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

Допустити до захисту 13.05.26
Павлова О.А.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(дослідження та аудіовізуальний твір)

на тему:

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

вступника першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:
студентка IV курсу, групи ВТПб-1-22-4.0д
Кузьменко Анна Петрівна

Цим підписом засвідчую що подамий захист дипломної та електронний варіант є ідентичні
08.06.2026

Науковий керівник:
заслужений артист України, доцент кафедри Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
Новикова Руслана Артемівна

Київ – 2026

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(дослідження та аудіовізуальний твір)

на тему:

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

вступника першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Виконала:
студентка IV курсу, групи ВТПб-1-22-4.0д
Кузьменко Анна Петрівна

Науковий керівник:
заслужений артист України, доцент кафедри Факультету української філології, культури і мистецтва Київського столичного університету імені Бориса Грінченка
Новикова Руслана Артемівна

Київ – 2026

ЗМІСТ

ВСТУП 4

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОДКАСТУ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ 10

1.1. Відеоподкаст як форма горизонтальної медіакомунікації. Жанрові та комунікаційні особливості подкасту і відеоподкасту як аудіовізуального формату 10

1.2. Подкаст як жанр сучасних медіа: поняття, історія виникнення та етапи розвитку 20

1.3. Сучасний український медіапростір в умовах цифрової трансформації та повномасштабної війни. Українські відеоподкасти в період повномасштабної війни та їхня роль у медіакомунікації **Error! Bookmark not defined.**

1.4. Дослідження аудиторних уподобань 33

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ І 35

РОЗДІЛ ІІ. РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ПОДКАСТУ «ЖИВІ ІСТОРІЇ» 37

2.1. Розробка творчої заявки відеоподкасту «Живі історії» 37

2.2. Підготовка режисерського сценарію випуску відеоподкасту 42

2.3. Розробка контент – стратегії у просуванні проєкту**Error! Bookmark not defined.**

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІ 58

ВИСНОВКИ 60

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ 62

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Упродовж останніх десятиліть медіапростір зазнає суттєвих змін, пов'язаних із розвитком цифрових технологій, інтернет-комунікації та трансформацією способів споживання інформації. Традиційні медіа поступово інтегруються у цифрове середовище, що сприяє появі нових форматів подання контенту та змінює характер взаємодії між медіа і аудиторією. Одним із таких форматів, який активно розвивається у сучасному інформаційному просторі, є подкаст.

Подкастинг поєднує елементи радіожурналістики, інтернет-комунікації та мультимедійного контенту, що робить його гнучким і доступним засобом поширення інформації. На відміну від традиційного радіомовлення, подкасти не прив'язані до чіткої сітки мовлення, що дозволяє аудиторії самостійно обирати час і спосіб їхнього прослуховування. Саме ця особливість значною мірою сприяла популяризації подкастів у різних країнах світу.

Зарубіжні дослідники медіакомунікації відзначають, що подкастинг став важливою складовою сучасної цифрової культури. Зокрема, Річард Беррі розглядає подкасти як форму альтернативного медіавиробництва, яка дає можливість створювати незалежний контент і формувати нові моделі комунікації між авторами та аудиторією [9].

В українському медіапросторі подкастинг почав активно розвиватися відносно нещодавно, однак уже став помітним явищем у системі інтернет-медіа. Як зазначає Олександр Дмитровський, подкасти можна розглядати як одну з форм розвитку інтернет-радіо, що значно розширює можливості поширення аудіоконтенту та створює нові канали комунікації з аудиторією [10].

Особливого значення подкасти набули в українському медіапросторі після початку повномасштабної війни росії проти України у 2022 році. У цей період суспільство відчуло підвищену потребу в оперативній інформації, аналітичних матеріалах та поясненні складних суспільно-політичних процесів. Подкасти стали одним із форматів, який дозволяє не лише

інформувати аудиторію, а й створювати простір для глибшого обговорення актуальних подій, залучаючи до дискусії журналістів, експертів та громадських діячів.

Останніми роками значної популярності набувають також відеоподкасти, які поєднують аудіальний та візуальний компоненти комунікації. Такий формат дає змогу розширити можливості взаємодії з аудиторією та підвищує рівень довіри до медіаконтенту, оскільки глядач отримує не лише звукову інформацію, а й візуальний контекст розмови.

Таким чином, дослідження особливостей розвитку подкасту та відеоподкасту в українському медіапросторі є актуальним з огляду на стрімку трансформацію сучасних медіа та зростання ролі цифрових форматів комунікації.

Стан розробки проблеми. Проблематика розвитку подкастингу та аудіального медіаконтенту привертає увагу дослідників у галузі журналістики, медіакомунікації та цифрових медіа. У наукових працях розглядаються різні аспекти функціонування подкастів, зокрема їх жанрові особливості, роль у системі сучасних медіа та специфіка взаємодії з аудиторією.

Значний внесок у дослідження подкастингу зробив Олександр Дмитровський, який аналізував розвиток інтернет-радіо та типологію українських подкастів, визначаючи їх місце у структурі сучасного медіапростору [10; 11]. Теоретичні засади радіожурналістики та аудіального мовлення висвітлені у працях Володимира Лизанчука [16], де розглядаються особливості функціонування аудіальних медіа та їх вплив на аудиторію.

Окремі аспекти створення аудіального контенту в цифровому середовищі досліджував С. Коваль [15], який звертає увагу на специфіку контенту, створеного користувачами, та його роль у формуванні сучасного медіапростору. Питання розвитку онлайнової журналістики та трансформації медіасистеми під впливом цифрових технологій розглянуті у працях Д. Гола [13].

Зарубіжні дослідники також активно аналізують феномен подкастингу як нової форми медіакомунікації. Зокрема, Річард Беррі розглядає подкасти як важливий елемент сучасної цифрової культури, що сприяє розвитку альтернативних форм медіавиробництва та розширює можливості комунікації між авторами і аудиторією [9].

Водночас, поряд із теоретичними напрацюваннями, важливим є аналіз практичного функціонування відеоподкастів у сучасному українському медіапросторі. Зокрема, популярності набувають такі проєкти, як «Розмова» (інтерв'ю з представниками культури та суспільства), «Кляті питання», «Подкаст Сергія Притули», а також низка незалежних YouTube-проєктів, що поєднують елементи інтерв'ю, публіцистики та авторського бачення. У цих відеоподкастах простежується орієнтація на живу розмову, персоналізацію контенту та активну взаємодію з аудиторією, що є характерними рисами сучасного медіасередовища.

Окремої уваги заслуговують відеоподкасти, що з'явилися або трансформувалися в умовах повномасштабної війни, де особлива роль відводиться темам особистого досвіду, суспільної відповідальності та національної ідентичності. Такі проєкти демонструють зміну акцентів у медіаконтенті — від розважального до соціально значущого.

Попри наявність значної кількості наукових досліджень, питання розвитку українських відеоподкастів у період повномасштабної війни та їх ролі у формуванні сучасного медіадискурсу залишаються недостатньо висвітленими у науковій літературі. Саме це зумовлює необхідність подальшого дослідження зазначеної проблематики.

Мета дослідження - аналіз особливостей розвитку подкасту та відеоподкасту в українському медіапросторі, а також визначення їх ролі у формуванні сучасної медіакомунікації, а також практична реалізація отриманих результатів у процесі створення авторського відеоподкасту.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання таких ***завдань***:

- проаналізувати теоретичні підходи до визначення поняття подкасту у сучасних медіадослідженнях;
- простежити основні етапи становлення та розвитку подкастингу;
- визначити жанрові та комунікаційні особливості подкасту як формату медіаконтенту;
- охарактеризувати специфіку відеоподкасту як різновиду аудіовізуального медіапродукту;
- дослідити особливості розвитку українських відеоподкастів у період повномасштабної війни;
- проаналізувати аудиторні уподобання щодо споживання подкастів на основі результатів проведеного опитування;
- розробити концепцію та здійснити створення авторського відеоподкасту як практичної частини дослідження.

Об'єкт дослідження - подкастинг як явище сучасного українського медіапростору та процес його розвитку і функціонування, що слугує основою для створення власного аудіовізуального продукту.

Предмет дослідження - жанрові та комунікаційні особливості українських відеоподкастів, а також їх практичне застосування у процесі розробки та реалізації авторського відеоподкасту.

Методи реалізації дослідження. У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Метод аналізу та синтезу застосовано для опрацювання наукових джерел і визначення теоретичних засад дослідження. Історичний метод дозволив простежити основні етапи розвитку подкастингу. Порівняльний метод використано для зіставлення різних підходів до визначення поняття подкасту та його місця у сучасному медіапросторі. Також було застосовано емпіричний метод опитування з метою дослідження аудиторних уподобань щодо споживання подкастів.

Інформаційною базою для проведення дослідження кваліфікаційної (бакалаврської) роботи стали:

- наукові праці українських та зарубіжних дослідників з проблем розвитку подкастингу, аудіального контенту та цифрових медіа, зокрема роботи Р. Беррі, О. Дмитровського, В. Лизанчука, С. Коваля, І. Гаврилюк та інших;
- підручники, монографії та наукові статті з теорії журналістики, радіомовлення та онлайн-журналістики;
- аналітичні матеріали та статистичні дані міжнародних дослідницьких платформ, що містять інформацію про розвиток подкастингу у світі та особливості його споживання аудиторією;
- електронні ресурси, бази даних та матеріали інтернет-платформ, на яких розміщуються подкасти та відеоподкасти (YouTube, Spotify та інші);
- результати власного бліц-опитування респондентів щодо споживання подкастів, їхніх тематичних уподобань та частоти використання цього медіаформату.

Новизна отриманих результатів полягає у комплексному дослідженні особливостей розвитку подкасту та відеоподкасту в українському медіапросторі в умовах сучасних медіатрансформацій.

У межах дослідження було узагальнено теоретичні підходи до визначення поняття подкасту та його місця у системі сучасних цифрових медіа, проаналізовано основні етапи становлення та розвитку подкастингу як медіаформату, визначено жанрові та комунікаційні особливості подкасту та відеоподкасту, досліджено роль відеоподкастів у сучасному українському медіапросторі, зокрема в умовах повномасштабної війни, узагальнено результати опитування щодо аудиторних уподобань у споживанні подкастів.

Отримані результати дозволяють розширити наукові уявлення про подкастинг як один із сучасних форматів медіакомунікації.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання матеріалів дослідження для подальших наукових розвідок у галузі журналістики, медіакомунікації та цифрових медіа. Отримані результати можуть бути використані під час вивчення дисциплін, пов’язаних

із медіавиробництвом, онлайн-журналістикою та створенням аудіовізуального контенту.

Крім того, результати дослідження можуть бути корисними для журналістів, медіавиробників та авторів подкастів під час створення власних аудіо- та відеопроєктів, оскільки вони містять аналіз особливостей функціонування подкастів та аудиторних уподобань щодо їх споживання.

Матеріали дослідження також можуть слугувати основою для подальших наукових досліджень у сфері розвитку цифрових медіа та подкастингу.

Особистий внесок автора полягає у самостійному опрацюванні наукових джерел, аналізі теоретичних засад подкастингу, дослідженні особливостей розвитку українських відеоподкастів, а також у проведенні бліц-опитування респондентів щодо споживання подкастів та узагальненні отриманих результатів.

Окрім теоретичної частини, особистий внесок автора полягає у розробці та реалізації власного аудіовізуального проєкту — відеоподкасту «Живі історії». Автором самостійно здійснено формування ідеї та концепції проєкту, визначення тематики та формату подкасту, розробку творчої заявки та структури випуску, підготовку запитань для інтерв'ю, організацію знімального процесу, участь у зйомці в ролі ведучої, а також монтажу та фінального оформлення відеопродукту.

Апробація результатів дослідження, публікації. Кузьменко А. П. Особливості створення подкасту в українському медіапросторі // Культура, інформація, комунікація: міждисциплінарний діалог : матеріали II Всеукр. наук. конф. з міжнар. участю / М-во культ. України ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. (Київ, 9–10 квітня 2026 р.). Київ : НАКККіМ, 2026. С. 99-101.

Структура кваліфікаційної роботи зумовлена логікою дослідження та визначена поставленою метою і завданнями. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У вступі обґрунтовано актуальність теми, визначено мету та завдання дослідження, об’єкт і предмет, окреслено методи дослідження, наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У першому розділі розглядаються теоретичні засади дослідження подкасту як явища сучасного медіапростору. Зокрема, проаналізовано наукові підходи до визначення поняття подкасту, простежено етапи становлення та розвитку подкастингу, визначено жанрові та комунікаційні особливості подкастів, а також охарактеризовано специфіку відеоподкасту як різновиду аудіовізуального контенту. Окрему увагу приділено розвитку українських відеоподкастів у період повномасштабної війни та їхній ролі у формуванні сучасного медіадискурсу. Завершальним елементом розділу є дослідження аудиторних уподобань щодо споживання подкастів, проведене на основі анкетування респондентів, із подальшим аналізом отриманих результатів.

Другий розділ має практичний характер і присвячений створенню власного аудіовізуального продукту — відеоподкасту «Живі історії». У межах цього розділу розроблено творчу заявку проєкту, визначено його концепцію, мету, ідею, структуру та цільову аудиторію. Також підготовлено режисерський сценарій випуску, який включає логіку побудови розмови, орієнтовні питання та структурні елементи відео. Обґрунтовано вибір локацій зйомки з урахуванням технічних та змістових вимог, а також визначено засоби художньої виразності, що використовуються у створенні подкасту. Окрему увагу приділено розробці контент-стратегії просування проєкту в медіапросторі з використанням сучасних цифрових платформ.

У висновках узагальнено результати проведеного дослідження, сформульовано основні теоретичні та практичні положення, а також визначено перспективи подальшого вивчення теми.

Список використаних джерел містить наукові праці, нормативно-правові акти та інші матеріали, що були використані під час написання роботи.

РОЗДІЛ І

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОДКАСТУ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

1.1 Відеоподкаст як форма горизонтальної медіакомунікації

Трансформаційні процеси, які переживає сучасний цифровий медіапростір, змушують дослідників переосмислювати класичні моделі поширення інформації. У цьому контексті відеоподкаст дедалі частіше розглядається науковцями як якісно нова форма горизонтальної медіакомунікації. Вона виявляє свою принципову відмінність від традиційної вертикальної моделі мовлення, що десятиліттями панувала у просторі масмедіа. Якщо у класичних засобах масової інформації комунікаційні потоки вибудовуються за суворою ієрархічною схемою «медіа - аудиторія», де інформація транслюється односторонньо та директивно зверху вниз, то відеоподкаст апріорі функціонує в логіці рівноправного діалогу, глибокої співучасті та миттєвого зворотного зв’язку. Зазначений формат передбачає кардинальну зміну ролі реципієнта. Аудиторія перестає бути пасивною масою, яка лише споживає готовий контент, натомість вона активно долучається до його інтерпретації, обговорення та навіть безпосереднього виробництва й розвитку.

Розглядаючи природу цього явища, варто звернутися до витоків виникнення самого формату. Свого часу, аналізуючи ранній етап розвитку аудіопроєктів, іноземні дослідники вже помічали цей емансипаційний потенціал технології. Зокрема, як підкреслює Д. Чіккареллі, «подкастинг виник як інструмент децентралізації медіа, що дозволив кожному стати мовником і трансформував пасивного слухача на активного учасника глобального аудіообміну» (Ciccarelli, 2019: 8). Ця першопочаткова свобода від корпоративних рамок і зумовила формування саме горизонтальних зв'язків.

Горизонтальність сучасних відеоподкастів проявляється насамперед у докорінній зміні соціокультурного статусу та комунікативної поведінки ведучого. Мовець у кадрі остаточно втрачає ознаки елітарності, перестає бути виключно носієм єдино правильної, авторитетної позиції. Він набуває органічної ролі звичайного співрозмовника, фасилітатора відкритої дискусії або ж абсолютно рівноправного учасника комунікаційного процесу. З цього приводу Олександр Дмитровський, який детально досліджував особливості подкастингу як важливої складової інтернет-радіо, слушно зауважує, що цей інструментарій «формує новий тип взаємодії між автором і аудиторією, де ключовим стає не трансляція готових смислів, а спільне їх конструювання» (Дмитровський, 2015: 27). Коли ж ми говоримо конкретно про відеоподкасти, то у них ця децентралізація та інтимізація спілкування посилюються в рази за рахунок постійного візуального контакту. Поява відеоряду створює у глядача психологічний ефект безпосередньої, майже фізичної присутності в одній кімнаті з авторами.

Невіддільною ознакою та рушійною силою горизонтальної медіакомунікації є її тотальна інтерактивність. Вона технічно реалізується через сучасні цифрові платформи, серед яких головним майданчиком виступає YouTube. Секція коментарів, миттєві лайки, репости, участь у живих чатах під час прем'єр, а також фінансова підтримка авторів через краудфандинг чи донати перетворюють колишню «публіку» на реального співпродюсера медіапроцесу. Досліджуючи цей феномен інтеграції слухачів у структуру контенту, І. Гаврилюк зазначає, що «подкасти в системі українських інтернет-медіа руйнують класичну дистанцію мовлення, трансформуючи взаємодію автора і споживача у формат тривалого та взаємовигідного партнерства» (Гаврилюк, 2022: 56). Схожі соціоцентричні тенденції фіксують і практичні моніторинги ринку. Як зазначає А. Коріновська, «сучасні цифрові формати аудіоконтенту сприяють формуванню спільнот навколо медіапродукту, де

важливим є не лише контент, а й відчуття причетності до нього» (Коріновська, 2021: 33).

Більше того, феномен такої залученості має чітке теоретичне підґрунтя в контексті розвитку світової медіакультури. У закордонному науковому дискурсі відеоподкасти часто маркують як вершину нової аудіовізуальної ери. Розмірковуючи над природою цієї трансформації, відомий дослідник Річард Беррі ставить закономірне питання: «Чи є подкастинг просто технологічним розширенням традиційного радіо, чи ми спостерігаємо зародження нової культури слухання, заснованої на повній автономії користувача?» (Berry, 2015: 2). Очевидно, що саме автономія та свобода вибору дозволяють будувати комунікаційні мережі не за принципом диктату, а за принципом добровільного об'єднання навколо спільних цінностей.

У філософському зрізі ця зміна парадигми свідчить про глибокі зрушення в суспільній свідомості. Цифрова горизонтальність віддзеркалює потребу людини в подоланні відчуження, яке часто провокують традиційні медіагіганти. Як зазначає дослідниця І. Страшко, «подкаст як соціокультурне явище демонструє перехід від масового, стандартизованого інформування до персоналізованого, екзистенційного діалогу, що відповідає запитам сучасної мережевої культури» (Страшко, 2017: 101).

Горизонтальна природа українських відеоподкастів особливо сильно актуалізувалася та пройшла перевірку на міцність в умовах повномасштабної війни. У цей критичний період суспільство відчуло гостру потребу не в сухому нав’язуванні офіційних, знеособлених наративів чи зацензурованих телевізійних блоків, а в живій, відкритій розмові, детальному поясненні складних процесів та емпатійному співпереживанні. У такому контексті вітчизняні відеоподкасти швидко перетворилися на унікальний простір безпосереднього, психологічно терапевтичного обміну думками. Тут повністю стирається штучна дистанція між журналістом (експертом) та його глядачем.

Саме тому, як свідчать результати авторитетних вітчизняних досліджень реального медіаспоживання, «в Україні зростає довіра до форматів, у яких домінує жива розмова та персональна відповідальність автора за сказане» (Коріновська, 2021: 35).

Окрім усього зазначеного, егалітарна (рівноправна) комунікація всередині відеоподкастів яскраво виявляється у колосальній свободі вибору тематики, форматів та внутрішньої структури випусків. Повна відсутність жорсткого редакційного контролю, комерційного тиску спонсорів чи державних темників дозволяє незалежним авторам сміливо порушувати найскладніші, табуйовані, чутливі або маргіналізовані теми. Ті самі питання, які через форматні обмеження чи політичну цензуру зазвичай залишаються далеко поза межами ефірів традиційних телеканалів та радіостанцій, у подкастах стають предметом багатогодинні глибокі розмови. Такий стан речей не просто урізноманітнює контент, а й безпосередньо сприяє суттєвому розширенню всього національного публічного дискурсу, формуванню здорових альтернативних медіанаративів та розвитку критичного мислення громадян.

Таким чином, сучасний відеоподкаст як специфічна форма горизонтальної медіакомунікації репрезентує цілісну нову модель взаємодії всередині інформаційного простору. Ця модель цілковито заснована на взаємному діалозі, щирій довірі, паритетності та активній співучасті. Органічне поєднання візуальної присутності мовця, підкреслено персоналізованого стилю викладу матеріалу та інтерактивних технологічних можливостей сучасних цифрових платформ робить відеоподкасти одним із найважливіших та найефективніших інструментів сучасної комунікації. Особливо яскраво це виглядає в турбулентні періоди кардинальних суспільних трансформацій, криз та гострих воєнних викликів, коли потреба в солідарності та горизонтальній взаємодії стає базовою умовою виживання суспільства.

Жанрові та комунікаційні особливості подкасту і відеоподкасту як аудіовізуального формату

У сучасному просторі цифрових медіа відеоподкаст постає як складний, гібридний аудіовізуальний формат. Він органічно акумулює в собі базові елементи традиційної радіожурналістики, структурні ознаки телевізійних розмовних програм (talk-show) та специфічні властивості мережевого відеоконтенту. Його унікальність полягає у глибокому, нерозривному синтезі звукового мовлення та динамічного візуального ряду. Такий симбіоз кардинально розширює першопочаткові комунікаційні можливості класичного аудіоподкастингу та докорінно трансформує характер взаємодії з користувачем. Якщо традиційний аудіоподкаст апелює виключно до уяви слухача через акустичний канал, то сучасний відеоформат унаочнює цей процес, дозволяючи зафіксувати найменші невербальні аспекти комунікації. Міміка, мікрожести, напрямок погляду, взаєморозташування спікерів у кадрі та безпосередній дизайн інтер'єру студії, де розгортається полілог - усе це перетворює звичайний запис бесіди на повноцінний, багаторівневий аудіовізуальний медіапродукт.

Жанрова палітра подкастингу загалом відзначається високим рівнем адаптивності та розгалуженості. Описуючи структурні моделі, які існують на ринку, дослідники наголошують на важливості класифікації за формою подачі матеріалу. Зокрема, аналізуючи формати цифрового аудіомаркетингу, А. Санто виокремлює чітку диференціацію проєктів, він зазначає, що «існує щонайменше вісім базових типів подкастів, серед яких інтерв'ю, сольні виступи, панельні дискусії та документальні розслідування формують кістяк сучасного контент-маркетингу» (Santo, 2020: 12). Така гнучкість дозволяє авторам трансформувати суто розмовні аудіожанри в об'ємні екранні видовища.

У теорії аудіовізуального мистецтва поєднання звуку та зображення традиційно інтерпретується як потужний, комплексний інструмент впливу на перцепцію (сприйняття) глядача. Візуальний ряд тут виконує не просто службову, ілюстративну функцію щодо висловлених тез, а конструює самостійний, паралельний рівень смислів і підтекстів. Класична вітчизняна школа радіожурналістики завжди наголошувала на пріоритетності акустичної виразності мовлення, яка у відеоподкастах отримує потужне екранне підкріплення. Розмірковуючи про специфіку сприйняття звукової інформації, професор Василь Лизанчук зауважує, що «радіомовлення завдяки специфіці своєї природи здатне створювати особливий емоційний контакт, де інтонація, пауза та тембр голосу стають носіями найважливіших змістових відтінків» (Лизанчук, 2006: 64). У структурі відеоподкасту цей емоційний контакт подвоюється: аудиторія одночасно зчитує і звукові коди, і візуальну автентичність поведінки героїв. Глядач отримує унікальну змогу спостерігати за емоційною еволюцією спікера безпосередньо «тут і тепер», помічати секунди роздумів, невимушені посмішки чи напруження, що підсилює загальний рівень довіри до озвучених думок.

Однією з найбільш вагомих комунікаційних характеристик відеоподкасту є його підкреслена камерність, приватність та максимальна наближеність до споживача. Простір знімального майданчика або локації, як правило, позбавлений ознак класичної телевізійної масштабності, штучного пафосу чи складної постановочної драматургії. Це створює стійкий психологічний ефект так званої «кухонної розмови», де глядач відчуває себе не стороннім спостерігачем, а невидимим учасником дружнього застілля чи відвідувачем затишної кав'ярні. Такий підхід формує дефіцитну для сучасного медіаринку атмосферу щирості та автентичності, що критично важливо для сучасної аудиторії, яка втомилася від зацензурованих, пластикових форматів великого телебачення. У цьому контексті відеоподкаст демонструє тісний зв'язок із традиціями незалежної документалістики, оскільки він фіксує живі

прояви людської особистості без агресивного кліпового монтажу та жорсткого режисерського диктату.

Паралельно з цим, виробництво такого контенту має і зворотний бік, пов'язаний із технічними та організаційними викликами, які безпосередньо впливають на фінальну якість продукту. Фахівці з цифрових комунікацій часто звертають увагу на подвійну природу цього процесу. В аналітичних матеріалах агенції Shift чітко окреслено цю дилему. Як зазначається у дослідженні, «плюси та мінуси подкастингу криються в його доступності: з одного боку, низький поріг входу забезпечує абсолютну свободу самовираження, з іншого - вимагає від автора балансування між технічною якістю звуку та утриманням уваги глядача» (The Pros and Cons of Podcasting. Shift, 2021: 1).

Відеоподкаст як самостійний аудіовізуальний формат суттєво переформатовує роль і функції ведучого. Якщо в традиційній телеіндустрії журналіст переважно діє в жорстких рамках амплуа офіційного модератора, ретранслятора позиції каналу чи системного цензора, то в подкастингу він стає смисловим та ідеологічним центром усього комунікаційного всесвіту. Саме через призму унікальної харизми автора, його суб'єктивного досвіду та особистих поглядів вибудовується довготривала лояльність підписників, визначається тональність діалогу та кристалізується авторський стиль проєкту. За спостереженнями Олександра Дмитровського, який детально описував внутрішні механізми функціонування подкастів, цей формат унікальний тим, що «аудіальний контент користувачів, поєднаний із персоналізованим підходом, дозволяє вибудувати міцний емоційний зв'язок, перетворюючи звичайне інформування на акт глибокої міжособистісної взаємодії» (Дмитровський, 2017: 82). В умовах сучасної економіки уваги вирішальним фактором вибору контенту стає не просто новизна

повідомлення, а саме особистість того, хто це повідомлення артикулює та візуалізує на екрані.

Не менш важливу роль у геометричному поширенні цього формату відіграє відносна технічна та фінансова лібералізація виробництва. Для запуску якісного відеоподкасту сьогодні немає потреби у залученні величезних апаратних комплексів, ПТС чи багаточисельного штату режисерів та операторів. Сучасний технологічний стек став набагато доступнішим, що стимулює процеси медіадемократизації. Оцінюючи інструментарій, яким користуються сучасні кріейтори, М. Прохоренко наголошує на важливості правильного вибору технічної бази. Як зазначає М. Прохоренко, «кращі сервіси для подкастерів у 2022 році дозволяють вирішувати складні завдання з монтажу, дистрибуції та запису звуку віддалено, що фактично зрівнює можливості незалежних авторів із великими студіями продакшну» (Прохоренко, 2022: 19). Ця простота інструментарію дозволяє талановитим авторам виходити в публічний простір без ліцензій та погоджень з інституційними керівниками.

Окремого наукового осмислення потребує функціонування платформи YouTube як домінуючого екосистемного середовища для відеоподкастів. Цей відеохостинг унікально поєднує в собі опції величезного цифрового архіву, класичної соціальної мережі та відкритого дискусійного майданчика. Завдяки алгоритмам рекомендацій, системі коментарів, вкладці «Спільнота» та можливості проведення прямих ефірів (стрімів) навколо каналів миттєво кристалізуються стійкі та активні аудиторні кластери. Споживачі контенту перетворюються на згуртовану ком'юніті, яка безпосередньо впливає на тематичну карту наступних випусків. У цьому контексті С. Коваль справедливо акцентує на активності користувачів інтернет-мереж. Як пише дослідник, «аудіальний контент користувачів стає плацдармом для формування нових мережевих ідентичностей, де коментар під відео чи участь

в обговоренні мають таку ж комунікативну вагу, як і сам первинний медіатекст» (Коваль, 2017: 6).

У суто структурному, композиційному вимірі відеоподкасти характеризуються цілковитою відсутністю жорсткого таймінгу чи формальних хронометражних обмежень, притаманних традиційному лінійному ефіру. Тривалість одного епізоду може варіюватися від десяти хвилин до трьох-чотирьох годин глибокої, неспішної бесіди. Така архітектурна свобода дозволяє журналістам максимально детально, без поспіху розбирати складні наукові, культурні чи суспільно-політичні кейси, занурюючи аудиторію у довге, усвідомлене слухання та споглядання, що й відрізняє подкасти від трендових ультракоротких відеоформатів.

Особливої екзистенційної ваги та культурної місії відеоподкасти як аудіовізуальний формат набувають під час масштабних суспільних криз та воєнних потрясінь. У такі періоди у людей різко зростає потреба не просто в оперативних новинах, а в терапевтичному живому слові, психологічній опорі та рефлексії над пережитим через призму персональних історій. Відеоподкаст фіксує не лише сухі факти, а й живі людські реакції, сльози, паузи, втому в очах та надію, що автоматично перетворює кожне таке відео на унікальний, безцінний цифровий документ епохи, що виконує важливу хронікальну, культурну та націєтворчу місію.

1.2. Подкаст як жанр сучасних медіа: поняття, історія виникнення та етапи розвитку

Поняття подкасту в системі сучасних медіадосліджень. У сучасних медіадослідженнях подкаст розглядається як відносно новий, але вже усталений формат цифрової комунікації, що поєднує ознаки традиційної радіожурналістики та інтернет-медіа. З появою цифрових платформ аудіальний контент набув нових форм поширення та споживання, що зумовило необхідність переосмислення класичних жанрів у межах онлайнового середовища. Подкастинг став логічним продовженням розвитку аудіальних медіа, адаптованим до умов цифровізації та зміни аудиторних практик.

У науковій літературі поняття «подкаст» трактується з різних позицій, залежно від дослідницького підходу. О. Дмитровський визначає подкаст як «форму інтернет-радіомовлення, що передбачає створення та поширення аудіо- або відеоконтенту у вигляді серійних випусків, доступних для асинхронного споживання» (Дмитровський, 2017: 97). Таке визначення підкреслює ключову рису подкасту — незалежність від ефірної сітки та можливість індивідуального вибору часу й способу споживання контенту.

Подкаст як жанр сучасних медіа тісно пов’язаний із традиціями радіожурналістики, проте суттєво відрізняється від неї за формою та принципами організації комунікації. Лизанчук наголошує, що «радіожурналістика історично орієнтована на масову аудиторію та чітко регламентовану структуру мовлення» (Лизанчук, 2006: 214). Натомість подкастинг характеризується більшою свободою у виборі тем, стилю та тривалості випусків, що дозволяє авторам створювати персоналізований і нішевий контент.

Дослідники також звертають увагу на комунікаційну природу подкасту, яка ґрунтується на діалогічності та довірливому тоні. За спостереженнями Гоян, «сучасні аудіальні формати в цифровому середовищі дедалі частіше тяжіють до неформального спілкування, у якому стирається дистанція між медіа та аудиторією» (Гоян, 2015: 54). Подкасти, на відміну від класичних журналістських жанрів, орієнтовані не стільки на односторонню трансляцію інформації, скільки на створення відчуття розмови та співучасті.

Важливою характеристикою подкасту є його серійність і регулярність, що сприяє формуванню стабільної аудиторної спільноти. Як зазначає С. Коваль, «аудіальний контент користувачів у цифровому середовищі стає чинником формування нових медіаспільнот, об’єднаних спільними інтересами та цінностями» (Коваль, 2017: 179). Саме ця риса дозволяє розглядати подкаст не лише як формат подачі інформації, а як соціокультурне явище, що функціонує в межах цифрового медіапростору.

У контексті сучасних медіадосліджень подкаст також аналізується як складова інтернет-журналістики. Д. Гол підкреслює, що «онлайнова журналістика ґрунтується на інтерактивності, мультимедійності та гнучкості форм» (Гол, 2005: 38), що безпосередньо корелюється з природою подкастингу. Подкасти органічно поєднують аудіо, відео, текстові описи та зворотний зв’язок із аудиторією, формуючи комплексний медіапродукт.

Окремо варто зазначити, що в сучасних наукових працях подкаст дедалі частіше розглядається не лише як аудіальний, а як аудіовізуальний формат. Це пов’язано з активним розвитком відеоподкастів, які змінюють уявлення про жанрові межі подкастингу. За словами О. Дмитровського, «перехід подкастів у відеоформат розширює їхні комунікаційні можливості та посилює вплив на аудиторію» (Дмитровський, 2015: 151). Таким чином, подкаст у сучасному розумінні постає як гібридний жанр, що функціонує на перетині радіо, телебачення та цифрових медіа.

У системі сучасних медіадосліджень подкаст розглядається також як відповідь на зміну медіаспоживання. Аудиторія дедалі частіше віддає перевагу контенту, який можна споживати у зручний час, паралельно з іншими видами діяльності. Як зазначають Антонова та Кулініч, «аудіальні формати зберігають актуальність завдяки можливості фонової присутності в повсякденному житті людини» (Антонова, Кулініч, 2012: 87). Подкастинг успішно використовує цю особливість, адаптуючись до ритму сучасного життя.

Отже, у системі сучасних медіадосліджень подкаст постає як багатогранний жанр, що поєднує технічні, комунікаційні та соціокультурні характеристики. Він розвивається на перетині традиційних аудіальних медіа та цифрових платформ, зберігаючи водночас риси персоналізованої, довірливої комунікації. Саме така комплексна природа подкасту зумовлює необхідність його подальшого теоретичного аналізу, зокрема в контексті українського медіапростору та умов воєнного часу.

Історія виникнення та етапи розвитку подкастингу. Виникнення подкастингу як окремого медіаформату тісно пов’язане з розвитком цифрових технологій, інтернету та зміною моделей споживання аудіального контенту. Передумови появи подкастів сформувалися ще наприкінці XX — на початку XXI століття, коли аудіоконтент почав активно поширюватися через мережу Інтернет у форматі цифрових файлів. У цей період традиційне радіомовлення поступово втрачало монополію на аудиторну увагу, а користувачі отримали можливість самостійно обирати, коли і що слухати.

Термін «подкаст» з’явився у 2004 році та поєднав у собі слова iPod і broadcast, що вказувало на новий спосіб поширення аудіоконтенту через цифрові пристрої. Дослідники зазначають, що ключовою технологічною умовою становлення подкастингу стало використання RSS-стрічок, які дозволили автоматично завантажувати нові випуски на пристрої користувачів. Як зазначає Д. Гол, «цифрові платформи створили умови для децентралізації

медіавиробництва та розширення доступу до контенту» (Гол, 2005: 52). Саме ця децентралізація стала фундаментальною ознакою подкастингу.

На початковому етапі розвитку подкасти мали переважно аматорський характер і функціонували як альтернативний канал поширення інформації та особистих думок. Водночас уже в перші роки існування подкастингу почали формуватися його жанрові особливості: серійність, тематична спрямованість, персоналізований стиль ведення. Антонова та Кулініч зазначають, що «аудіальні жанри в цифровому середовищі швидко адаптуються до запитів нішевих аудиторій» (Антонова, Кулініч, 2012: 64), що й стало одним із чинників популярності подкастів.

Наступний етап розвитку подкастингу пов’язаний із його поступовою професіоналізацією. Подкасти почали інтегруватися у структуру медіаорганізацій, з’явилися редакційні проєкти, продюсерські команди та стабільні формати. О. Дмитровський підкреслює, що «подкастинг поступово перетворився з аматорського явища на важливий сегмент інтернет-радіо» (Дмитровський, 2015: 150). У цей період подкасти стали частиною журналістських практик, а також інструментом для аналітики, інтерв’ю та публічних дискусій.

Паралельно з цим відбувалася трансформація технічних можливостей подкастингу. Поява стримінгових сервісів, мобільних застосунків і платформ для відеохостингу значно розширила способи поширення подкастів. Як зазначає С. Коваль, «цифрове середовище стимулює мультимедійність і конвергенцію жанрів» (Коваль, 2017: 181). Унаслідок цього подкастинг перестав бути виключно аудіальним явищем і поступово набув ознак аудіовізуального формату.

Окремого значення в історії розвитку подкастингу набуває поява відеоподкастів. Розміщення подкастів на платформі YouTube сприяло

розширенню аудиторії та зміні характеру сприйняття контенту. О. Дмитровський зазначає, що «відеоформат дозволяє подкасту вийти за межі звукової комунікації та сформувати повноцінний аудіовізуальний наратив» (Дмитровський, 2017: 100). Візуальна складова — міміка, жести, атмосфера студії — посилює ефект присутності та підвищує рівень довіри до спікерів.

Розвиток подкастингу в Україні має свої особливості, зумовлені соціокультурним і політичним контекстом. Перші українські подкасти почали з'являтися у 2010-х роках, однак тривалий час цей формат залишався нішевим. Ситуація суттєво змінилася після 2022 року, коли повномасштабна війна стала каталізатором активного розвитку подкастингу. У цей період подкасти почали виконувати не лише інформаційну, а й соціальну та терапевтичну функції. Як зазначає І. Гаврилюк, «подкасти в системі українських інтернет-медіа стали важливим інструментом комунікації в кризових умовах» (Гаврилюк, 2022: 73).

Воєнний контекст вплинув і на тематичну еволюцію подкастів. Значно зросла кількість подкастів, присвячених війні, військовому досвіду, волонтерству, психологічній підтримці та суспільним трансформаціям. Подкастинг у цьому контексті виступає як сучасна форма документування реальності.

Таким чином, історія розвитку подкастингу демонструє поступовий перехід від аматорського аудіоконтенту до професійного аудіовізуального формату, інтегрованого в систему сучасних медіа. Подкастинг еволюціонував разом із технологіями та змінами медіаспоживання, а в умовах війни набув особливого значення як простір довіри, діалогу та соціальної підтримки.

Жанрові та комунікаційні особливості подкасту. Подкаст як жанр сучасних медіа вирізняється гнучкою структурою, варіативністю форм і специфічною моделлю комунікації з аудиторією. У наукових дослідженнях подкастинг розглядається не лише як технічний спосіб поширення контенту, а

як окрема жанрова система, що формується на перетині журналістики, аудіовізуального мистецтва та цифрових комунікацій. За спостереженнями О. Антонової, «цифрові аудіоформати розширюють жанрові межі радіожурналістики, дозволяючи авторам відходити від жорстких канонів мовлення» (Антонова, 2012: 112).

Однією з ключових жанрових особливостей подкасту є його діалогічність. На відміну від традиційних інформаційних жанрів, подкаст здебільшого будується у формі розмови — між ведучим і гостем або кількома учасниками. Як зазначає В. Гоян, «діалог у сучасних аудіальних форматах виступає основним інструментом залучення аудиторії та створення ефекту безпосереднього спілкування» (Гоян, 2015: 56). Саме ця розмовна модель дозволяє подкасту бути не лише інформативним, а й емоційно насиченим.

Важливою жанровою ознакою подкасту є його персоналізованість. У подкастингу значну роль відіграє особистість ведучого, його манера мовлення, інтонації, система цінностей. Лизанчук підкреслює, що «довіра до аудіального контенту значною мірою формується через голос, тембр та інтонаційну виразність мовця» (Лизанчук, 2006: 247). У подкастах ця особливість посилюється завдяки відсутності формалізованого стилю та можливості говорити з аудиторією «на рівних».

Комунікаційна модель подкасту також відрізняється від традиційних медіа своєю горизонтальністю. Аудиторія не лише споживає контент, а й активно взаємодіє з авторами через коментарі, соціальні мережі, рекомендації тем. Подкастинг як форма цифрової комунікації сприяє формуванню спільнот навколо контенту, що базуються на довірі та спільних інтересах. Таким чином, подкаст виступає не лише медіапродуктом, а простором соціальної взаємодії.

Жанрова специфіка подкастів також проявляється у свободі тематичного наповнення. На відміну від класичних радіо- чи телевізійних форматів,

подкасти не обмежені редакційною політикою мовника або часовими рамками. Дмитровський зазначає, що «подкасти тяжіють до нішевої тематики, орієнтованої на конкретні аудиторні запити» (Дмитровський, 2015: 152). Це дозволяє авторам звертатися до складних, маргінальних або недостатньо представлених у традиційних медіа тем.

Особливістю комунікації в подкастингу є також серійність і тривалість контенту. Подкасти часто мають значно більшу тривалість, ніж класичні медіаматеріали, що створює умови для глибшого аналізу теми. Аудіальні жанри дозволяють вибудовувати розгорнуті наративи, які неможливі в межах коротких інформаційних форматів. Серійність подкастів сприяє формуванню стабільного інтересу аудиторії та довготривалих комунікаційних зв'язків.

У сучасному українському медіапросторі жанрові особливості подкасту тісно пов'язані з соціальним контекстом. В умовах війни подкасти дедалі частіше виконують функцію емоційної підтримки та осмислення реальності. Горєвалов зазначає, що «у кризових ситуаціях медіа стають важливим інструментом психологічної стабілізації суспільства» (Горєвалов, 1998: 219). Подкасти, завдяки довірливому тону та персоналізованій комунікації, особливо ефективно виконують цю функцію.

Комунікаційна специфіка подкасту також полягає у його мультимедійності. Сучасні подкасти часто поєднують аудіо, відео, текстові описи та візуальні елементи. Як зазначає Коваль, «конвергенція медіаформатів є визначальною рисою цифрового середовища» (Коваль, 2017: 182). Це особливо актуально для відеоподкастів, які поєднують переваги аудіального спілкування з візуальною присутністю.

Жанрові та комунікаційні особливості подкасту зумовлюють його стійке місце в системі сучасних медіа. Подкаст поєднує діалогічність, персоналізованість, серійність і горизонтальну модель комунікації, що робить

його ефективним інструментом взаємодії з аудиторією. В українському медіапросторі, особливо в умовах війни, ці характеристики набувають додаткового значення, перетворюючи подкаст на важливий жанр соціального та культурного осмислення дійсності.

1.3 Сучасний український медіапростір в умовах цифрової трансформації та повномасштабної війни

Сучасний медіапростір України формується під впливом масштабних цифрових трансформацій, які змінюють не лише технологічні умови виробництва контенту, а й способи його споживання, характер комунікації та роль аудиторії. Цифровізація призвела до поступового зниження домінування традиційних медіа та посилення позицій інтернет-платформ, що забезпечують швидкий доступ до інформації, інтерактивність і персоналізацію контенту. Як зазначає Д. Гол, «онлайнова журналістика докорінно змінила уявлення про час, простір і форму подачі інформації, перетворивши медіа на постійно оновлюваний процес» (Гол, 2005: 41). У цих умовах медіаспоживання стає більш фрагментованим, а аудиторія дедалі частіше обирає формати, що дозволяють самостійно керувати темпом і контекстом отримання інформації.

Особливого значення ці процеси набули після початку повномасштабної війни Росії проти України у 2022 році. Війна суттєво вплинула на інформаційне поле держави, загострivши потребу суспільства у достовірній, оперативній та водночас осмисленій інформації. Як зазначає Є. Магда, «гібридна війна передбачає активне використання інформаційного простору як поля боротьби, де медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільних настроїв» (Магда, 2014: 6). У таких умовах український медіапростір зазнав швидкої адаптації до нових викликів, що проявилося у зростанні ролі альтернативних медіаформатів, орієнтованих на довіру, персоналізоване спілкування та пояснення складних подій.

Війна змінила не лише тематичні пріоритети медіаконтенту, а й саму логіку комунікації між медіа та аудиторією. Якщо в мирний час інформаційні запити значною мірою були зосереджені на розважальному або лайфстайл-контенті, то в умовах воєнного стану на перший план вийшли питання безпеки, військового досвіду, психологічної підтримки та соціальної солідарності.

Дослідники військової журналістики наголошують, що медіа у воєнний час виконують не лише інформативну, а й мобілізаційну та психологічну функції. Це зумовило потребу у форматах, здатних поєднувати інформаційну точність із людяною, емпатійною подачею.

У цьому контексті цифрові медіа стали основним середовищем для формування нових комунікативних практик. Інтернет-платформи забезпечують оперативність поширення інформації, можливість миттєвого зворотного зв'язку та залучення аудиторії до обговорення подій. Як зазначає О. Гоян, «сучасні медіа дедалі більше тяжіють до діалогічних форм комунікації, у яких аудиторія перестає бути пасивним споживачем» (Гоян, 2015: 55). Саме в такому середовищі активно розвиваються подкасти як формат, що відповідає новим умовам медіаспоживання.

Значною особливістю сучасного українського медіапростору є поєднання глобальних тенденцій із локальним соціокультурним контекстом. З одного боку, українські медіа інтегруються у світові процеси розвитку цифрових форматів, з іншого — формують власні наративи, зумовлені воєнним досвідом. Як зазначає І. Мащенко, «історія радіо і новітніх аудіоформатів в Україні завжди була тісно пов'язана з політичними та суспільними процесами» (Мащенко, 2012: 173). Подкасти у цьому сенсі стають продовженням традиції аудіальної комунікації, адаптованої до цифрової епохи.

Важливою рисою сучасного медіапростору є також зростання ролі незалежних авторських форматів. Цифрові платформи дозволяють створювати медіаконтент поза межами традиційних редакцій, що сприяє появі нових голосів і тем. Як зазначає С. Коваль, «аудіальний контент користувачів у цифровому середовищі стає повноцінною частиною медіасистеми» (Коваль, 2017: 179). У воєнний час це набуває особливої ваги, оскільки авторські

подкасти часто стають простором щирого обговорення травматичного досвіду та осмислення реальності.

Таким чином, сучасний український медіапростір характеризується динамічністю, гнучкістю та відкритістю до нових форматів комунікації. Цифрова трансформація та війна стали взаємопов'язаними чинниками, що прискорили зміну медіаландшафту та актуалізували потребу у формах контенту, здатних поєднувати інформаційність, емоційну підтримку та довіру. Саме в цих умовах подкастинг, а зокрема відеоподкастинг, посідає важливе місце в системі сучасних українських медіа, що зумовлює необхідність його подальшого теоретичного осмислення.

Українські відеоподкасти в період повномасштабної війни та їхня роль у медіакомунікації

Повномасштабне вторгнення росії в Україну у 2022 році докорінно змінило не лише інформаційний порядок денний, а й саму логіку функціонування українського медіапростору. В умовах війни традиційні медіа опинилися перед викликом оперативного інформування, водночас аудиторія дедалі більше потребувала не лише новин, а й глибшого осмислення подій, людських історій та емоційної підтримки. У цій ситуації відеоподкасти стали одним із ключових форматів, що дозволив поєднати аналітичність, особистісність і відкриту комунікацію.

Тематично українські відеоподкасти періоду війни значно розширили свої межі. Якщо до 2022 року домінували розмови на культурні, розважальні або лайфстайл-теми, то з початком повномасштабної війни фокус змістився на військовий досвід, волонтерство, трансформацію повсякденного життя, психологічні стани та питання ідентичності. Відеоподкасти почали виконувати функцію своєрідного хронотопу війни, у якому фіксується не лише перебіг подій, а й спосіб їх переживання.

Жанрово відеоподкасти в цей період тяжіють до формату розмови-інтерв'ю, однак із суттєвими трансформаціями. Інтерв'ю перестає бути лише інструментом отримання інформації й набуває рис спільного осмислення досвіду. Ведучий і гість часто перебувають у рівноправній позиції, що створює атмосферу довіри та відкритості. Такий підхід особливо помітний у подкастах, присвячених війні, де домінує не журналістський контроль, а людська присутність.

Діалог у відеоподкастах воєнного періоду стає домінантною формою комунікації. Саме через діалог вибудовується горизонтальна модель взаємодії, у якій немає чітко окресленої ієрархії між медіа та аудиторією. Глядач не сприймає контент як нав'язаний, а відчуває себе співучасником розмови. Це принципово відрізняє відеоподкасти від новинних форматів, де інформація подається у зведеному, часто емоційно нейтральному вигляді.

Показовим прикладом є відеоподкаст «Військовий подкаст» проєкту «Телебачення Торонто». Його жанрова специфіка полягає у поєднанні аналітичного підходу з розмовною формою. У центрі уваги — військові, експерти, журналісти, які не лише пояснюють події, а й рефлексують власний досвід війни. Діалог у цьому форматі виконує подвійну функцію: з одного боку, інформативну, з іншого - терапевтичну, оскільки дозволяє проговорювати складні теми без надмірного драматизму.

Інший приклад - подкаст «Кляті питання» від видання «Українська правда». У цьому форматі відеоподкаст виступає простором інтелектуальної розмови, де війна осмислюється крізь призму суспільних, політичних та культурних процесів. Діалог тут є інструментом формування наративів розуміння, а не швидких відповідей. Важливу роль відіграє ведучий, який не домінує, а скеровує розмову, залишаючи простір для складних і неоднозначних висловлювань.

Авторські відеоподкасти, зокрема формати Василя Тимошенка та Сергія Лиховоди, демонструють ще одну важливу тенденцію - персоналізацію медіаконтенту. У цих подкастах війна постає через призму особистих історій, життєвих траєкторій і внутрішніх змін героїв. Такий підхід дозволяє відеоподкастам виконувати функцію документування досвіду, фіксуючи неофіційні, часто маргіналізовані голоси, які рідко потрапляють у традиційні медіа.

Відеоподкасти в умовах війни стають простором емоційної підтримки як для гостей, так і для аудиторії. Розмова, що триває годину або більше, створює ефект співприсутності, дозволяє знизити рівень тривожності та відчути колективність переживання. Глядачі не лише споживають контент, а активно взаємодіють з ним через коментарі, реакції та обговорення, що формує спільноту навколо конкретного подкасту.

Особливістю українських відеоподкастів воєнного періоду є також відмова від надмірної сенсаційності. Більшість форматів свідомо уникають шокуючих образів або агресивної риторики, натомість зосереджуються на поясненні, рефлексії та підтримці. Це дозволяє говорити про відеоподкасти як про альтернативний медіадискурс війни, де пріоритетом є людина та її досвід.

Українські відеоподкасти періоду повномасштабної війни постають як багатофункціональний аудіовізуальний формат, що поєднує інформаційну, документальну та емоційно-терапевтичну складові. Їхні тематичні та жанрові особливості, домінування діалогу та орієнтація на особистий досвід роблять відеоподкасти важливим елементом сучасного медіапростору України. Саме в цьому форматі війна проговорюється не лише як подія, а як спільний досвід, що формує нові наративи пам’яті, солідарності та стійкості.

1.4. Дослідження аудиторних уподобань

З метою уточнення особливостей споживання подкастів в українському медіапросторі було проведено дослідження аудиторних уподобань за допомогою онлайн-опитування.

Лінк на опитування: https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSePXWRI4sBs0HeDpeXoKZgSd4KleRubfSBN3F3GRhu1gGKJ-Q/viewform

У ньому взяли участь 40 респондентів різних вікових категорій, зокрема 14 - 17 років, 18 - 25 років, 26 - 35 років, 36 - 45 років та 46 - 60 років. Такий розподіл дозволив отримати більш репрезентативне уявлення про ставлення аудиторії до подкастів, а також простежити певні вікові відмінності у споживанні цього медіаформату.

Аналіз відповідей засвідчив, що подкасти вже стали звичною частиною медіаспоживання. Значна частина респондентів зазначила, що споживає подкасти регулярно або періодично, тоді як частка тих, хто зовсім не цікавиться цим форматом, є меншою. Це свідчить про поступове закріплення подкастів у структурі сучасного інформаційного простору.

Частота споживання подкастів варіюється залежно від віку та індивідуальних звичок. Частина опитаних звертається до подкастів кілька разів на тиждень або частіше, тоді як інші слухають чи переглядають їх епізодично - раз на тиждень або рідше. Така диференціація вказує на те, що подкасти можуть виконувати як регулярну інформаційну функцію, так і виступати ситуативним медіапродуктом.

Домінування відеоформату у споживанні подкастів є однією з ключових тенденцій. Це ми можемо простежити, порівнявшись на діаграму на рисунку 1.

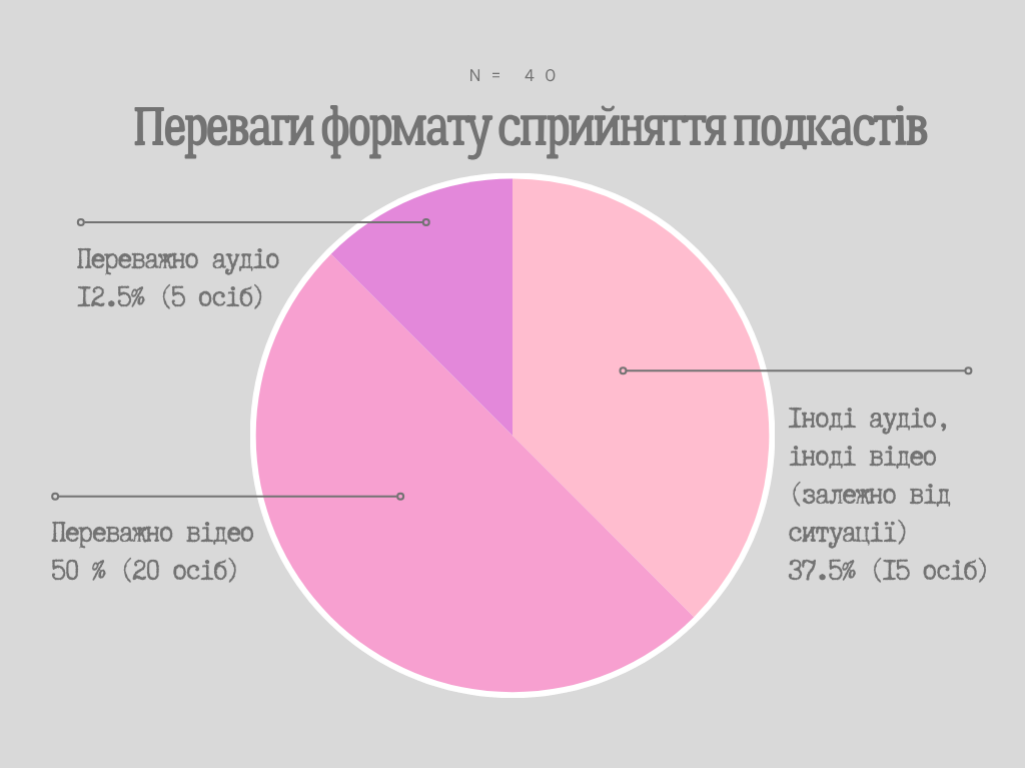


Рис 1. *Переваги формату сприйняття подкастів.*

Згідно з отриманими даними, значна частина респондентів обирає відеоформат або комбінує відео й аудіо залежно від ситуації. Менша кількість надає перевагу виключно аудіопрослуховуванню, це 15 % від всіх опитуваних респондентів. Такий результат підтверджує, що сучасна аудиторія прагне не лише отримувати інформацію, а й бачити емоційну складову комунікації - міміку, жести та поведінку спікерів.

Окрему увагу варто звернути на платформи споживання подкастів. Абсолютною домінантою є YouTube, який обирає 50 % респондентів, тоді як Spotify, Apple Podcasts та інші сервіси використовуються значно рідше. Це вказує на зміщення подкастингу у бік аудіовізуального формату та зростання ролі відеоконтенту.

Тематика подкастів, які цікавлять аудиторію, також демонструє чітко виражені тенденції. Це можна прослідкувати, звернувшись до діаграми на рисунку 2.

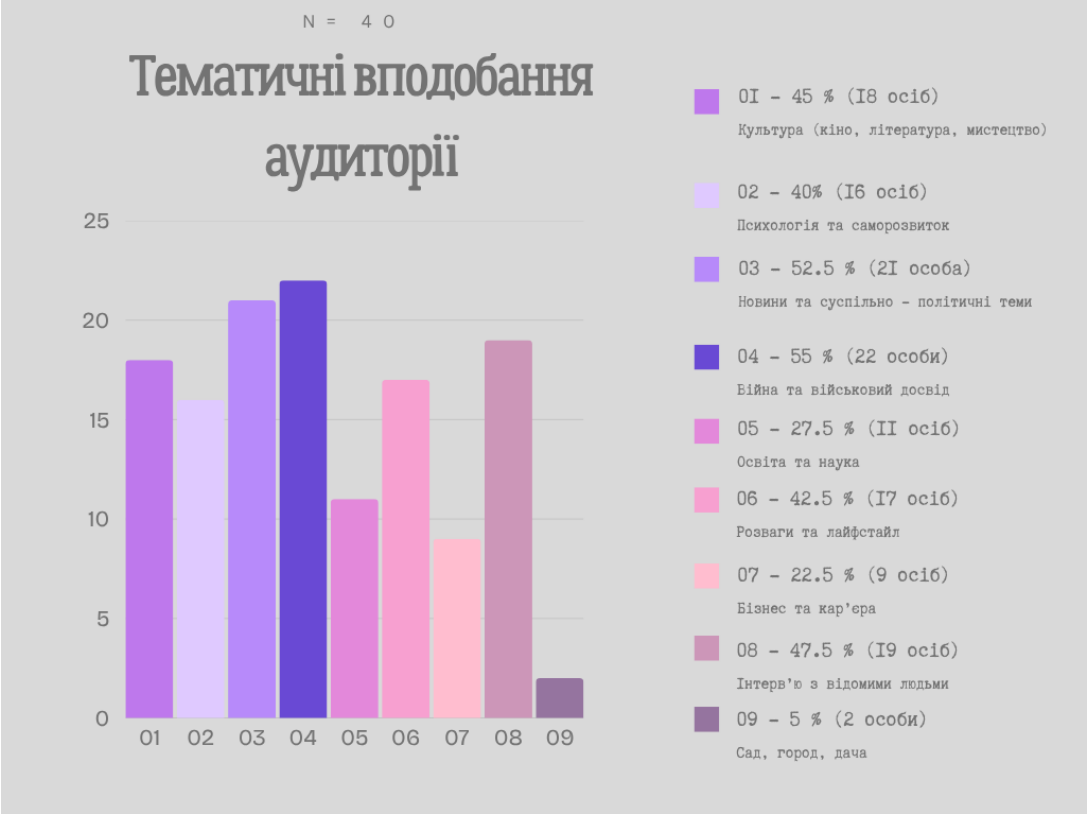


Рис 2.*Тематичні вподобання аудиторії.*

Зокрема, 55% респондентів зазначили, що їх цікавлять подкасти про війну та військовий досвід, 52,5% обирають новини та суспільно-політичну тематику, 47,5% - інтерв'ю з відомими особистостями, 45% - культурну тематику, а 40% - психологію та саморозвиток. Менш популярними виявилися теми освіти, кар'єри та лайфстайлу. Такий розподіл свідчить про те, що інтереси аудиторії значною мірою визначаються соціальним контекстом, зокрема умовами війни.

Важливим аспектом є рівень довіри до різних джерел інформації. Це ми можемо простежити, порівнявшись на діаграму на рисунку 3.

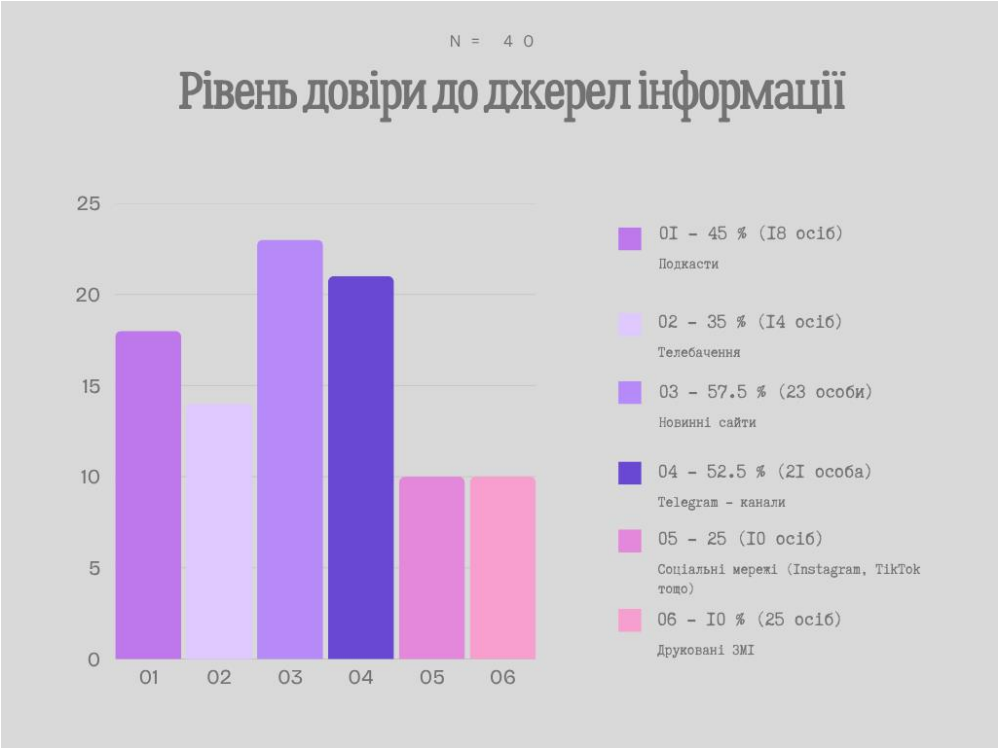


Рис 3. *Рівень довіри до джерел інформації.*

Згідно з результатами, 57,5% респондентів довіряють новинним сайтам, 52,5% - Telegram-каналам, 45% - подкастам, а 35% - телебаченню. Соціальні мережі та друковані ЗМІ отримали по 25%. Таким чином, подкасти вже сьогодні входять до числа відносно довірених джерел інформації, поступаючись лише новинним ресурсам та Telegram-платформам.

Окремо варто проаналізувати функції, які подкасти виконують для аудиторії. Це можна побачити на рисунку 4.

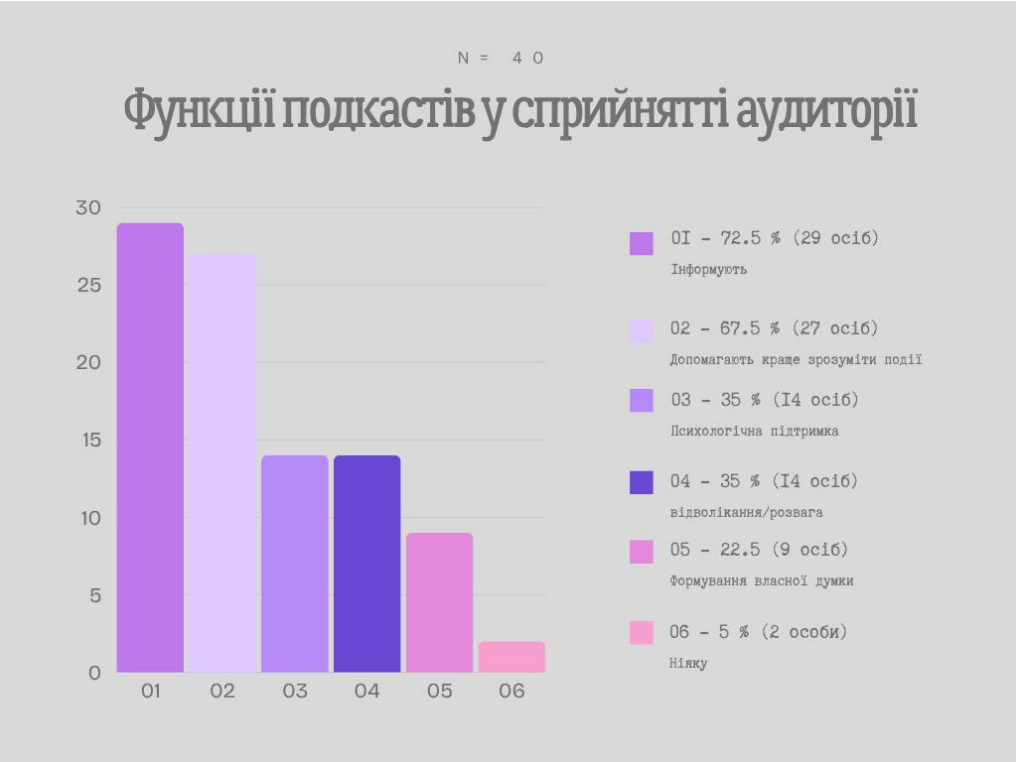


Рис 4. *Функції подкастів у сприйнятті аудиторії.*

Найбільша частка респондентів (72,5%) зазначила, що подкасти виконують інформативну функцію. Водночас 35% опитаних вказали на їхню роль як засобу психологічної підтримки, ще 35% - як способу відволікання та розваги. 22,5% респондентів підкреслили, що подкасти допомагають формувати власну думку, а 5% зазначили інші функції. Отримані результати демонструють, що подкасти є не лише джерелом інформації, а й важливим елементом емоційної та когнітивної взаємодії з аудиторією.

У контексті воєнного часу більшість респондентів також зазначила, що подкасти стали більш значущими. Це пов’язано з їхньою здатністю поєднувати інформаційний контент із особистісним досвідом, створюючи ефект присутності та довіри.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що подкасти займають важливе місце в сучасному українському медіапросторі. Вони активно інтегруються в повсякденні практики аудиторії, особливо

молодшої, та поступово трансформуються з альтернативного формату в повноцінний медіаінструмент. Поєднання інформаційної, аналітичної та емоційної функцій забезпечує їхню актуальність, особливо в умовах суспільних криз і трансформацій.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ І

У цій частині бакалаврської роботи ми розглянули подкаст як сучасний медіаформат в українському медіапросторі та відеоподкастинг під час повномасштабної війни зокрема. Теорія подкастингу зробила його гнучкою формою аудіовізуальної комунікації, яка поєднує радіожурналістику, цифрові медіа та персоналізоване мовлення. Було виявлено, що подкастинг розвивався не лише з технічною метою розповсюдження, але й для соціальних та комунікаційних аспектів аудіо та цифрових медіа.

З точки зору того, як подкастинг з'явився та розвивався, він виявився одним з найпопулярніших аудіоформатів у світі сьогодні. В Україні подкастинг набрав більше обертів після початку повномасштабного вторгнення, коли змінилися теми медіа та комунікаційна стратегія. Війна стала поштовхом для подкастів, які почали пояснювати складні процеси, записувати досвід та створювати спільний інформаційний простір.

Щодо жанрових та комунікаційних особливостей подкасту, ми виявили, що він відкритий за структурою, не має жорстких часових обмежень і є діалогічним форматом. Як жанр, подкаст базується на персональному мовленні, і особистість ведучого, його комунікативні навички та здатність будувати довіру з слухачем визначатимуть зміст.

Для розділу аудіоподкастів ми мали приділити особливу увагу відеоподкасту як жанру. Ми виявили, що звукові та візуальні елементи подкастів значно підвищують комунікативні можливості, співприсутність та роблять контент більш привабливим для слухача. Відеоподкасти на YouTube слугують горизонтальною моделлю медіакомунікації, де ми бачимо аудиторію як гравця, а не просто як пасивного споживача інформації.

Українські відеоподкасти під час повномасштабної війни були проаналізовані для визначення тем та жанрів у відеоподкастах. Війна, військовий досвід, психологічні стани, трансформація повсякденного життя та

національна ідентичність були центральними темами. У цих форматах діалог є не лише засобом передачі інформації аудиторії, але й надає емоційну підтримку, де можна обговорювати травматичні події та емоційні переживання.

Заключною частиною першого розділу стало опитування у якому вперше були оцінені переваги аудиторії. Результати опитування показують зростаючу популярність відеоподкастів, перевагу YouTube та інтерес широкої публіки до війни та соціальних ситуацій. Емоційний аспект подкастів, відчуття спостереження за людьми та участь у спільній розмові викликає великий інтерес у респондентів.

Відеоподкасти в сучасній українській медіасфері виконують багато функцій: інформаційну, комунікативну та емоційну. У контексті війни вони є інструментом для розуміння реальності та розвитку довіри до медіа та людського голосу для виживання.

РОЗДІЛ ІІ

РОЗРОБКА ТА РЕАЛІЗАЦІЯ АВТОРСЬКОГО ПОДКАСТУ «ЖИВІ ІСТОРІЇ»

2.1 Розробка творчої заявки відеоподкасту «Живі історії»

Ідея цього відеоподкасту сформувалась із потреби зафіксувати та передати реальні людські історії, що виникли в умовах повномасштабної війни в Україні. Сьогодні медіапростір значною мірою насичений новинами, аналітикою та офіційними повідомленнями, однак значно менше уваги приділяється персональному досвіду людей, які безпосередньо проживають ці події. Саме тому основним задумом проєкту стало створення платформи, де військові можуть говорити не лише як представники професії, а як особистості зі своїм досвідом, мотивацією, сумнівами та життєвими історіями.

Назва «Живі історії» була обрана не випадково. Вона підкреслює головний концепт проєкту - фокус на живих людях і їхньому досвіді, який не є абстрактним чи узагальненим, а навпаки — максимально конкретним і особистим. Водночас у кожному епізоді так чи інакше буде присутній контекст війни, оскільки саме вона є тим середовищем, у якому формуються ці історії.

У межах першого випуску планується інтерв’ю з військовослужбовцем, який має реальний бойовий досвід. Основний акцент буде зроблено не на військовій тематиці як такій, а на людському вимірі: шлях до рішення піти у військо, внутрішні мотивації, адаптація до військових реалій, а також особисті переживання, які супроводжують цей досвід. Такий підхід дозволяє уникнути надмірної героїзації або, навпаки, спрощення образу військового, натомість формуючи більш цілісне і чесне уявлення.

У візуальному та драматургічному рішенні подкасту передбачається поєднання студійного формату та документальних елементів. Основою є розмова ведучої з героєм у кадрі, доповнена різними планами зйомки:

загальний план, середній та крупні плани обох учасників розмови. Це дозволяє утримувати динаміку відео та водночас акцентувати увагу на емоційних реакціях і невербальній комунікації.

Окремим елементом структури є вступне інтро, яке буде складатися з короткої нарізки найемоційніших або змістовно сильних фрагментів випуску. Такий прийом використовується для формування інтересу глядача на початку та створення емоційного контексту для подальшого перегляду.

Назва проєкту: «Живі історії».

Вид: відеоподкаст (інтерв'ю в документально-публіцистичному форматі).

Жанр: документально-публіцистичний відеоподкаст з елементами інтерв'ю.

Тематика: особистий досвід військовослужбовців в умовах повномасштабної війни в Україні.

Мета: комплексне висвітлення глибинного людського виміру російсько-української війни крізь призму індивідуальних життєвих траєкторій військовослужбовців. Унікальність проєкту фокусується на деконструкції медійних стереотипів та формуванні підкреслено позитивного, усвідомленого образу українського військового командира на прикладі досвіду полковника ЗСУ Віктора Шидлюха. Проєкт прагне розкрити внутрішню мотивацію, свідомий вибір та життєвий шлях офіцера як звичайної людини, котра переживає спектр емоцій, але залишається вірною обов'язку. Важливою архітектурною складовою мети є створення надихаючого, мотиваційного контенту для сучасної молоді. Завдяки зваженій, глибоко аргументованій позиції спікера, подкаст не транслює директивних гасел «воювати підуть усі», а спонукає глядача до самостійних роздумів і рефлексії. Проєкт покликаний стати платформою для ціннісного діалогу, що трансформує сприйняття армії

та закладає міцний фундамент для формування поваги до військового лідерства в сучасній Україні.

Ідея: створення серії відеоподкастів, у яких військовослужбовці діляться своїми особистими історіями, що дозволяє відійти від стереотипного сприйняття військового як “образу з новин” і показати його як звичайну людину з власним життям, емоціями та вибором.

Хронометраж: 22 хвилин.

Структура:

1. Інтро (нарізка емоційних фрагментів випуску) (14 сек)
2. Ведуча в кадрі: вступ, представлення теми, підводка до гостя (45 сек)
3. Підводка до гостя (20 сек)
4. Основний діалог (блок 1). Фундамент. (3 хв)
5. Діалог (блок 2). Довіра. (6 хв)
6. Діалог (блок 3). Трансформація (про книгу) (11 хв)
7. Фінальна частина розмови (34 сек)

Титри:

- ведуча Анна Кузьменко;
- герой випуску: полковник Збройних Сил України, дослідник і практик розбудови внутрішніх комунікацій у ЗСУ, співавтор праці «Настанова з військового лідерства» Віктор Шидлюх;
- оператор Євген Коломієць;
- монтажер Анна Кузьменко.

Технічне оснащення:

- 3 камери (загальний, середній та крупний план)
- два петличні мікрофони

- три штативи
- базове освітлення (2 джерела світла)
- карти пам’яті
- навушники для контролю звуку

Спеціальний реквізит не передбачається. Основний акцент робиться на мінімалістичному середовищі, яке не відволікає від розмови та дозволяє сфокусуватися на герої.

Основною аудиторією проєкту є молодь та дорослі віком від 20 до 45 років, які цікавляться сучасною українською історією, військовою тематикою та особистими історіями людей, залучених до подій війни.

Даний відеоподкаст є спробою зафіксувати живі людські історії в умовах війни та сформувати більш глибоке уявлення про військових як про особистостей, а не лише як про представників військової структури. Проєкт поєднує інтерв’ю та документальний підхід, що дозволяє створити більш емоційно та змістовно насичений медіапродукт.

Обґрунтування засобів художньої виразності твору

У відеоподкасті «Живі історії» основний акцент зроблено на щирості комунікації та достовірності поданого матеріалу. Саме тому засоби художньої виразності підпорядковані головному завданню — максимально точно передати особистий досвід героя без надмірної стилізації чи драматизації.

Візуальна складова будується на використанні загальних, середніх та крупних планів. Загальний план дозволяє зафіксувати взаємодію ведучої та гостя в просторі, тоді як середні та крупні плани акцентують увагу на емоціях, міміці та реакціях співрозмовників. Такий підхід дає змогу глядачеві краще відчути атмосферу розмови та встановити емоційний контакт із героєм. Освітлення передбачається м’яким і нейтральним, без різких контрастів, що

сприятиме створенню природного візуального середовища та не відволікатиме від змісту бесіди.

Звукове рішення проєкту є свідомо стриманим. Основний акцент зроблено на живому мовленні — голосах ведучої та гостя, їхніх інтонаціях, паузах і темпі розмови. Використання фонової музики упродовж основної частини подкасту не передбачається, оскільки це може відволікати від змісту розмови та знижувати відчуття автентичності. Музичний супровід можливий лише у вступній частині (інтро) та у фінальних титрах, де він виконуватиме функцію створення загального настрою та завершення відео.

Монтаж відеоподкасту буде лаконічним і функціональним. Його основне завдання полягає в тому, щоб забезпечити динамічність перегляду та логічну цілісність розмови. Монтаж передбачає чергування трьох основних ракурсів: загального плану та окремих планів ведучої і гостя. Зміна кадрів відбуватиметься відповідно до ходу розмови, з урахуванням акцентів у діалозі. Водночас уникатиметься надмірна кількість склейок, аби зберегти природний ритм бесіди. Додаткові візуальні ефекти, графіка чи складні монтажні рішення не використовуються, що відповідає загальній концепції проєкту - зосередження на змісті, а не на формальних прийомах.

Таким чином, обрані засоби художньої виразності спрямовані на створення чесного, стриманого та емоційно достовірного аудіовізуального продукту, у центрі якого знаходиться людина та її історія.

2.2 Підготовка режисерського сценарію випуску відеоподкасту

Робота над режисерським сценарієм відеоподкасту «Живі історії» для мене почалася не з механічного написання реплік чи структурування тексту, а з глибокого осмислення засадничих сенсів: що саме я прагну артикулювати цим проєктом і чому його поява є критично важливою для українського суспільства саме сьогодні. Головним поштовхом до фіксації творчої ідеї стали результати проведеного мною дослідження аудиторних уподобань. Отримані дані чітко засвідчили, що левова частина респондентів виявляє стійкий інтерес до подкастів, які безпосередньо рефлексують над реальними подіями в Україні, зокрема над феноменом війни. Водночас користувачі віддають перевагу діалоговим форматам та інтерв'ю, де є змога почути автентичні особисті історії та унікальний життєвий досвід людей.

Саме ці висновки стали для мене вихідною точкою. Я свідомо відмовилася від поверхневої концепції створювати подкаст «про війну загалом», оскільки подібна тематика в сучасному медіапросторі часто звучить занадто узагальнено, сухо та дистанційовано від пересічного глядача. Натомість мені захотілося сфокусувати увагу на екзистенційному, людському вимірі, на конкретних постатях, їхніх доленосних рішеннях, внутрішніх переживаннях та ментальних мотиваціях. У результаті кристалізувалася ідея створення відеоподкасту з військовими, але не просто як із функціональними учасниками бойових дій чи суб'єктами зведень новин, а як із багатогранними особистостями. Для мене було принципово показати їх поза стереотипними рамками суто армійської служби, а як людей із власним характером, унікальним емоційним спектром та неповторною життєвою траєкторією.

У процесі сценаристського планування ця ідея трансформувалася у конкретну архітектуру випуску, де головна унікальність проєкту виявилася у висвітленні позитивного, авторитетного образу українського військового командира. Гостем мого пілотного випуску став полковник ЗСУ Віктор

Шидлюх, чия постать дозволила втілити цю концепцію максимально повно. Сценарна розробка будувалася навколо ідеї показати високого військового чина не через призму суворих статутів, а через відкриту, щиру розмову, яка містить потужну мотиваційну та надихаючу складову для сучасної молоді. Через трансляцію унікального особистого досвіду офіцера проєкт отримав шанс змусити глядача глибоко задуматися над власними цінностями. При цьому в режисерському задумі було чітко зафіксовано відсутність агресивних чи директивних наративів на кшталт «воювати підуть усі і крапка». Навпаки, спікер у кадрі послідовно та виважено аргументує кожен свій крок, перетворюючи подкаст на простір м'якого інтелектуального впливу, що надихає молодь на усвідомлену громадянську позицію та руйнує будь-які медійні страхи.

Окремо для себе я також сформулювала чітку позицію щодо переосмислення того, кого саме сьогодні варто вважати справжніми публічними та «відомими» людьми. У сучасних вітчизняних реаліях, на моє глибоке переконання, саме українські офіцери, солдати та ветерани є тими героями, про яких потрібно говорити якнайбільше, кого необхідно постійно чути і бачити в національному медіапросторі. Тому цей подкаст - це ще й моя свідома спроба режисерськими засобами змістити фокус уваги інтернет-аудиторії з традиційних, часто штучних медійних персон чи шоу-бізнесових блогерів на тих лідерів, які безпосередньо формують наше сьогодення і тримають фронт.

Наступним важливим етапом підготовки стало детальне ознайомлення з уже наявними на YouTube подкастами та інтерв’ю на дотичну тематику. Я аналізувала різні формати - від класичних, затиснутих у хронометраж студійних розмов до більш розкутих, динамічних мережевих проєктів. Це було необхідно, щоб чітко зрозуміти, які візуальні та комунікаційні підходи реально працюють на утримання уваги глядача, а яких режисерських штампів,

навпаки, варто уникати. Такий компаративний аналіз допоміг мені остаточно визначитися зі структурою майбутнього випуску та загальним стилем подачі матеріалу: без штучної пафосності, надмірного драматизму чи плакатності, максимально природно і з абсолютним акцентом на емпатію та щирість діалогу.

Паралельно з цим я розпочала покроково продумувати саму архітектоніку та формат майбутньої розмови. Я категорично не хотіла, щоб наш запис виглядав як сухий, штучний допит за жорстко прописаним списком запитань. Саме тому режисерський сценарій від самого початку конструювався як гнучкий навігаційний орієнтир, а не як непорушний догматичний текст. Я детально підготувала тематичні блоки та приблизний пул запитань, які мали психологічно розкрити полковника Віктора Шидлюха, але водночас свідомо залишила величезний простір для живої імпровізації та спонтанних реакцій. Для мене як для автора було принципово, щоб екранний діалог «дихав життям» і не виглядав «загнаним у рамки» формального інтерв'ю.

Після цього я перейшла до більш конкретного етапу - формування структури випуску. Тут уже почалося безпосереднє написання сценарію: я продумувала, з чого почнеться подкаст, як буде побудована розмова, де можуть бути логічні переходи між темами, і як саме завершити випуск, щоб залишити у глядача відчуття завершеності. Окрему увагу я приділила вступу (інтро), який має одразу зацікавити глядача за рахунок коротких, емоційних фрагментів із самої розмови.

Важливим етапом підготовки також став пошук героя для запису подкасту. На цьому етапі потрібно було не лише знайти людину, готову до участі, а й попередньо проговорити формат розмови, теми, які ми можемо піднімати, та загальний настрій випуску. Це було необхідно для того, щоб

уникнути зайвої напруги під час зйомки і зробити сам процес максимально комфортним для обох сторін.

Під час написання сценарію я одразу враховувала й технічні аспекти майбутньої зйомки. Оскільки подкаст планується у форматі багатокамерної зйомки (загальний план та окремі плани ведучої і гостя), мені потрібно було розуміти, як саме буде виглядати кожен етап розмови в кадрі. Це вплинуло на побудову сцен і логіку переходів, адже сценарій у цьому випадку — це не лише текст, а й візуальна структура майбутнього відео.

У підсумку процес підготовки режисерського сценарію складався з кількох взаємопов’язаних етапів: від формування ідеї на основі дослідження та аналізу контенту до конкретного прописування структури випуску і підготовки до взаємодії з героєм. Такий підхід дозволив мені не лише систематизувати власний задум, а й створити основу для подальшої практичної реалізації проєкту.

Робоча назва аудіовізуального твору: «Живі історії»

Оператор: Євген Коломієць

Формат: відеоподкаст

Хронометраж: 22 хвилини

Дати зйомоки: 18.05.2026

РЕЖИСЕРСЬКИЙ СЦЕНАРІЙ

№ кадру	Характер	Розкадровка	Час/t	Size	Action	Audio	Props	Коментар
1	Інтро (нарізка)	Динамічна нарізка найемоційніших моментів розмови	14 с	Середні плани	Короткі фрази гостя, реакції ведучої	Живий звук з інтерв'ю та легка	-	Має «зачепити» глядача з перших секунд

						фонова музика		
2	Початок розмови	Загальний план: ведуча + гість	45 с	Загальний	Ведуча вітається, представляє гостя	Живий звук	-	Старт розмови, створення атмосфери
3	Основний діалог (блок 1). Фундамент.	Перемикання між крупними планами	3 хв	Крупні/середні	Розкриття особистісного портрета гостя через його внутрішні орієнтири та коріння. Обговорення концепції «лідерства над собою» та щоденних	Живий звук	-	Максимально природний темп

					установок полковника, які допомагають тримати стійкість під час війни. Осмислення ролі родини у формуванні світогляду.			
4	Діалог (блок 2). Довіра.	Крупні плани гостя	6 хв	Крупний	Обговорення практичного управлінського досвіду та зміни культури стосунків у підрозділі. Аналіз	Живий звук	-	Емоційний акцент

					революційного підходу Віктора Шидлюха: перехід від радянської системи стягнень до пріоритету заохочень, що змінило атмосферу в команді та підвищило чесність. Ілюстрація тези про важливість кожного бійця на прикладі			

					історії про кухаря-розвідника, тобто подолання відчуття меншовартості через розуміння цінності будь-якої ролі на війні.			
5	Діалог (блок 3). Трансформація (про книгу)	Чергування планів	11 хв	Середній/крупний	Масштабування особистого досвіду гостя на рівень усього війська через книгу «Настанова з військового	Живий звук	-	Філософський блок-підсумок. Фокус на сенсах книги та маніфесті.

					лідерства». Обговорення концепції «лідера-садівника», який дбайливо плекає людське середовище в жорстких умовах війни, та пошуку внутрішнього ресурсу для цього. Філософський розбір дилеми «лідерство як талант чи як			

					навичка» та аналіз готовності українського суспільства до свободи й відповідальності. Фінальний маніфест для майбутніх поколінь.			
6	Завершення	Загальний план	34 с	Середній	Ведуча підсумовує, дякує гостю	Живий звук	-	Спокійне завершення

* Сценарій відеоподкасту не передбачає жорсткої фіксації реплік, оскільки ключовим елементом формату є жива, природна розмова. Прописана структура виконує функцію орієнтиру для побудови діалогу, логіки розкриття теми та організації знімального процесу, залишаючи простір для імпровізації як з боку ведучої, так і гостя.

Відеоподкаст «Живі історії» будується навколо щирого діалогу, де гість має можливість говорити відкрито, без жорстких рамок і заздалегідь заготовлених формулювань.

Роль ведучої у цьому форматі є швидше направляючою, ніж домінуючою. Вона виступає як модератор розмови, який задає напрям, підтримує діалог і допомагає розкрити героя, але не перетягує увагу на себе. Важливо, щоб поведінка в кадрі залишалася природною: без надмірної емоційності, але з живою реакцією на слова гостя. Образ ведучої також має бути стриманим і відповідати загальній атмосфері подкасту.

Візуально проєкт орієнтується на простоту і зрозумілість. Основний акцент буде зосереджений на обличчях, міміці, реакціях співрозмовників. Саме тому використовується багатокамерна зйомка з чергуванням загальних, середніх і крупних планів, що дозволяє передати емоційний стан учасників розмови без додаткових візуальних елементів.

У постпродакшені передбачено мінімальне використання графіки, щоб нічого не відволікало від змісту розмови. Монтаж буде базуватися на логічному чергуванні планів і збереженні природного темпу діалогу. Допускається використання коротких нарізок на початку відео (інтро), які виконують функцію залучення уваги глядача, але не спотворюють зміст розмови.

Окрему увагу буде приділено кольорокорекції. Вона має бути стриманою, без різких контрастів, щоб підтримувати загальний настрій спокійної, довірливої розмови. Завдання кольору в цьому випадку — не прикрасити картинку, а зробити її цілісною та комфортною для сприйняття.

Уся візуальна та звукова складова проєкту підпорядковується головній ідеї - дати можливість глядачеві зосередитися на людині, її словах і сенсах, які вона передає.

Вибір та обґрунтування локації зйомки

Вибір локації для зйомки відеоподкасту «Живі історії» є одним із ключових етапів підготовки, оскільки саме простір значною мірою формує атмосферу розмови та впливає на сприйняття глядачем як самого героя, так і теми загалом. У цьому проєкті для мене було важливо знайти баланс між візуальною простотою та змістовною доречністю.

Основною локацією для зйомки обрано закритий інтер'єрний простір (умовно студійний формат), який дозволяє повністю контролювати технічні параметри зйомки. Такий вибір зумовлений кількома причинами. По-перше, контроль освітлення дає можливість уникнути різких змін у кадрі та забезпечити стабільну якість зображення протягом усього запису. По-друге, відсутність сторонніх шумів є критично важливою для подкасту, оскільки основний акцент робиться саме на голосі та змісті розмови.

При виборі конкретного приміщення я орієнтувалася на кілька критеріїв: рівень зовнішнього шуму, можливість розміщення техніки (камер, штативів, освітлення), а також візуальна нейтральність простору. Інтер'єр не має бути перевантаженим деталями, щоб не відволікати увагу від учасників розмови. Водночас він не повинен виглядати повністю «порожнім», адже це може створити відчуття штучності. Оптимальним рішенням є мінімалістичний фон із незначними деталями (меблі, нейтральний декор), які створюють відчуття живого простору.

Окрему увагу було приділено розміщенню учасників у кадрі. Ведуча та гість розташовуються навпроти, що дозволяє зберегти природність діалогу та забезпечує зручність для багатокамерної зйомки. Така побудова кадру дає можливість одночасно використовувати загальний план і окремі крупні плани кожного з учасників.

З точки зору звуку, локація повинна відповідати базовим вимогам до запису: мінімальна реверберація, відсутність сторонніх перешкод (вуличний шум, технічні звуки), можливість використання петличних мікрофонів без втрати якості. Це дозволяє забезпечити чистоту звучання, що є критично важливим для подкаст-формату.

Також враховувався психологічний аспект локації. Оскільки розмова може торкатися особистих і емоційно складних тем, простір має бути комфортним для гостя. Саме тому обрана локація не є формальною або надто офіційною — вона має створювати відчуття безпечного середовища, у якому людина може говорити відкрито.

Текстовий сценарій відеоподкасту «Живі історії»

***** Всі прописані репліки ведучої та питання є орієнтовними. Під час запису можливі відхилення від сценарію, оскільки формат подкасту передбачає живу, природну розмову та емоційну взаємодію з гостем.

Інтро (студія). Кадри нарізки з подкасту, емоційні моменти.

Стендап ведучої в кадрі:
«Друзі, вітаю! Мене звати Анна Кузьменко, і це подкаст “Живі історії”. Тут ми говоримо про те, що за кожним шевроном, званням чи військовою посадою стоїть насамперед людина - зі своїми цінностями, сумнівами, досвідом та власною унікальною дорогою.

Сьогодні у нас особлива розмова. Мій гість - людина, яка не просто знає, що таке армія, а безпосередньо змінює її культуру зсередини. Це полковник Збройних Сил України, дослідник і практик розбудови внутрішніх комунікацій у війську, а також співавтор фундаментальної праці “Настанова з військового лідерства” - Віктор Шидлюх.

Пане Вікторе, вітаю вас! Ми сьогодні не будемо говорити про сухі статути чи офіційні звіти. Натомість хочеться поговорити насамперед про вас як людину

та про ті цінності, які допомагають залишатися людяним і плекати довіру навіть у найважчих умовах війни».

Блок 1. Фундамент (цінності, виховання, внутрішня опора)

Розмова з Віктором Шидлюхом.
Перелік запитань:

1. Пане Вікторе, в одному з інтерв'ю ви зазначали, що все починається з «лідерства над собою». Які щоденні установки допомагають вам тримати цей внутрішній хребет сьогодні, коли зовнішній світ тисне своєю складністю?
2. Ви виросли в родині, де батько виховав трьох полковників. Чи була якась «не військова» порада батька, яка згодом стала основою вашої стратегії у стосунках із підлеглими?

Підводка ведучої до блоку 2:
«Ми щойно говорили про внутрішні установки, але справжнє лідерство завжди проходить перевірку практикою. Багато хто досі сприймає армію як систему суворих наказів і покарань. Проте ваш шлях - це історія про довіру всередині підрозділу та інше бачення військового середовища».

Блок 2. Досвід (служба, довіра, роль людини в системі)

Розмова з Віктором Шидлюхом.
Перелік запитань:

1. Багато хто боїться, що без покарань система розвалиться. Але ви довели зворотне. На вашу думку, чи стає солдат чеснішим, коли знає, що за помилку його не будуть цькувати, а допоможуть її виправити? Чи можливо побудувати справжнє лідерство там, де людина боїться зізнатися у промаху?
2. Ви згадували історію про кухаря, якому було соромно, що він не в розвідці, але ви назвали його «командиром» свого напрямку. Як сьогодні

донести кожній людині, чия робота не на виду, що її внесок — це також реальне лідерство? Як подолати цей «комплекс меншовартості» перед обличчям героїзму?

Підводка ведучої до блоку 3: «Ваш особистий досвід і ціннісний підхід згодом масштабувалися у щось значно більше, ніж практика одного офіцера. Ви стали співавтором книги, яку сьогодні багато хто називає “Біблією” нового українського війська - “Настанова з військового лідерства”.

Для тих, хто ще не тримав її в руках, важливо зазначити: це не просто збірник правил чи наказів. Це маніфест того, як українська армія поступово трансформується із радянської “системи контролю” у спільноту лідерів, де в центрі стоїть Людина-воїн».

Блок 3. Книга та філософія лідерства

Розмова з Віктором Шидлюхом

Перелік запитань:

1. У вашому баченні лідер - це садівник, який дбайливо доглядає за середовищем інших. Як вам особисто вдається підтримувати цей підхід і знаходити внутрішній ресурс «плекати цей сад» у виснажливих і складних умовах війни?
2. У «Настанові з військового лідерства» ви пишете про перехід від «армії наказів» до «армії лідерів». Як ви вважаєте, чи готове наше суспільство до такої свободи та відповідальності?
3. На вашу думку, лідерство - це талант чи навичка?
4. Якби ви могли залишити лише одне речення в «Настанові» для наступних поколінь українців, яким би воно було?

Фінал

Стендап ведучої в кадрі: «Пане Вікторе, щиро дякую вам за цю глибоку та відверту розмову. Ви сьогодні вкотре довели, що справжня міцність армії - це не лише зброя, а передусім людяність і та невидима довіра, яка тримає нас разом.

Друзі, нагадаю, що сьогодні нашим гостем був Віктор Шидлюх - полковник Збройних Сил України та людина, яка плекає культуру лідерства в українському війську.

А я - Анна Кузьменко, і це був подкаст “Живі історії”. Дякуємо, що були з нами. Бережіть себе та плекайте своє внутрішнє лідерство. До зустрічі!»

2.3 Розробка контент – стратегії у просуванні проєкту

Контент-стратегія просування відеоподкасту «Живі історії» формується з урахуванням специфіки самого проєкту, його тематики та особливостей цільової аудиторії. Оскільки подкаст зосереджений на особистих історіях військових, ключовим завданням є не лише привернення уваги, а й формування довіри до контенту та емоційного зв’язку з глядачем.

Цільовою аудиторією проєкту є молодь та дорослі віком від 20 до 45 років — це люди, які активно споживають цифровий контент, цікавляться суспільно важливими темами та віддають перевагу щирим, неформальним форматам комунікації.

У перспективі проєкт може бути адаптований і для ширшої аудиторії, зокрема через додавання субтитрів англійською мовою, що дозволить поширювати українські історії за межами країни.

Основними меседжами проєкту є:

- цінність людського досвіду в умовах війни;
- важливість особистих історій як частини колективної пам’яті;
- усвідомлення того, що за кожним військовим стоїть жива людина зі своїм життям;
- щирість, відкритість і довіра як основа комунікації.

Просування відеоподкасту передбачає використання кількох основних платформ, кожна з яких виконує окрему функцію у загальній стратегії.

Для початку почну з основної платформи на якій власне і будуть виходити подкасти, це **YouTube**

YouTube виступає ключовим майданчиком, де публікуватимуться повноцінні випуски відеоподкасту тривалістю 30–40 хвилин. Саме тут формується основний контент і відбувається глибоке занурення глядача в історію героя.

Передбачено такі формати:

- повні випуски подкасту;
- короткі нарізки (3–7 хв) з окремими змістовними фрагментами розмови;
- YouTube Shorts (до 60 сек) з емоційними або яскравими моментами.

Частота публікацій:

- 1 випуск на 2 тижні;
- 3 короткі нарізки з кожного випуску;
- 3 Shorts на тиждень.

Такий підхід дозволить не лише утримувати увагу аудиторії, а й поступово підводити її до перегляду повного відео.

Наступною платформою для просування мого відеоподкасту буде **Instagram.**

Instagram розглядається як одна з ключових платформ для формування інтересу до проєкту ще до виходу повного випуску подкасту. Основний акцент робиться на візуальному представленні героїв і створенні коротких інтригуючих історій.

Контент на платформі включає:

- короткі Reels із героями (цитати, фрагменти відповідей, емоційні моменти);
- Stories із закулісся зйомок (підготовка, процес запису, робочі моменти);

- пости-каруселі з коротким описом героя та теми випуску;
- інтерактивні елементи (опитування, питання до аудиторії, реакції).

Частота:

- Reels — 3 рази на тиждень;
- сторіс — регулярно під час підготовки та виходу випусків;
- пости — 1 на тиждень.

Такий підхід дозволяє формувати попередню залученість аудиторії та поступово знайомити її з героями подкасту.

А **TikTok** я буду використовувати для швидкого охоплення аудиторії та залучення нових глядачів. Контент тут має бути більш динамічним, коротким і адаптованим під платформу.

Передбачено такі формати:

- бліц-інтерв'ю з гостями (окремо записані короткі відповіді);
- короткі емоційні моменти з подкасту;
- відповіді на запитання аудиторії;
- відео у форматі «1 питання — 1 відповідь».

Важливо, що частина контенту створюється спеціально для TikTok і не дублюється у повному випуску, що додає унікальності.

Частота публікацій:

- 1 відео щодня;
- бліц-формат — 2 рази на тиждень.

Facebook використовується як додаткова інформаційна платформа, орієнтована на більш дорослу аудиторію.

Основний контент:

- публікації з посиланнями на повні випуски YouTube;
- текстові дописи з коротким описом героя та теми;
- обговорення та коментарі до випусків.

Частота публікацій є менш інтенсивною (приблизно 1 пост на тиждень), однак акцент робиться на змістовності матеріалу.

Окрім основних платформ, передбачається використання **додаткових методів**:

- співпраця з героями подкасту (поширення відео на їхніх сторінках);
- можливі колаборації з іншими медіа або блогерами;
- поширення у тематичних спільнотах;
- використання коментарів як інструменту зворотного зв'язку.

Основні цілі контент-стратегії:

- формування впізнаваності проєкту «Живі історії»;
- створення стабільної аудиторії глядачів;
- залучення нових користувачів через короткий відеоконтент;
- підвищення інтересу до теми особистого досвіду військових;
- формування довіри до проєкту через щирість і відкритість.

Моя контент-стратегія базується на поєднанні довгого та короткого відеоформатів, різних каналів комунікації та поступового залучення аудиторії. Такий підхід дозволяє не лише ефективно просувати відеоподкаст, а й створювати навколо нього свою окрему «бульбашку».

Посилання на готовий відеопродукт: https://www.youtube.com/watch?v=8GmBih5QgxQ&t=297s

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ ІІ

У другому розділі кваліфікаційної роботи ключовий фокус було зміщено на практичну площину дослідження, а саме на покрокове моделювання та створення авторського аудіовізуального продукту у форматі відеоподкасту. Цей етап став логічним і закономірним продовженням попередніх теоретичних узагальнень. Він дозволив не просто протестувати наявні теоретичні концепції в реальних умовах сучасного українського медіаринку, а й перевірити їхню життєздатність та актуальність на практиці.

На початковому етапі вдалося розробити детальну творчу заявку проєкту. У цьому документі було чітко артикульовано засадничу концепцію майбутнього відеоподкасту, визначено його головну місію, тематичну архітектуру, жанрові рамки та специфіку цільової аудиторії. Стержневий акцент у роботі зроблено саме на змістовному наповненні та смислових кодах. Головне завдання полягало не в тиражуванні стандартного інформаційного медіапродукту, яких і так багато в мережі, а в ретельній фіксації глибоких, невигаданих людських історій українських військовослужбовців. Було важливо репрезентувати їх не лише через призму сухих воєнних хронік чи бойових здобутків, а передусім як унікальних особистостей зі своїм неповторним екзистенційним досвідом, внутрішніми переживаннями, болем, емоційними тригерами та базовими життєвими цінностями. Паралельно під час проектування творчої заявки детально прораховано композиційну структуру випусків, оптимальний часовий хронометраж, необхідний стек технічного обладнання та загальну логістику знімального процесу.

Наступний крок передбачав безпосереднє проектування режисерського сценарію. Під час його написання вдалося вибудувати наскрізну архітектоніку випуску, зафіксувати ключові смислові блоки розмови та сформувати орієнтовний пул запитань для запрошеного гостя. Утім, архітектура сценарію свідомо створювалася гнучкою, із залишенням значного простору для

імпровізації, живого діалогу та неочікуваних поворотів бесіди. Адже природа подкастингу тримається саме на невимушеній, щирій комунікації, яку неможливо і не варто заганяти у жорсткі рамки прописаного тексту. Окремо було деталізовано специфіку роботи ведучої в кадрі, а саме розроблено концептуальні мовні підводки, вступ та фінальні акценти, що в комплексі забезпечило структурну цілісність, динаміку та логіку всього аудіовізуального ряду.

Значну увагу в межах розділу приділено аналізу та обґрунтуванню вибору знімальних локацій. Під час пошуку простору враховувався цілий комплекс взаємопов'язаних факторів: специфіка природного та штучного освітлення, архітектура інтер'єру, рівень сторонніх акустичних шумів та загальний психологічний бекграунд студії. Усі ці нюанси безпосередньо маркують фінальну якість картинки та чистоту звукозапису, а отже - визначають глибину занурення глядача в матеріал. Головним критерієм тут виступало прагнення створити максимально комфортну, безпечну та довірливу атмосферу як для запрошеного військового, так і для самої інтерв'юерки, аби мінімізувати фактор камер і зробити бесіду природною.

Не менш прицільно було пропрацьовано систему художньо-виражальних засобів майбутнього екранного проєкту. Естетична концепція подкасту базується на принципах свідомого мінімалізму та візуального аскетизму. Було прийнято рішення повністю відмовитися від агресивного динамічного монтажу, зайвої комп'ютерної графіки чи нав'язливих візуальних ефектів, які б лише перевантажували сприйняття. Оскільки головними носіями сенсів у проєкті виступають жива емоція, точкова інтонація, психологічна пауза та миттєва реакція співрозмовників, у роботі мінімізовано навіть використання фонового музичного супроводу. Це дозволяє утримати увагу глядача на найважливішому - на сповіді людини в кадрі.

Фінальним акордом другого розділу став аналіз та формування комплексної контент-стратегії просування аудіовізуального продукту в цифровому середовищі. Було визначено та сегментовано базові медіаплатформи для майбутньої дистрибуції та популяризації подкасту, серед яких ключовими визначено YouTube (як основний хостинг для повних версій), а також Instagram та TikTok (як допоміжні майданчики для вірусного поширення коротких відео-нарізок, так званих shorts/reels). Для кожного цифрового каналу розроблено специфічні формати адаптації контенту, продумано календарний графік публікацій та механіки залучення аудиторії. Адже кінцева мета полягає не лише у створенні якісного контенту, а й у забезпеченні його високої конкурентоздатності та помітності у вітчизняному інфопросторі, з подальшим формуванням стійкої, лояльної та ціннісно згуртованої спільноти навколо проєкту.

Підсумовуючи, зазначу, що у другому розділі вдалося пройти весь шлях створення медіапродукту - від зародження первинної творчої ідеї до конструювання маркетингової стратегії її просування. Це дозволило сформувати системне, об'ємне розуміння архітектури сучасного медіавиробництва та підготувати міцну базу для практичного релізу відеоподкасту.

ВИСНОВКИ

У ході проведення комплексного дослідження вдалося детально реконструювати ключові етапи та специфічні особливості еволюції класичного подкасту й сучасного відеоподкасту в межах українського медіапростору. Поряд із цим, у роботі було чітко окреслено їхню безпосередню роль у трансформації новітніх моделей медіакомунікації та реалізовано авторський аудіовізуальний проєкт.

Аналіз наявних теоретичних підходів до інтерпретації дефініції «подкаст» дозволив узагальнити його сутнісні параметри. Сьогодні цей формат доцільно трактувати як специфічну, гібридну форму цифрового медіаконтенту, що органічно акумулює в собі базові ознаки традиційного радіомовлення та інтерактивні властивості нових медіа. Дослідження доводить, що подкастинг виступає максимально гнучким інструментом комунікації. Він дозволяє оперативно адаптувати контент під запити та ціннісні орієнтири конкретних аудиторних сегментів, гарантуючи при цьому безпрецедентно високий рівень психологічного залучення слухачів і глядачів.

У межах роботи вдалося простежити ключові віхи становлення цього феномену - від перших суто акустичних аудіоформатів до складних сучасних відеоподкастів, які тримаються на синергії візуального та звукового каналів сприйняття. Очевидно, що стрімка популяризація саме відеоформату в умовах тотальної цифровізації медіапростору не є випадковою. Вона виступає прямою відповіддю на глобальний суспільний запит щодо візуалізації інформації та ефективно створює для користувача дефіцитний ефект безпосередньої присутності й причетності до розмови.

Особливу увагу в дипломній роботі приділено вивченню жанрових та комунікаційних маркерів подкастингу. Йдеться про його першопочаткову орієнтацію на підкреслену неформальність, діалогічність, егалітарність

спілкування та глибоку персоналізацію трансльованих смислів. Вдалося обґрунтувати, що фундаментальною рисою відеоподкасту є нерозривне поєднання раціональної (інформаційної) та чуттєвої (емоційної) складових. Саме цей синтез забезпечує якісно інше, набагато глибше сприйняття екранного матеріалу аудиторією.

Окремим вагомим вектором наукового аналізу став моніторинг розвитку вітчизняного ринку відеоподкастів після початку повномасштабного вторгнення. З'ясовано, що в турбулентних умовах великої війни подкасти швидко вийшли за межі суто сухих інформаційних форматів і почали виконувати важливу соціокультурну місію. Вони перетворилися на дієвий майданчик для підтримання здорового суспільного діалогу, стали інструментом ресоціалізації та популяризації унікального бойового й життєвого досвіду військовослужбовців, а також перебрали на себе функцію збереження національної колективної пам’яті.

Дослідження реальних аудиторних уподобань українців підтвердило ці теоретичні висновки. Зібрані дані свідчать про те, що левова частина респондентів споживає подкасти на регулярній або періодичній основі, причому абсолютна більшість опитаних віддає чітку перевагу саме відеоформату або комбінованому способу сприйняття (аудіо + відео). Найвищі показники зацікавленості та довіри сьогодні викликають теми, які фокусуються навколо актуальних суспільно-політичних подій та невигаданих особистих історій наших сучасників.

Практичний складник кваліфікаційної роботи втілився у безпосередньому створенні та комплексному продюсуванні авторського відеоподкасту «Живі історії». Протягом цього процесу було поетапно розроблено творчу заявку проєкту, детально прописано гнучкий режисерський сценарій, аргументовано вибір локацій і засобів художньої виразності, а також сформовано покрокову контент-стратегію дистрибуції та просування медіапродукту в мережі.

Фінальний реліз цього проєкту дозволив успішно конвертувати теоретичні знання у практичні навички та наочно довів високу комунікативну ефективність обраного аудіовізуального формату.

Підсумовуючи результати дослідження, можна стверджувати, що відеоподкаст сьогодні є одним із найбільш актуальних, перспективних та гнучких інструментів масової комунікації в українському медіапросторі. Він унікально поєднує технічну доступність, структурну пластичність та дивовижну можливість вичерпного, глибокого розкриття найскладніших тем через оптику живих людських доль. Створений у межах цієї роботи медіапроєкт наочно демонструє практичне втілення зазначених переваг і цілком може слугувати надійною базою для подальшого розгортання та масштабування подібних подкастингових ініціатив в Україні.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

Законодавча:

1. Про медіа : Закон України від 13 грудня 2022 р. № 2849-IX. 2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text
2. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022 № 2811-IX : із змінами і доповненнями. Київ, 2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text
3. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : із змінами і доповненнями. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text
4. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 № 2939-VI : із змінами. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text
5. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII : із змінами. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12/ed19980305#Text
6. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII : із змінами. 2019. № 21. Ст. 81. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text
7. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України від 09.01.2007 № 537-V. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/537-16#Text
8. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII : із змінами. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text

Основна:

9. Berry R. A golden age of podcasting? Radio Journal. 2015. P. 95–109.
10. Дмитровський О. Особливості подкастингу як складової інтернет-радіо. Теле- та радіожурналістика. 2017. С. 97–101.

11. Дмитровський О. Типологія українських подкастів — найважливішого сегмента інтернет-радіо. Теле- та радіожурналістика. 2015. Вип. 14. С.149–154.
12. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. Образ. 2022. С. 72–79.
13. Гол Д. Онлайнова журналістика. Київ, 2005. 344 с.
14. Гроші, студії, події. Як минув рік для українського подкастингу. URL: https://nachasi.com/podcasts/2021/12/28/groshi-studiyi-podiyi-yak-mynuv-rik-dlya-ukrayinskogo-podkastyngu/
15. Коваль С. Аудіальний контент користувачів. Теле- та радіожурналістика. 2017. С. 178–183.
16. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики. Київ, 2006. 628 с.
17. Statista. Podcast audience growth worldwide. URL: https://www.statista.com/topics/7662/podcasting-worldwide/#editorsPicks
18. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроєктів. Суспільне: Культура. URL: https://suspilne.media/287105-miznarodnij-den-podkastiv-hto-i-naviso-ihstvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkastiv/
19. Ciccarelli D. The Complete History of Podcasts. Voices. URL: https://www.voices.com/blog/history-of-podcasts/
20. Коріновська А. Скільки українців слухають подкасти – дослідження Суспільного. Суспільне Новини. URL: https://suspilne.media/amp/176455-skilki-ukrainciv-sluhaut-podkasti-doslidzenna-suspilnogo/
21. Прохоренко М. Кращі сервіси для подкастерів у 2022. Laba URL: https://laba.ua/blog/3229-krashchi-servisy-dlya-podkasteriv
22. Страшко І. В. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 71. - С. 83-89. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=

&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=znpgvzdia_2017_71_12

23. Ruby D. 48 Podcast Statistics In 2023 (Listeners, Consumption & Trends). DemandSage. URL: https://www.demandsage.com/podcast-statistics/#:~:text=12.,its%20platform%20as%20of%202023
24. The Pros and Cons of Podcasting. Shift. URL: https://www.shiftcomm.com/thinking/pros-cons-podcasting
25. Santo A. : 8 Types of Podcasts: The Complete Guide to Audio Content Marketing. Brafton. URL: https://www.brafton.com/blog/video-marketing/types-of-podcasts/