруючи дискусію. Манера ведення: доброзичлива, зацікавлена і одночасно структурована (слідкує за часом і темами).
7. Гостя: Маргарита Духіна – бізнес-експертка, засновниця бренду "Мистецтво управління MD", керівниця кількох команд. Вона має багаторічний досвід на керівних посадах та займається навчанням управлінців, тому здатна поділитися актуальними знаннями та кейсами. Її стиль спілкування: відкрита, натхненна, з почуттям гумору, але й конкретна у порадах.

Режисерський сценарій епізоду

Вступ (0:00 – 0:45). Звучить коротка вступна музична заставка – спокійна та сучасна інструментальна мелодія, яка створює діловий, але привітний настрій. На фоні музики ведуча звертається до слухачів: «Привіт, дорогі слухачі! ...» – представлення себе (Дар'ї) та назви подкасту «На зв'язку». Ведуча коротко анонсує тему випуску: про лідерство в 2025 році та ключові якості керівника нової доби. Також оголошується гостя: звучить її ім'я і статус (керівниця п'яти відділів, засновниця бренду «Мистецтво управління MD»). Тон ведучої теплий і впевнений, щоб одразу встановити довіру. На фразі «...з нами сьогодні особлива гостя...» вступна музика поступово згасає.

Знайомство з гостею (0:45 – 2:00). Музика стихає, переходячи у фоновий режим або зовсім зникає. Починається розмова. Ведуча: «Маргарито, рада бачити вас у студії! Перш ніж перейдемо до головної теми, розкажіть коротко про себе. Як виникла ідея “Мистецтва управління”?». Гостя (Маргарита) відповідає, розповідає про свій кар'єрний шлях, про створення бренду “Мистецтво управління” і його місію – допомагати керівникам розкрити лідерський потенціал. Цей сегмент виконує роль розігріву: слухач ближче знайомиться з експерткою. Аудіосупровід мінімальний – лише голоси; важливо забезпечити чистий запис, щоб нічого не відволікало від змісту.

Основна частина – Блок 1: «Хто такий керівник у 2025 році?» (2:00 – 5:00). Ведуча переходить до першого ключового питання: «Що сьогодні означає бути ефективним керівником? Як це змінилося за останні роки?». Гостя докладно відповідає, висловлює тезу, що сучасний керівник вже не просто контролер, а фасилітатор: акцент змістився на емоційний інтелект, адаптивність та культуру довіри в команді. Маргарита ділиться прикладами зі свого досвіду, як вона змінювала стиль управління, щоб відповідати сучасним реаліям. Ведуча підхоплює думку, уточнює: «Тобто лідерство тепер більше про “бути”, ніж просто “керувати”, чи правильно я розумію?». Гостя підтверджує і додає, що нинішній лідер має бути емоційно зрілим, вміти слухати команду і сприймати

постійні зміни як норму. Аудіосупровід: у цьому блоці немає окремої музики або ефектів, щоб сконцентрувати увагу на розмові. Звукорежисерське рішення – підтримувати комфортний рівень гучності голосів, при потребі вирізати зайві паузи. Інтонація ведучої – зацікавлена, вона підтакує, показуючи активне слухання (це залишається у запису, щоб створити ефект живої бесіди).

Блок 2: «Основні виклики керівника у 2025 році» (5:00 – 8:30). Ведуча запитує: «Які головні виклики стоять перед керівниками сьогодні?». Маргарита перераховує кілька пунктів у форматі списку, наголошуючи на кожному: (1) Виснаження команд (емоційне вигорання співробітників); (2) Баланс між свободою та відповідальністю (як дати команді автономію, але зберегти дисципліну); (3) Постійні зміни – технологічні, економічні, а в нашому контексті ще й соціально- політичні (наслідки воєнного часу); (4) Побудова культури в розподілених командах (віддалена робота кинула нові виклики для лідерів). Кожен виклик вона коротко коментує. Ведуча після цього просить: «Чи є у вас практичні поради, як справлятися з цими викликами?». Гостя знову дає декілька практичних рекомендацій: (1) щоденні командні check-in (короткі зустрічі, щоб «тримати руку на пульсі» настрою команди); (2) інвестиції в розвиток soft skills співробітників; (3) регулярні персональні зустрічі довіри з кожним членом команди; (4) власні техніки «стійкості лідера» – дихальні практики, рефлексія, менторство тощо. Аудіосупровід: на початку цього блоку перед переліком може прозвучати ледь помітний звуковий сигнал (на зразок тихого дзвіночка або whoosh), що сигналізує перехід до нового списку – це допоможе слухачеві зорієнтуватися, що зараз буде структурований перелік. Решта часу знову ж таки тільки голоси. За необхідності на етапі монтажу вставляються дуже короткі паузи між пунктами, аби слухач міг осмислити почуте.

Блок 3: «Мистецтво управління як концепція» (8:30 – 11:30). Ведуча переходить до обговорення авторської концепції гості: «Назва вашого бренду – “Мистецтво управління”. Чому саме мистецтво? Що ви вкладаєте в це поняття?». Маргарита пояснює свою філософію: управління – це не алгоритм,

а жива взаємодія, де важливі інтуїція, креативність, емпатія. Вона наводить аналогію з мистецтвом: як диригент створює симфонію, так і керівник повинен відчувати гармонію в команді. Гостя структурує відповідь на підпункти: говорить про управління як композицію (є структура, ритм, акценти – як у музиці або живописі), ділиться прикладом, як вона "творчо" підійшла до формування команди, а також згадує випадок, коли суворе, «сухе» управління не дало результату, але варто було застосувати людяність – і ситуація вирішилась успішно. Аудіосупровід: можливе використання дуже тихої атмосферної підкладки – ледь відчутної музики без слів у фоні, яка підкреслює метафоричність розмови про мистецтво. Наприклад, легкий звук рояля чи струнних, що асоціюються з витонченістю. Цей фон створить підсвідому асоціацію зі світом мистецтва, про який говорить Маргарита, але не має заглушувати її голос. На завершенні цього блоку музична підкладка зникає.

Інтерактивна рубрика – Бліц: 5 швидких запитань (11:30 – 13:00). Щоб додати динаміки і трохи розважального елементу, ведуча оголошує: «А тепер – бліц! Я ставлю п'ять запитань, а ви, Маргарито, відповідаєте коротко, перше, що спаде на думку.». Перед початком бліцу звучить короткий звук гонгу або інший яскравий аудіоефект, який позначає зміну формату. Ведуча швидко задає запитання одне за одним, залишаючи пару секунд на відповідь:

- 1) «Книга, яку має прочитати кожен керівник?» – гостя називає книгу.
- 2) «Улюблений ритуал перед робочим днем?» – гостя відповідає (наприклад, «чашка кави і планування дня на папері»).
- 3) «Ваше головне правило в управлінні?» – коротка відповідь-гасло.
- 4) «Кого ви вважаєте своїм ментором?» – гостя називає ім'я або персонажа.
- 5) «Одним словом, яким ви описали б лідера майбутнього?» – гостя говорить ключове слово (наприклад, «емпатійний»).

Відповіді Маргарити можуть бути трохи смішними або несподіваними – це додає випуску легкості. Аудіосупровід: під час бліцу на фоні може грати дуже тиха, але ритмічна музика або клікаючий звук метронома, що створює

відчуття таймера. Кожне запитання читається чітко, а після короткої відповіді – знову клацання чи інший невеличкий звук, ніби ми переходимо до наступного. Наприкінці рубрики – короткий висхідний музичний акорд, що сигналізує завершення бліцу.

Завершення (13:00 – 15:00). Ведуча дякує гості: «Дякую, Маргарито, за щирість, практичні поради і натхнення». Маргарита виголошує фінальне побажання слухачам – короткий меседж, наприклад: «Бажаю всім лідерам залишатися гнучкими, піклуватися про свої команди та не боятися бути людяними в управлінні». Ведуча завершує епізод підсумковою фразою: «І пам’ятайте: лідерство – це не посада, а щоденний вибір. З вами була Дар’я і подкаст “На зв’язку”. Підписуйтеся, залишайте відгуки, і до зустрічі в наступному епізоді!». На фоні цих останніх слів поступово наростає завершальна музика – може повторювати мотив вступної заставки, але трохи енергійніша, щоб слухач залишився з піднесеним настроєм. Гучність музики поволі збільшується після фінальних слів ведучої і протягом кількох секунд грає соло, потім плавно згасає. Ця мелодія виконує роль аудіологотипу подкасту, закріплюючи у пам’яті бренд програми.

Обґрунтування вибору локації та технічних умов запису

Для запису епізоду було обрано професійну студію звукозапису на базі медіацентру. Таке рішення прийнято з огляду на необхідність забезпечити високу якість звуку та комфортні умови для гостей і ведучої. Студія обладнана спеціальними звукопоглинальними панелями, які ізолюють зовнішні шуми і усувають небажані відлуння. В приміщенні підтримується акустично нейтральне середовище – це означає відсутність різких реверберацій або спотворень тону голосу, завдяки чому запис звучить чисто і натурально.

Технічні умови в студії значно полегшили реалізацію задуманого аудіосупроводу. Зокрема, використовувалися якісні конденсаторні мікрофони, котрі забезпечують чисте і деталізоване звучання голосів. Для ведучої і гості були налаштовані окремі мікрофони, що дало можливість при монтажі регулювати баланс гучності (наприклад, вирівняти рівень, якщо хтось говорив

тихіше, або вирізати накладки голосів). Ведуча контролювала звук у навушниках під час запису, щоб вчасно помітити, якщо виникнуть технічні проблеми (тріск, кліппінг тощо). Крім того, студія мала пульт звукорежисера: базовий монтаж можна було здійснювати на місці – наприклад, одразу запускати вступну музику, накладати ефекти (дзвіночок перед блищем) у реальному часі. Хоча значна частина аудіосупроводу була додана вже на етапі постпродакшну, можливість live- мікшування забезпечувала резервний варіант.

Контроль шумів – ще одна причина обрати студію. На відміну від домашнього запису, де завжди є ризик появи сторонніх звуків (вуличний шум, звук техніки, відлуння кімнати), професійна студія практично гарантує тишу і контрольоване акустичне середовище. Під час запису нашого епізоду сторонні звуки не зафіксовані: кондиціонер було вимкнено на час запису (аби не гудів), на дверях – табличка «Тиша, йде запис», тож ніхто не зайшов випадково. Завдяки цьому чистий вихідний матеріал дозволив більш вільно працювати зі звуковими доріжками: додавати фонову музику і ефекти без потреби «заглушувати» шуми.

Отже, вибір студійної локації обґрунтований вимогами до якості дипломного проєкту: було важливо продемонструвати найкращі практики звукозапису та аудіооформлення. У студії вдалося досягти професійного звучання, що підсилює позитивне сприйняття подкасту слухачами і відповідає стандартам індустрії.

Засоби художньої виразності аудіосупроводу

При підготовці даного епізоду особлива увага приділялася творчому використанню засобів аудіовиразності – таких, як музика, тембр і інтонація голосів, а також доречні звукові ефекти. Метою було зробити випуск одночасно інформативним і емоційно привабливим, аби утримати увагу слухача протягом усіх 15 хвилин.

Музика як емоційний акцент. Було спеціально підібрано музичний трек для заставки, який відповідає тематиці бізнес-лідерства: спокійна, але ритмічна електронна мелодія в стилі corporate (приглушені барабани, теплий синтезатор).

Ця музика створює відчуття сучасності, динаміки, але без надмірної агресії – що резонує з образом мудрого та врівноваженого керівника. Вона прозвучала на початку для вступного настрою і повторилася у кінці як рефрен. Гучність музики була відрегульована так, щоб не заглушати голос ведучої: на старті епізоду трек грав гучніше (поки не почався голос), а під час спічу ведучої був приглушений до рівня легкого фону. У середині розмови музичний супровід використовувався мінімально – лише в третьому блоці, де тема мистецтва управління підкреслювалася тихою мелодією на фоні. Таким чином, музика стала інструментом емоційного забарвлення: вона підсвітлювала ключові моменти (початок, кінець, перехід до метафоричної теми), але не була присутня постійно, щоб не втомлювати слухача.

Тимбр і інтонація голосів. Ведуча свідомо працювала над своїм голосом перед записом: було обрано теплий, доброзичливий тембр для встановлення дружнього тону. Інтонаційно ведуча говорила жваво, з ентузіазмом на початку (щоб зарядити слухача цікавістю до теми), та більш спокійно і уважно – під час слухання гостей, щоб не перебивати і дати аудиторії сконцентруватися на експертній думці. Коли виникали важливі моменти, ведуча підтримувала їх інтонаційно (наприклад, здивування або згода: «Так?», «Цікаво!» – трохи підвищуючи тон голосу). Гостя, Маргарита Духіна, має поставлений голос із легкими нотками харизми – її манера включала щиру сміху під час згадки кумедних випадків, зміну тону на більш серйозний, коли говорила про проблеми. Ці живі модуляції голосу робили розмову емоційно насиченою. Для проєкту було важливо зберегти такі нюанси: при монтажі жодним чином не вирівнювали інтонаційну динаміку, залишили живі інтонації, адже вони є художнім засобом, що передає справжність бесіди. Темпоритм мовлення теж відіграв роль: ведуча і гостя не поспішали, тримали помірний темп, робили логічні паузи. Це дозволило слухачам краще зрозуміти інформацію і одночасно відчувати щирість та рефлексію у розмові.

Звукові ефекти та аудіооформлення рубрик. У сценарії передбачалось використання кількох звукових вставок як засобів виразності. По-перше, це

звукові сигнали для позначення структури: короткий джінгл (мелодійний звук) перед початком основних тематичних блоків і перед бліц-опитуванням. Їх роль – структурувати випуск і допомогти слухачеві інтуїтивно відчувати перехід до нової частини. По-друге, ефект гонгу перед рубрикою «5 запитань» додав елемент гри, створивши відчуття, ніби ми на вікторині або шоу – це зробило подачу різноманітнішою. По-третє, хоча сам контент інтерв'ю серйозний, додатково було вирішено вставити дуже тихий фоновий офісний шум (ледве чутний гул офісу з телефонами і друкарськими звуками) на початку розмови про виклики керівників. Цей звуковий шар, майже непомітний, діяв підсвідомо: тема роботи – і на фоні як би присутня атмосфера робочого місця. Ефект був застосований обережно і лише на кілька секунд, щоб не відвертати уваги, а створити відчуття присутності. Нарешті, монтаж пауз і динаміка: після важливих висловлювань гості робилася коротка пауза (1-2 секунди тиші) – це також прийом аудіовиразності, який дає змогу підкреслити значущість сказаного і дозволяє слухачу емоційно відреагувати.

Усі засоби художньої виразності підпорядковувалися головному завданню – зробити аудіоряд інформативного інтерв'ю більш образним і цікавим, але не перебільшити. Принцип «невидимого» аудіосупроводу: слухач може не помітити багатьох звукових деталей, але саме вони створюють загальне враження про якість та настрій подкасту. Таким чином, музика, голос і ефекти були збалансовані: кожен отримав свій час і місце, що забезпечило цілісність звукової картини епізоду.

Стратегія просування епізоду

Створення якісного подкаст-епізоду – це лише частина успіху; важливо також правильно донести його до цільової аудиторії. Для випуску «Як бути сучасним керівником у 2025 році» розроблено базову контент-стратегію просування, яка враховує специфіку цільових слухачів (менеджери, професіонали) та найбільш ефективні канали розповсюдження подкастів.

Основні кроки стратегії просування епізоду:

- Публікація на популярних платформах. Епізод буде розміщено на основних подкаст-платформах: Apple Podcasts, Google Podcasts, YouTube, а також на українських аудіоплатформах (наприклад, Megogo Audio, SoundCloud). Це забезпечить максимальне охоплення онлайн- аудиторії, яка слухає подкасти через мобільні додатки. Опис епізоду міститиме ключові слова (“лідерство 2025”, “управління командою”, “поради керівникам”), щоб користувачі могли легко його знайти через пошук.

- Використання соціальних мереж та професійних спільнот. З огляду на те, що наша аудиторія – це фахівці і керівники, основний акцент зроблено на LinkedIn та Facebook. Планується публікація анонсу епізоду на особистій сторінці ведучої та в тематичних групах (наприклад, “Ukrainian Podcasters”, “HR і управління персоналом”, “Leadership & Management UA”). Анонс міститиме короткий тезис: “5 порад для керівників від Маргарити Духіної” та посилання на прослуховування. Також передбачено кілька постів у Instagram (якщо врахувати молодшу частину аудиторії): графічна цитата з інтерв’ю (з фотографією гості та її цитатою про лідерство) і сторіз з прев’ю аудіо (15-секундний яскравий фрагмент розмови під заставку – так званий аудіограм).

- Співпраця з гостею та її брендом. Маргарита Духіна та її бренд “Мистецтво управління MD” мають власну аудиторію. Заплановано, що гостя поділиться випуском на своїх майданчиках: сторінка бренду у Facebook/LinkedIn, розсилка для клієнтів (якщо така є), а можливо, й виступить співавтором промо – запише коротке відеозвернення типу “Я взяла участь у подкасті, де говоримо про X, дуже раджу послухати!”. Це розширить охоплення за рахунок лояльної аудиторії експертки.

- В месенджерах (Telegram-канал про кар’єру/менеджмент, Viber-спільноти) можна розмістити коротке повідомлення про вихід цікавого інтерв’ю з практичними порадами для керівників. Таке таргетування допоможе достукатися до тих, хто менше сидить у соцмережах, але зацікавлений у професійному розвитку.

- Реклама та спеціальні промо-акції. Зважаючи на обмежений бюджет

дипломного проєкту, платна реклама не є пріоритетом. Однак можна задіяти безкоштовні способи: домовитися про крос-промо з іншим подкастом суміжної тематики (наприклад, подкаст про бізнес або HR – вони згадують наш випуск, а ми їхній в себе). Також можна подати епізод/ подкаст на розгляд у щотижневій огляди чи добірки типу “Найкращі українські подкасти тижня”, які роблять медіасайти або блогери.

- Зворотній зв’язок і залучення аудиторії. Стратегія просування включає взаємодію з аудиторією після публікації. В соцмережах у коментарях ставляться питання: «А що для вас найважче в керівництві?», «Який пункт поради сподобався найбільше?» – це стимулює обговорення і підвищує охоплення допису органічно. Ведуча та гостя будуть відповідати на коментарі, дякувати за прослуховування. Така залученість спонукає слухачів ділитися випуском із колегами, якщо вони знайдуть його корисним.

Реалізація цієї контент-стратегії дозволить донести створений епізод до якомога ширшої аудиторії цільової групи. Очікується, що завдяки релевантності теми (лідерство завжди актуальне для бізнес-середовища) та активній промоції в спільнотах управлінців, випуск знайде відгук у слухачів. Важливим індикатором успіху стане фідбек – кількість прослуховувань, відгуки, репости. Зібрані метрики та відгуки згодом можна буде використати у Висновках для оцінки ефективності використання аудіосупроводу і загалом реалізації творчого проєкту.

Розробка та реалізація аудіовізуального продукту на основі результатів дослідження аудіосупроводу підкастів є завершальним етапом дослідження, який дозволяє перетворити отримані теоретичні знання в практичний медіа-контент, що здатен ефективно впливати на аудиторію. Під час створення такого продукту необхідно враховувати не лише звукові елементи, але й візуальні складові, які разом утворюють єдиний аудіовізуальний досвід.

Процес розробки починається з визначення цілей і концепції підкасту, що дозволяє правильно підібрати аудіоелементи та візуальний стиль. Потрібно зрозуміти, яка емоційна реакція на слухачів має бути спричинена, і які звукові

ефекти та музика будуть підсилювати бажаний ефект. Наприклад, для мотивуючого підкасту можна використовувати динамічні звуки та музику, яка створює відчуття енергії, а для медитативного чи освітнього контенту — спокійну, розслаблюючу атмосферу.

Важливим елементом є інтеграція візуальних ефектів, якщо продукт передбачає відео чи інші візуальні складові. Візуальні елементи повинні відповідати звуковому оформленню, створюючи гармонійну взаємодію між різними компонентами. Наприклад, для підкастів, де тема пов'язана з технічними чи науковими питаннями, можна застосувати стильні графіки, інфографіку та анімації, що допомагають підсилити інформаційний контекст, водночас залишаючись лаконічними і ненав'язливими.

Під час створення звукової складової важливо використовувати професійну техніку для запису та обробки звуку. Аудіо повинно бути чистим і чітким, без зайвих шумів та спотворень. Монтаж аудіо є ключовим етапом, на якому вирішується, як органічно поєднати різні звукові елементи. Це може включати голос ведучого, звукові ефекти, музичні вставки і тишу між сегментами. Важливо пам'ятати, що звук повинен створювати атмосферу, але не перевантажувати слухача.

При реалізації аудіовізуального продукту також необхідно ретельно спланувати його розповсюдження. Кожна платформа має свої вимоги до формату і якості контенту, тому важливо адаптувати підкаст до конкретних умов розповсюдження. Наприклад, для відео-контенту необхідно враховувати оптимізацію для різних типів екранів (мобільних пристроїв, комп'ютерів, телевізорів) та дозвільну здатність, що забезпечить комфортне сприйняття продукту.

Тестування та зворотний зв'язок від аудиторії є важливими кроками на шляху до створення успішного продукту. Тестування дозволяє отримати інформацію про те, як аудиторія сприймає звукову і візуальну складову, чи викликають вони потрібні емоції, чи є якісь моменти, які можуть потребувати

корекції. Врахування зворотного зв'язку допоможе вдосконалити продукт і зробити його більш привабливим та ефективним.

У результаті, правильне поєднання звукового та візуального оформлення дозволяє створити не тільки привабливий, але й ефективний медіа-продукт, що здатен донести потрібну інформацію до слухачів або глядачів, забезпечуючи їм позитивний досвід сприйняття. Ретельна розробка, адаптація та тестування контенту дозволяють створити підкасти, що будуть відповідати вимогам сучасної аудиторії та ефективно виконувати свою комунікаційну роль.

Висновки до II розділу.

У другому розділі зазначено, що звукове оформлення в підкастах є не лише додатковий елемент, а й основний інструмент для створення впізнаваності та ефективної комунікації з аудиторією. Від правильно підібраних музичних тем до майстерно використаних звукових ефектів - кожен елемент впливає на сприйняття і емоційний зв'язок слухача з програмою. Ретельно продумане звукове оформлення здатне не тільки підсилити вплив на слухачів, але й допомогти підкастам вирізнитися серед безлічі інших програм на ринку.

Розроблено робочу документацію з обґрунтування власного авторського творчого проєкту та його реалізації, а саме твірчу зв'язку на епізод подкасту «Як бути сучасним керівником у 2025 році»; режисерський сценарій епізоду; визначено засоби художньої виразності аудіосупроводу. Визначено стратегію просування епізоду

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні **висновки**.

Розглянуто понятійний апарат проблеми формування медіапростору бібліотек, де розкрито зміст таких поняття як «покастинг», «подкастер», «аудіосупровід». Проаналізовано ряд українських та закордонних наукових праць, у яких розглянуті такі проблеми як: появу, класифікацію та типологію українських подкастів, використання подкастів як інструменту для вивчення мови, поширення подкастів у сучасних медіа тощо. Практично мало дослідженою є проблема аудіосупроводу у подкастах.

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що звукове оформлення є одним із ключових компонентів ефективного медіа-продукту, зокрема підкасту. Різноманітні елементи аудіосупроводу, такі як музика, звукові ефекти, інтонація голосу ведучого, а також темп і ритм мови, безпосередньо впливають на сприйняття контенту слухачами, створюючи певну атмосферу та емоційний фон. Отримані результати дослідження дозволяють зробити висновок, що правильно підібраний аудіосупровід не тільки підсилює загальне враження від підкасту, але й значно покращує ефективність донесення інформації.

У процесі дослідження було виявлено, що важливим аспектом є гармонійне поєднання аудіоелементів і візуальних компонентів, оскільки це забезпечує більш повне сприйняття матеріалу. Звук може підсилювати візуальні образи і навпаки, створюючи єдиний аудіовізуальний досвід, який є важливим для залучення та утримання уваги аудиторії. Водночас необхідно дотримуватися балансу між різними типами аудіосупроводу, щоб не перевантажувати слухача, а забезпечити комфортне сприйняття.

Доведено, що створення якісного аудіовізуального продукту передбачає не лише правильний вибір звукових та візуальних елементів, а й технічну якість запису, монтажу та адаптацію контенту для різних платформ. Врахування цих аспектів дозволяє не тільки досягти високої якості продукту, але й забезпечити його доступність для широкої аудиторії.

Проведений аналіз дозволив сформулювати рекомендації щодо розробки аудіовізуальних продуктів, зокрема підкастів, які мають бути адаптовані до специфіки тематики, жанру та цільової аудиторії. Аудиторія, залежно від своїх інтересів і потреб, буде по-різному реагувати на музичні вставки, ефекти та голосові елементи, тому важливо враховувати їх переваги та очікування при створенні контенту.

Розроблено робочу документацію та власний авторський створено власний авторський проєкт - подкаст - дискусія в жанрі освітньо-ділового подкасту на тему «Як бути керівником у 2025 році?». Підготовлено творчу заявку та режисерський сценарій епізоду. Мета епізоду - донести аудиторії портрет «сучасного керівника», обговорити нові вимоги до лідерів у бізнесі та поділитися практичними рекомендаціями для розвитку лідерських навичок. Обґрунтовано вибір локації та технічні умови запису. Зокрема для запису епізоду було обрано професійну студію звукозапису на базі медіацентру. Визначено засоби художньої виразності аудіосупроводу, зокрема: тимбр і інтонація голосу, музика як емоційний акцент, звукові ефекти (гонг, шум тощо). Визначено основні стратегчні напрями просування епізоду.

Дослідження показало, що звукове оформлення має величезний потенціал для підвищення ефективності підкастів і іншого медіа-контенту. Аудіовізуальні компоненти, якщо вони правильно поєднані і ретельно опрацьовані, здатні створювати унікальний досвід для слухачів, що має значення не тільки для створення привабливого контенту, а й для досягнення комунікаційних та емоційних цілей продукту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєв Д. Як розробити ідею подкасту та втілити її: поради від авторів популярних українських аудіопроектів. 2022. URL: <https://suspilne.media/culture/331722-ak-rozrobiti-ideu-podkastu-ta-vtiliti-ii-poradi-vid-avtoriv-popularnih-ukrainskih-audioproektiv/>
2. Булах Т. Д. Класифікація подкастів як наукова проблема. *Прикладні соціально-комунікаційні технології*, 2023, №6, с. 205–212. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2023/6_2023/36.pdf
3. Варганова Д., Коломієць Р. Використання подкастів та відеокастів під час вивчення англійської мови. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*, 2023, №3, с. 4–9. URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/zbirnuk_nayk_praz/2023/3/4.pdf
4. Гриценко Т. В. Звуковий дизайн у медіапродуктах: теоретичні аспекти. *Медіаосвіта*, 2022, №1, с. 45–52. URL: <https://mediaosvita.org.ua/articles/2022/1/4.pdf>
5. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 149–154. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/730/736>
6. Євтушенко Л. М. Музичний супровід у підкастах: функції та особливості використання. *Музикознавчі записки*, 2020, №15, с. 112–118. URL: <https://musicnotes.ua/journal/2020/15/12.pdf>
7. Жукова Н. С. Технічні аспекти створення аудіосупроводу для подкастів. *Техніка та технології*, 2019, №4, с. 55–60. URL: <https://techandtech.ua/journal/2019/4/6.pdf>
8. Іваненко О. В. Психоакустичні особливості сприйняття аудіосупроводу в медіа. *Психологія і медіа*, 2018, №3, с. 23–29. URL: <https://psychmedia.ua/journal/2018/3/3.pdf>

9. Кирилова О. Подкастинг як перспективний напрям медіадіяльності Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара 2022, с. 78–89. URL: <https://fszmk.dnu.dp.ua/uploads/files/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F/2022/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%202.pdf>
10. Лішафай О. Технологічні процеси створення звукового супроводу в аудіовізуальному творі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. №4. С.201 URL: <file:///C:/Users/Nataliya/Downloads/250306-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-574500-1-10-20211230.pdf>
11. Мудра І., Майхровська Ю. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. 2023. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/feb/29879/8.pdf>
12. Музика для подкастів. URL: <https://snapmuse.com/ru/insights/music-for-podcasts>
13. Ньюзум. Е. Гучніше! Як створювати подкасти. Харків : Віват, 2022. 336с.
14. Царик Г.М. Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. *Міжкультурна комунікація*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2023-95-8>
15. A Crash Course in Audio for Podcasters. Shure. URL: <https://www.shure.com/en-US/insights/a-crash-course-in-audio-for-podcasters>
16. An Introduction to 4 Types of Audio Classification. HackerNoon. URL: <https://hackernoon.com/an-introduction-to-4-types-of-audio-classification-nhg3zq3>
17. Background Music for Podcasts. Podcastle. URL: <https://podcastle.ai/blog/background-music-for-podcasts/>
18. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. / In M. Lindgren and J. Loviglio, *Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*, pp. 19–29, London : Routledge. 2022, p. 21

19. Drew, C. Educational podcasts: A genre analysis. *E-Learning and Digital Media*, 2017. 14(4), P. 201-211. URL: <https://doi.org/10.1177/2042753017736177>
20. *Edutaining Audio: An Exploration of Education Podcast Design*. Taylor & Francis Online. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09523987.2017.1324360>
21. *Find Your Voice: Developing Podcast Studio Services in an Academic Library*. ScienceDirect. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0099133324001496>
22. *How Academic Podcasting Can Change Academia and Its Relationship with Society*. *Frontiers in Communication*. URL: <https://www.frontiersin.org/journals/medicine/articles/10.3389/fmed.2024.1278449/full>
23. *How Podcasting Is Changing the Audio Storytelling Genre*. ResearchGate. URL: https://www.researchgate.net/publication/305728362_How_podcasting_is_changing_the_audio_storytelling_genre
24. *The role of sound in an audiovisual work*. 2021. URL: https://stud.com.ua/134882/zhurnalistika/rol_zvuku_audiovizualnomu_tvori