

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УКРАЇНСЬКОЇ Й ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ Й СЛОВ'ЯНСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА
ЖУРНАЛІСТИКИ

ПОДКАСТИ ЯК НОВА ФОРМА ЖУРНАЛІСТИКИ: ПЕРЕВАГИ АУДІОФОРМАТУ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр»

Виконала: студентка 461 групи
Спеціальності 061 Журналістика
Освітньої програми
Журналістика
Морозова Юлія Романівна

Наукова керівниця: доцентка кафедри
української і слов'янської філології та
журналістики, кандидатка філологічних наук
Юріна Ю.М.

Рецензентка: Савуля Т., кореспондентка-
фрілансерка телеканалу “Ми Україна”, членкиня
Херсонської обласної організації НСЖУ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОДКАСТИНГУ.....	5
1.1. Визначення та історія розвитку подкастів.....	5
1.2. Основні характеристики та структура подкастів.....	7
1.3. Жанрова класифікація подкастів.....	9
1.4. Порівняння подкастів із традиційними медіа.....	11
РОЗДІЛ 2. ПОДКАСТИ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ.....	15
2.1. Використання подкастів у журналістиці: формати та стилістика.....	15
2.2. Вплив подкастів на інформаційне середовище.....	17
2.3. Аналіз успішних журналістських подкастів (наприклад, «TheDaily», «Громадське.Подкасти», «UA: Радіо Культура»).....	18
2.4. Вплив технологій (штучний інтелект, інтерактивні платформи) на подкасти.....	37
ВИСНОВКИ.....	40
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	42

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасному медіапросторі стрімко зростає популярність подкастів — цифрового аудіоформату, який дає змогу поєднувати інформативність, аналітичність і доступність. В умовах фрагментованого споживання інформації, мобільності та персоналізації контенту аудіожурналістика набуває особливої значущості. Подкасти стають платформою для глибокого розкриття тем, діалогу з аудиторією та створення нових форматів взаємодії.

Журналісти дедалі активніше використовують подкасти як інструмент подачі новин, аналітики, розслідувань і соціальних тем. Зміна способу подачі інформації потребує осмислення нових професійних стандартів, переосмислення ролі журналіста та переваг аудіоформату як окремої платформи. Усе це обумовлює актуальність дослідження подкастингу як нової форми журналістики.

Метою роботи є визначити особливості подкастів як форми сучасної журналістики, проаналізувати переваги аудіоформату у подачі інформації та з'ясувати, яким чином подкасти трансформують традиційні журналістські практики.

Сформульована мета передбачає виконання таких завдань:

1. Проаналізувати історію виникнення та еволюцію подкастингу у світовому та українському медіапросторі.
2. Визначити жанрові та форматні особливості журналістських подкастів, їхню структуру, стиль і принципи побудови.
3. Розкрити переваги аудіоформату для журналістського контенту в порівнянні з традиційними друкованими та візуальними медіа.
4. Дослідити приклади успішних подкастів українських або міжнародних медіа та проаналізувати, як вони працюють з аудиторією.

Об'єкт дослідження - процес розвитку та функціонування подкастингу в системі сучасної журналістики.

Предметом дослідження є форматні, змістовні та комунікаційні особливості журналістських подкастів, їх переваги порівняно з іншими форматами медіа та вплив на зміну інформаційного споживання.

Практичне значення роботи - дослідження допоможе слухачам подкастів краще зрозуміти, як створюється аудіоконтент, які техніки використовуються і як це впливає на сприйняття інформації. Знання специфіки аудіоформату допоможе слухачам більш критично ставитися до аудіоконтенту та відрізняти якісні журналістські подкасти від пропагандистських чи маніпулятивних. Результати дослідження можуть бути використані для створення каталогу цікавих журналістських подкастів та рекомендацій.

Структура роботи

Робота складається зі змісту, вступу, двох розділів, висновку та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОДКАСТИНГУ

1.1. Визначення та історія розвитку подкастів

Подкасти - це аудіоформати, які зазвичай випускаються у вигляді епізодів і завантажуються або транслюються через Інтернет. Ці сторітелінги зазвичай мають спільну тему, формат або авторство, і розповсюджуються через платформи, сайти та додатки для прослуховування музики, що дозволяє користувачам підписуватися на них і слідкувати за улюбленими авторами подкастів.

Перша частина “Pod”сталася від назви «iPod» (Айпод) — портативний mp3-плеєр для програвання звукових файлів, який виробляє компанія Apple. Друга частина “Cast” походить від англійського «Broadcasting», що перекладається з англійської як «широкоформатне мовлення» або «випуск в ефір».[1]

Цей формат тільки починав розвиватись, як і платформи для їх прослуховування, тому люди тільки знайомились зі способами їх розробки.

Подкастингу передувало винайдення радіо та популяризація радіомовлення ще на початку XX століття, а також аудіоблогінг 80-х. Наступним етапом стало те, що у вересні 2000 року виробник MP3-плеєрів, i2Go, запустив першу систему для завантаження і зберігання епізодичного контенту на ПК і мобільних пристроях. А з появою першого iPod це набуло популярності.[2]

На початку 2000-их глобальна мережа породила новий медіаформат, тлумачення якого тоді зводилося до однієї простої фрази — "незалежний аудіоконтент в Інтернеті". Так розпочалася ера подкастингу. Авторами подкастів стали тисячі завзятих творців з усього світу, які завантажили в мережу понад 30 мільйонів епізодів своїх аудіопрограм.[3]

Популярність портативних плеєрів створила зручний спосіб слухати подкасти будь-де, а новітні технології дозволяють завантажувати аудіофайли на різні пристрої.

З часом аудіоформати почали створювати не тільки непрофесіонали, але й медіа, які розглядали як теми, пов'язані з новинами та освітою, так і більш розважальні тематики.

Родоначальником подкастингу вважається журналіст Крістофер Лайдон. У 2003 році він почав записувати та викладати на сайт свої інтерв'ю в аудіоформаті з вченими, політиками, блогерами та іншими відомими особистостями. Уже у 2004 році Бен Хаммерслі опублікував в The Guardian статтю «Звукова революція», де розмірковував про феномен аудіоблогінга. У 2005 році Apple представила нову версію аудіоплеєра iTunes 4.9 з підтримкою подкастів і додала аналогічний розділ в iTunes Music Store.[4]

У додатках з'явилась можливість створювати плейлісти з подкастами та підписуватись на сторітелінги, завдяки чому зручність прослуховування значно збільшилась.

Чим більше телефони, планшети та Інтернет входили у буденність, тим більше люди почали прагнути до швидкої й актуальної інформації, а у цьому допомагали ЗМІ у мережі. Подкасти стали частиною медіа, для аудіоформатів створюються цілі розділи. Подкасти набули нової популярності серед ще більшої кількості компаній, адже це чудовий спосіб дізнатися щось нове або підняти важливу тему, завдяки чому додавались рекламодавці та спонсори. А коли платформи впровадили систему донатів, слухачі змогли на добровільній основі підтримувати журналістів.

Подкасти продовжують розвиватися, залучаючи нових слухачів, а також набувають популярності як маркетинговий та інформаційний інструмент для компаній.

Актуальність тем змінюється, а поява нових форматів відкриває нові можливості для подкастингу, що деякі з них можуть виглядати не просто як затишна співбесіда, але і як цілий великий проєкт.

Під час карантину аудіоформат дозволяв людям слухати епізоди, не нудьгуючи, під час заняття хобі та відпочинку. Зараз подкасти можна розглядати як один з основних елементів медіапейзажу. Розвиток технологій, різноманітність тем і той факт, що подкасти можуть створювати не лише професійні журналісти, створили конкуренцію, але це не заважає подкастам рухатись далі, бо кожний знаходить у них щось своє, що чіпляє слухачів.

Сьогодні подкасти продовжують розвиватися, пропонуючи контент на різноманітні теми для різних аудиторій та нові способи отримання інформації.

1.2. Основні характеристики та структура подкастів

Подкасти відрізняється від інших медіаформатів певними характерними рисами, завдяки яким можна одразу зрозуміти, що це саме сторітелінг.

Насамперед подкасти можуть мати різний формат, включаючи інтерв'ю, монологи, діалоги або документальні історії. Вони також можуть бути окремими або груповими. Є як аудіо, так і відеоподкасти, перші зручніше слухати під час заняття своїми справами, а другі на фоні, наприклад під час сніданку.

Тематика сторітелінгів варіюється від науки та технологій до культури, політики, бізнесу та розваг. Багато подкастів виходять у вигляді епізодів, що дозволяє слухачам стежити за розвитком тем та історій. Вони можуть бути орієнтовані на широку аудиторію або на певну нішу.

Тривалість епізодів варіюється від кількох хвилин до кількох годин, залежно від формату та змісту. Серії можуть виходити регулярно, завдяки чому за ними зручніше слідкувати.

Під час прослуховування аудіоформату створюється атмосфера бесіди, начебто слухач сидить поряд з ведучими, слухає їх і може формулювати свої думки, що робить подкасти більш особистими та емоційними, ніж інші види медіа.

Олексій Кушнір, керівник студії IZONE Media, співавтор "Подкаст підкаст", журналіст, каже: «Щодо форматів, то я фанат наративних подкастів зі складними структурами, тому хочу бачити на українському ринку саме такі

проекти. Але наш досвід в IZONE Media говорить, що найкращий варіант — це коли формат іде за ідеєю, а не навпаки. Наш подкаст "На межі" був побудований саме за таким принципом: були голосові повідомлення героїнь, з яких ніяк інакше, окрім обраного формату, не створиш цільну розповідь. Спочатку ідея, а потім формат, а не навпаки.»[5]

Подкасти, як правило, можна знайти на різних платформах та у додатках (наприклад Spotify, SoundCloud, Apple Podcasts). Їх можна завантажувати на мобільні пристрої та слухати офлайн у навушниках у дорозі.

Багато подкастів активно залучають слухачів через соціальні мережі та додатки, рекламу, колаборації з блогерами, спонсорство. Вони створюються не тільки професійними журналістами, що дозволяє їм мати більше творчості та висловлювати свою унікальну думку. Більшість сторітелінгів викладають безкоштовно у мережу, щоб ще ширша аудиторія звернула на них увагу.

Також аудіоформат має певну структуру, яку дотримуються, щоб не збити темп оповідання, але й можна додавати свої елементи, а так схема подкасту виглядає приблизно так:

- починається з коротенької музичної заставки або звукового ефекту;
- коротке представлення теми випуску та знайомство з ведучими;
- головна частина, яка включає обговорення теми, інтерв'ю або історії стосовно тематики;
- під час аудіо можуть бути паузи для реклами та музичних вставок.
- підведення висновку дискусії;
- прохання поставити лайк, залишити коментар та поділитись подкастом;
- закінчується подякою слухачам за прослуховування та завершальною музикою.

«Якщо ви присвятите хоча б годину на день вивченню основних функцій Audacity, подивитесь кілька відео, то орієнтовно через тиждень вже зможете достатньо швидко працювати над подкастами. Але якщо ви хочете досягти професійного рівня, то пропорція зусиль буде зовсім інша. Крім цього, важливо

не лише знати, як користуватися програмою та які кнопки натискати, а й розуміти, як структурувати свої подкасти, як побудувати сюжет і динаміку, як покращити якість звуку і зробити його цікавим для слухача», — говорить експерт із обробки звуку Олександр Решетовський [6].

Подкасти стали популярним засобом комунікації завдяки своїй доступності та тому, що їх можна слухати будь-де і будь-коли. Успішні аудіоформати зазвичай мають чітку структуру, яка дозволяє слухачам орієнтуватися у змісті та отримувати задоволення від прослуховування.

1.3. Жанрова класифікація подкастів

Оскільки подкасти - це формат у медіа, що охоплює широкий спектр тем і стилів, їхній жанровий поділ дуже різноманітний. Їх настільки багато, що кожний може знайти щось для себе, чи то серйозне, чи то розважальне.

Слухачі власноруч обирають цікаві для себе жанр, формат та тему аудіо. А ще вони можуть слухати запис тоді, коли їм зручно, поставити його на паузу або відмотати на потрібний момент [7].

Коли мова заходить про створення подкасту, важливо не лише знати, хто ваша аудиторія, але й розуміти, які показники варто враховувати для оцінки успіху вашого проєкту. Дві ключові метрики, на які слід звернути увагу, — це середня кількість слухачів на подкаст та найпопулярніші жанри подкастів. Ці дані допоможуть вам зорієнтуватися у великому морі аудіоконтенту та визначити, як найкраще просувати ваш подкаст.[8]

Можна послухати про актуальні теми, а можна зануритись в інформацію стосовно хобі. Але якщо виділяти жанри, що зустрічається частіше всього, то можна виділити кілька з них:

- подкасти, в яких ведучий спілкується з гостями, часто експертами в певній галузі, інше кажучи інтерв'ю. Гостями можуть бути як знаменитості, так і звичайні люди з цікавими історіями. У них розповідається біографія медіа персони й актуальні новини чи соціальні питання;

- технічні сторітелінги присвячені технологіям, ІТ, програмуванню та сучасним технологіям;
- також відомі як «True Crime», ці аудіозаписи засновані на реальних подіях і розповідають епізоди про злочини, злочинців та жертв;
- певні стендапи також можна внести у подкастинг. У них люди жартують, розповідають анекдоти, придумують такі сторітелінги, щоб люди усміхалися;
- розважальні подкасти можуть бути не тільки про жарти, але й про інтереси та хобі людей, обговорення фільмів та ігор також цікаве для слухачів;
- аудіоформати, які навчають слухачів новим знанням і навичкам та охоплюють широкий спектр освітніх тем. Можуть підходити як школярам і студентам, так і дорослим людям, які хочуть дізнатись щось нове для себе;
- історичні сторітелінги знаходять свою аудиторію, демонструючи розповіді про історичні події та постаті того часу;
- подкасти про здоров'я, здоровий спосіб життя, харчування, фізичні вправи та психологічний добробут;
- економічні питання, інвестиції, підприємництво та фінансовий менеджмент також обговорюються в аудіоформатах;
- подкасти на наукові теми пояснюють складні поняття простою та зрозумілою мовою;
- сторітелінги, що охоплюють все пов'язане зі спортом і спортсменами у різних галузях, включаючи розповіді про спортивні події та аналіз матчів. Іноді як гостей запрошують спортивних коментаторів.

Юля Білоус, продюсерка MEGOGO Audio розповідає: «Ми відстежуємо на MEGOGO різні запити аудиторії, і переважно пропозиція від авторів подкастів уже достатня. Однак є кілька жанрів, де подкастів менше, ніж

хотілося б. Це насамперед дитячі аудіопроєкти: так, ми маємо аудіоказки, однак бракує науково-популярних дитячих подкастів, художніх подкастів для дітей, а також освітніх. Для тих, хто хотів би працювати в цьому напрямку, можна ознайомитися з низкою популярних прикладів від американських подкаст-студій, які працюють над дитячим контентом, — Wondery, WNYC, Gimlet.»[9].

Також потрібно подумати про графічні елементи дизайну, які зможуть передати індивідуальність, тон і загальну «атмосферу» шоу. Якщо подкаст розслаблений і спокійний, то теплі тони й плавні форми підкреслять це, а темні кольори, гострі кути й чіткі лінії створять відчуття серйозності й витонченості. Кольори можна використовувати для відображення певних жанрів, наприклад, неонові тони для позначення науково-фантастичного контенту. Вибір шрифту також залежить від стилю [10].

Така кількість жанрів свідчить про те, що класифікація жанрів справді широка і постійно розвивається. Подкасти можуть складатися з одного жанру або поєднувати елементи різних. Відштовхуючись від своїх інтересів, люди знаходять для себе те, що справді їм цікаво, і слухають інформаційний матеріал в аудіоформаті.

1.4. Порівняння подкастів із традиційними медіа

Порівнюючи подкасти з традиційними медіа, варто вважати, що окрім певних схожих рис між ними, є і зовсім різні характеристики. До традиційних ЗМІ відносяться телебачення, газети, радіо й у них є те, що люди люблять такі формати та дивляться їх роками. Сторітелінги достатньо новий формат порівняно з іншими медіа.

Замість того, щоб крутити колесо радіоприймача в пошуках цікавої програми наосліп або чекати на її початок у конкретний час, споживачі тепер свідомо та цілеспрямовано підбирають контент. Слухачі власноруч обирають цікаві для себе жанр, формат та тему аудіо. А ще вони можуть слухати запис тоді, коли їм зручно, поставити його на паузу або відмотати на потрібний момент [11].

Важливими аспектами характеристик є як позитивні, так і негативні моменти.

По-перше, традиційні медіа зазвичай виходять у певний час, спираючись на заплановану програму. Подкасти можуть виходити як у певні дні тижня, так і в будь-який час.

По-друге, завдяки тому, що аудіоформат викладається на різних інтернет платформах, послухати його можна будь-де, а після ще й можна залишити коментар і поставити лайк. Телебачення та газети не схожі на такі моменти, бо миттєвий зворотний зв'язок неможливий.

По-третє, записи традиційних медіа можна прослухати та в Інтернеті, але в основі свого їх дивляться через телевізори та купляють журнали. Сторітелінги відрізняються своєю зручністю прослуховування у соціальних мережах, звичайно, є подкасти за які треба платити як за телебачення чи купівлю газет, але багато і тих, що можна прослуховувати безкоштовно, додаючи їх у свої плейлісти, а вже за бажанням можна кинути донат для підтримки авторів.

Якщо радіопрограми ви можете слухати в прямому етері, то подкастинг дозволяє вам самостійно обирати що, коли і де слухати. Ви можете зупиняти запис, перемотувати, обирати сезон та епізод. Крім того, власний подкаст може створити кожен охочий. А от програми на радіо ведуть професійні журналісти. До речі, варто сказати, що з переходом радіо в онлайн багато радіопрограм можна знайти в форматі подкастів і до того ж слухати на відповідних платформах [12].

Аудіоформати у більшості мають популярність у молодих людей, що вирости на Інтернеті та слідкують за сучасними трендами, також дорослі люди могли зацікавитись їм у юнацтва. А традиційні медіа більш знайомі старшому поколінню.

Виробництво подкастів часто обходиться дешевше, ніж виробництво телевізійної програми або видання журналів, тому записувати сторітелінги можуть не тільки професіонали, але й люди, не пов'язані з медіаконтентом.

Аудіоформати можуть включати інтерактивні елементи, музичні паузи, звукові ефекти, відповіді на питання слухачів. На радіо є рубрики, під час яких можна щось запитати чи передати привіт, але телебачення й газети зазвичай менш інтерактивні.

У той час як традиційні ЗМІ можуть бути обмежені в часі, що може призвести до поверхневого висвітлення тем, подкасти можуть тривати як пів години, так і кілька годин, що дає змогу заглибитися в тему.

«З одного боку, ідея аудіоподкастів доволі спонтанно та органічно продовжує нашу сімейну традицію вечірніх розмов, коли всю роботу зроблено, а діти покладені спати, — розповідає Тетяна Огаркова. — Але з іншого — у нас було чітке відчуття, що ці розмови можуть бути цікаві та потрібні іншим, що в Україні у нас може бути аудиторія. Тому мета подкасту — створити «акустичну енциклопедію культури», цікаву та привабливу для аудиторії, ширшої за професійні гуманітарні кола, а також кілька спецпроектів» [13].

Сторітелінг часто ведеться в неформальному стилі, що дозволяє обговорювати більшу різноманітність тем. Традиційні медіа зазвичай дотримуються певних стандартів якості та формату, що може обмежувати творчість.

У телебаченні та радіо реклама демонструється як під час самої програми, так і між передачами, тому людям може здаватися, що її занадто багато. Хоча аудіоформат може мати схожі характеристики, автори намагаються більше інтегрувати рекламу в сам контент.

Подкасти по суті — це переосмислене радіо. Тільки, на відміну від радіо щільність інформації набагато більша. У той час, як на радіо часто ведучі намагаються заповнити ефір, відповідно повторюють одне й те саме безліч разів, тому що слухачі можуть підключитися в будь-який момент, то тут ми розуміємо, що це лінійне прослуховування від початку до кінця. І це можливість інтимної, в якомусь сенсі, комунікації з аудиторією, що дуже прикольна. При цьому формат подкасту достатньо легкий для входження в цю індустрію. Вам не потрібно дуже великих інвестицій. Якщо ви хочете прям

якісно стартувати, можна купити недорогий мікрофон і, маючи ноутбук, цього буде достатньо. Усе інше — контент, суть того, що ви хочете сказати. Тому це хороший інструмент [14].

Що традиційні медіа, що подкасти знаходять своїх слухачів і глядачів, тому кожний формат залишається актуальним і цікавим для своєї аудиторії. Різні формати співіснують окремо або разом, дозволяючи людям обирати найкращий спосіб отримання інформації та розваг. Подкасти є більш гнучкими та доступними та можуть заглиблюватися в теми, дозволяючи слухачам отримувати контент у зручний для них час. Водночас традиційні медіа пропонують більш професійний підхід до виробництва контенту, мають вищі стандарти якості та націлені на якомога ширшу аудиторію.

РОЗДІЛ 2. ПОДКАСТИ В СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

2.1. Використання подкастів у журналістиці: формати та стилістика

Подкасти стали важливим інструментом у журналістиці, надаючи нові можливості для подання інформації та залучення аудиторії. Аудіоформат здобув популярність завдяки своїй доступності та можливості залучати аудиторію різного віку під різноманітні інтереси та цікавлячи теми. Як й інші медіа сторітелінги мають формати, що можуть бути схожі між собою або зовсім відрізнятися, наприклад:

новини - короткі щоденні або щотижневі огляди новин на основі поточних подій у стислому та інформативному форматі;

інтерв'ю - обговорення з ведучими, що дозволяють глибше поглинутись у теми разом зі свідками подій;

аналіз і дискусія на конкретні теми – бесіда між журналістами на теми за інтересами, що підвищує динаміку і залученість аудиторії;

історичні сторітелінги - архівні матеріали, свідчення, детальні розповіді, які можуть включати історичні події та факти;

навчальні аудіо - фікційні епізоди про вивчення нової інформації стосовно матеріалів, що можуть навчити чомусь новому, чи вивчення нового хобі;

дискусії на змішані теми - більш неформальні розмови, в яких медіа персони обговорюють широке коло питань;

гумористичні подкасти – сторітелінги, спрямовані на жарти, сарказм і розповіді розважальних історій.

«При цьому я не можу сказати, що подкасти в Україні популярні. Поки що про формат знає дуже малий відсоток людей, та і взагалі українських подкастів небагато. Поки що це дуже нішева історія і тут потрібен час. Переваги подкастів — це цікавий формат, який не дуже складно робити.

Головний мінус — складнощі монетизації і поки що мала аудиторія» — говорить Федір Попадюк [15]

Окрім різноманітності форматів, варто зазначити ще й стилістичні особливості подкастингу, бо тут також є певні особливі риси, що можуть як сходитись з традиційними медіа, так і бути унікальними за цим напрямом.

У неформальності сторітелінги відкрито виділяються, бо цей формат дозволяє бути більш творчим у плані викладці інформації, але й у подкастах є певна структура розповіді та зведення тем, щоб слухачам було зручніше пересуватися по аудіо за таймінгами.

Завдяки тому, що подкасти викладаються більш зрозумілою мовою, додаючи до розмови звукові ефекти, музику та переходи, слухач відчуває себе частиною цієї бесіди. Важливо вміти передавати емоції за допомогою голосу, інтонації, пауз і невимушеної мови.

Переконайтеся, що кінцевий графічний файл, який ви створюєте, відповідає рекомендаціям обраних вами каталогів подкастів. Spotify приймає ілюстрації з роздільною здатністю 640×640 пікселів, але Apple очікує більшої роздільної здатності [16].

Дотримуються фактів і ретельного дослідження джерел, що підвищує довіру до журналістського контенту.

Залучають слухачів за допомогою запитань та опитувань, щоб допомогти створити спільноту навколо подкасту.

До речі, варто сказати, що з переходом радіо в онлайн багато радіопрограм можна знайти в форматі подкастів і до того ж слухати на відповідних платформах [17].

Журналістські подкасти повинні дотримуватися перевірки фактів, балансу думок та об'єктивності.

Ведучі можуть ділитися своїми думками та почуттями, що створює відчуття ближчого зв'язку з аудиторією.

...потрібно усвідомити, що це абсолютно інший досвід, який кардинально відрізняється від перегляду кінострічки або прочитання книги. У світі подкастів

є чимало проєктів, аналогів яким ви не знайдете ані в ютубі, ані в друкованому форматі [18].

Подкасти дозволяють журналістам експериментувати, створювати цікаві історії та налагоджувати зв'язок зі слухачами на глибшому рівні. Подкасти поєднують звичні журналістські стилі з новими технологіями та форматами, відкриваючи нові можливості для подачі інформації.

2.2. Вплив подкастів на інформаційне середовище

Подкасти значно вплинули на медіасередовище та передачу інформації шляхом достатньо нового формату, що має свої особливості характеристик подачі матеріалів у ЗМІ.

Стосовно контенту, сторітелінги відкрили його з нової сторони, бо різноманіття тем подкастів вражає, від серйозних до розважальних тематик, кожний може знайти щось для себе. Якщо у людини є цікаві думки на ту чи іншу тему, він за своїм бажанням може записати аудіоформат, щоб поділитись розмірковуваннями та почитати, що слухачі думають про ті чи інші питання. Це все демонструє те, що подкастингом можуть займатись не тільки журналісти, але й різні медіа персони.

Подкасти істотно трансформують сучасне інформаційне середовище, виступаючи не лише новим способом поширення контенту, а й зміною самої моделі споживання інформації. Вони сприяють:

1. **Персоналізації медіапростору** — слухач обирає теми, голоси та темп, які відповідають його інтересам, створюючи індивідуальну «інформаційну бульбашку».
2. **Демократизації медіа** — створити подкаст може будь-хто з доступом до базових технічних засобів, що розширює поле журналістики громадянської та нішевої тематики.
3. **Поглибленню аналітики** — подкасти дозволяють розкривати теми докладно, у форматі тривалих бесід, інтерв'ю або монологів, що протиставляється кліповому мисленню.

4. **Формуванню нових журналістських стандартів** — акцент зміщується на стиль оповіді, інтонацію, емоційний зв'язок із аудиторією, що підвищує довіру до журналіста як особистості.
5. **Розвитку нових каналів комунікації** — аудіоформат активно інтегрується в соцмережі, месенджери, стримінгові платформи, що зміщує традиційні центри інформаційного впливу.

Сторітелінги зробили інформацію більш доступною для широкої аудиторії. Люди можуть слухати подкасти у навушниках будь-де під час своїх справ. Для цього не треба слідкувати за часом, щоб вчепити потрібну програму, слухач може просто підписатись на цікавлячи авторів і зберігати їх подкасти.

...використання звуку та відео дозволяє стати більш живим і реальним для вашої цільової аудиторії. Тепер ви маєте можливість впливати на них не тільки ідеями в текстовій формі, а й емоціями, які передаються через аудіо — та відеоряд. Це дозволяє стерти якнайшвидше сумніви і недовіру до себе як до джерела цінної інформації [19].

Подкасти часто пропонують більш неформальний підхід до подання інформації. Діалоги, інтерв'ю та історії, які розповідають запрошені гості, слухаються цікаво та затишно, підкріплюючись музичними та звуковими ефектами, що робить аудіо більш емоційним.

У цьому форматі можуть підійматись як теми широкої спрямованості, так і такі, які можуть бути цікаві невеликому колу людей. Теми, спрямовані на певні інтереси людей можна не знайти в інших медіа, тому споживачі контенту звертаються до сторітелінгів.

Багато подкастів активно взаємодіють зі слухачами через соціальні мережі, запитання та дискусії. Це створює відчуття спільноти та залученості, а також підвищує довіру до джерела.

...відео-подкасти та скрінкасти можуть вам передати якусь невербальну мотиваційну інформацію, а так само досвід людини, що не дозволяє зробити в більшості випадків звичайний текст. Наприклад, доведено, що жестикуляція

при спілкуванні є важливою частиною самого спілкування і виражає часто те, що не виражають самі слова [20].

Аудіоформат починають слухати все більше людей, які знаходять серед них контентмейкерів, які зацікавлюють більше інших, і слухачі за своїм бажанням можуть відправити їм донат, щоб підтримати авторів. Також журналісти можуть залучати до свого матеріалу рекламу, інтегруючи її у свій формат.

Стратегія авторів подкастів полягає в тому, щоб залучити нову аудиторію через створення подкастів як нового формату контенту. Це сприяє інноваційним підходам до подачі інформації у медіасередовищі.

Подкасти значною мірою формують інформаційне середовище та змінюють спосіб споживання і взаємодії людей з контентом. Подкасти суттєво формують інформаційне середовище, змінюючи спосіб споживання інформації та створюючи нові канали комунікації. Аудіоформати набувають все більшої популярності в сучасному світі, де швидкість та доступність інформації є критично важливими.

2.3. Аналіз успішних журналістських подкастів (наприклад, «TheDaily», «Громадське.Подкасти», «UA Радіо Культура»)

Завдяки тому, що подкасти набувають популярності з найрізноманітніші тематиками й активно розвиваються як нова форма медіа, їх конкуренція зростає. Також на це впливає те, що зайнятися розробкою подкастів може не тільки професійний журналіст, але й бажаючий спробувати себе у щось новому, пов'язаному зі ЗМІ.

Сторітелінги представляються як широкий пласт контенту, а серед них є як невеличкі аматорські праці, так і цілі проєкти з великим штатом людей. Але залучення команди людей не обов'язково гарантує успіх аудіоформату, а непрофесійний подкастинг може стати дуже відомим.

Аналізуючи певні успішні подкасти можна виділити ключові моменти, на які треба звернути увагу при записі стротелінгу, щоб він був помічений

аудиторією. Для цього можна взяти за основу кілька подкастів, а саме «TheDaily», «Громадське.Подкасти», «UA Радіо Культура».

Для подкастів «TheDaily» на сайті відведено окремий розділ, який можна знайти збоку у списку компонентів видання, завдяки чому пошуки аудіоформату проходять швидко та зручно.

Заснування цього подкастингу відбулося першого лютого 2017 року, а головними ведучими виступають Майкл Барбаро та Сабріна Таверніз.

Середня тривалість епізоду складає 20-30 хвилин, але й є як коротенькі аудіо на кілька хвилин, так і великі, які тривають більше години.

На сторінці зі сторітелінгами зверху нас зустрічає надпис «The New York Times» (американська газета). Ліворуч йде список медіа, праворуч – іконка для реєстрації, а нижче кнопка підписки, яка дає необмежений доступ до всіх випусків, яку можна купити за бажанням.

The New York Times

Subscribe for \$0.50/week

PODCASTS

Audio

THE DAILY

Trump 2.0: Rewriting Histories

Watch or listen to our political round table breaking down President Trump's latest week in office.

3d ago • By MICHAEL BARBARO, ZOLAN KANNING-YOUNG, CHARLIE SAVAGE, ELIZABETH BRILLIANT, KATHA CHEN-BOWEN, ANDY WILSON, RACHEL QUETTER, CHRIS HAKEL, DAN POWELL, MARION LOZANO, PET KACULSKER, CHRIS WOOD, JORDAN SUTELLIN, MARK ZIMEL, EDDIE COSTAS, DAVE MAYERS, PIERRE KATTAL, JORDAN GANTZ, SOPHIE GRUBSON and BROOKIE WINTERS

THE HEADLINES

The F.B.I.'s New Boss, and the Foreign Aid Fallout

3d ago • By TRACY MUMFORD, WILL JARVIS, IAN STEWART, JESSICA METZGER and DAMIAN CAVE

THE CULTURE DESK

Neko Case, Illuminated

3d ago • By TINA ANTOURLE, FRANKIE CARRIOTI, RONNIE NIEMI and LINDSAY ZOLADZ

THE GRIMMOND

Thomas Friedman on Trump's Desire to Be President for Life

3d ago • By THOMAS L. FRIEDMAN, PATRICK HEALY and JILLIAN WEINBERGER

The Daily

The Sunday Read: 'What Happened When America Emptied Its Youth Prisons'

The Sordid Saga of President Trump and Mayor Adams

Inside the Trump Purge: Federal Workers Tell Their Stories

A Conversation With the Architect of Trump's New Trade War

Trump Shocks Europe

The Headlines

Trump Blames Ukraine, and More Americans Identify as L.G.B.T.Q.

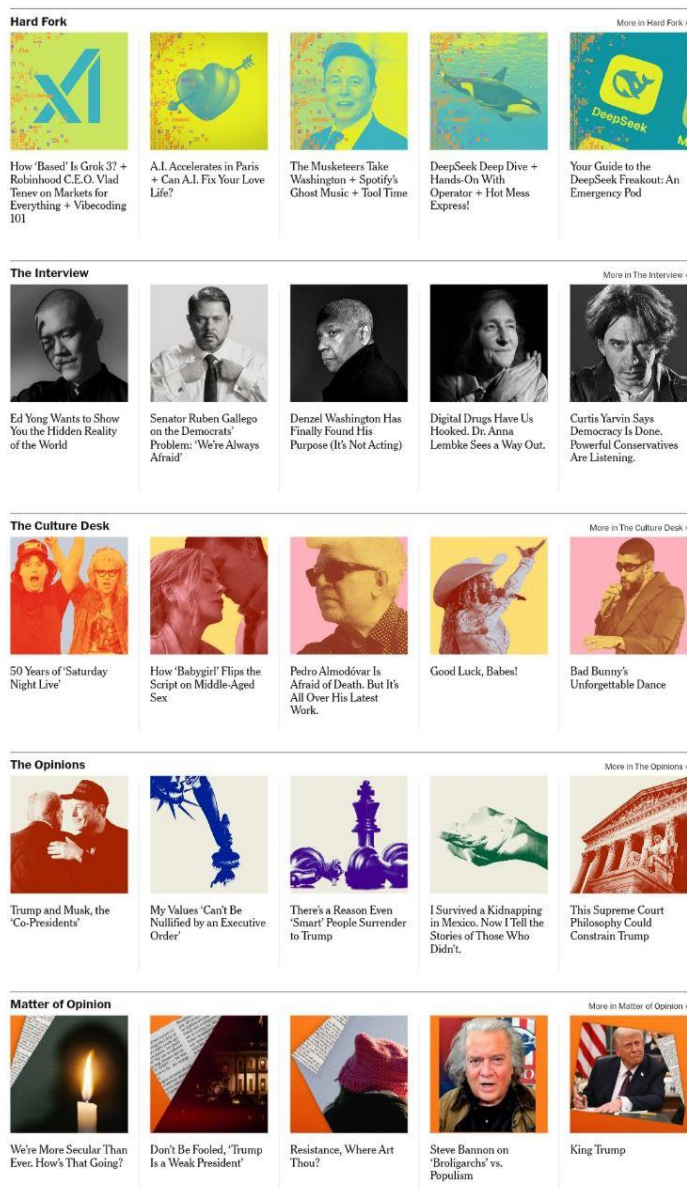
Trump Pivots Toward Putin, and R.F.K. Jr. Says 'Nothing' Is Off Limits

Plane Flips Over in Toronto, and Migrants Trapped in Panama Hotel

Supreme Court Considers Trump's Power, and Musk's Team Wants Access to L.R.S. Records

Mass Government Layoffs Begin, and New Abortion Fight Takes Shape

А вже далі розташовуються подкасти за добіркою: головні аудіо, щоденні, коротке зведення новин, відділ культури й інші. Кожний розділ відкривається для більш ретельного знайомства з контентом.



Виклад сторітелінгів щоденний і присвячений найрізноманітнішим темам, таким як новини, музика, книги, але пріоритетними виступають саме поточні події, які ведучі освітлюють у своїх інтерв'ю, тому до цільової аудиторії відносяться люди, що новинами та культурою.

Окрім сайту газети аудіоформати видання викладаються ще й у Spotify, Apple Podcasts і YouTube.



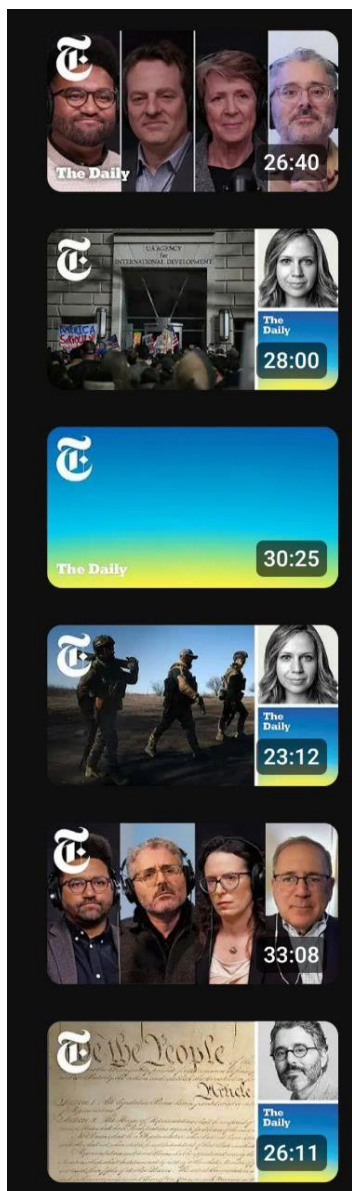
The Daily

The New York Times

★ 4.3 (100K) · DAILY NEWS · UPDATED DAILY · **E**

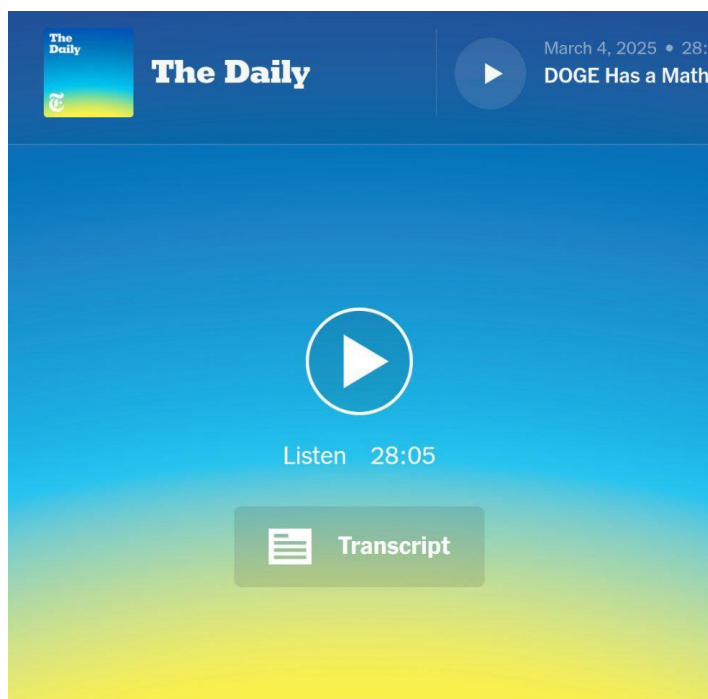
▶ Latest Episode

This is what the news should sound like. The biggest stories of our time, told by the best journalists in the world. Hosted by Michael Barbaro and Sabrina Tavernise. [TW MORE](#)



На основі обраних подкастів проаналізуємо тематику, структуру, стиль й інші складові сторітелінгів.

«TheDaily» охоплює найрізноманітніші теми для слухачів з різним улюбленим контентом у медіа. Можна знайти як і наукові обговорення, так і культурні. Але головною тематикою, що можна побачити і на сторінці сайту, є новини й актуальні події у США і світі.



DOGE Has a Math Problem

Why the claims of Elon Musk's government-cutting team are not what they seem.

March 4, 2025, 6:00 a.m. ET



Hosted by [Rachel Abrams](#)
 Featuring [David A. Fahrenthold](#)
 Produced by [Anna Foley](#) and [Olivia Natt](#)
 With [Mary Wilson](#) and [Carlos Prieto](#)
 Edited by [M.J. Davis Lin](#) and [Patricia Willens](#)
 Original music by [Pat McCusker](#) and [Rowan Niemisto](#)
 Engineered by [Alyssa Moxley](#)

Нові аудіо виходять щоденно та комплексно висвітлюють ситуації, що потребують уваги. Ведучі детально проходяться по темі подкастів.

Хоч у цьому ЗМІ і багато епізодів, які можна прослухати тільки з підпискою, є й ті, що доступні безкоштовно для знайомства з контентом. У них використовуються інтерв'ю та аналізи від професійних журналістів.

Ведучий чітко й ефективно доносить інформацію, використовуючи інтонацію голосу й і харизму, що подобається слухачам, бо людям важливо зручно сприймати матеріал.

Текст подкастів записується англійською мовою. Ведучий вміло і цікаво висвітлює складні теми і події та враховує факти.

Вдалий звуковий супровід створює затишну атмосферу та сприяє залученню нових людей, яким подобаються аудіоформати у медіа. А подкаст записується англійською мовою.

Кількість прослуховувань подкастів і їх лайків можна побачити у Spotify, Apple Podcasts і YouTube. Також на YouTube можна почитати коментарі стосовно сторітелінгів і ведучих, що їх розповідають, щоб відстежити успішність певного подкасту.

Аудіоформати активно спряють залученню нових слухачів і платних підписників на сайт, а також впливають на загальну газету «The New York Times», поширюючи обізнаність людей у різних галузях.

Аналізуючи розділ з подкастами «TheDaily», можемо побачити, що у «The New York Times» висока репутація, яку вони добре підтримують, створюючи професійний контент і проводячи глибокий аналіз подій у своїх сторітелінгах.

Завдяки зручній тривалості епізодів слухачі можуть швидко отримувати інформацію з важливими фактами. Але більша частина інформації подається саме про США, що може бути цікаво лише певної кількості аудиторії.

Успіх цих сторітелінгів полягає у вмінні вести подкастинг професійно і помірно емоційно та у широкому розмаїті додатків для прослуховування «TheDaily».

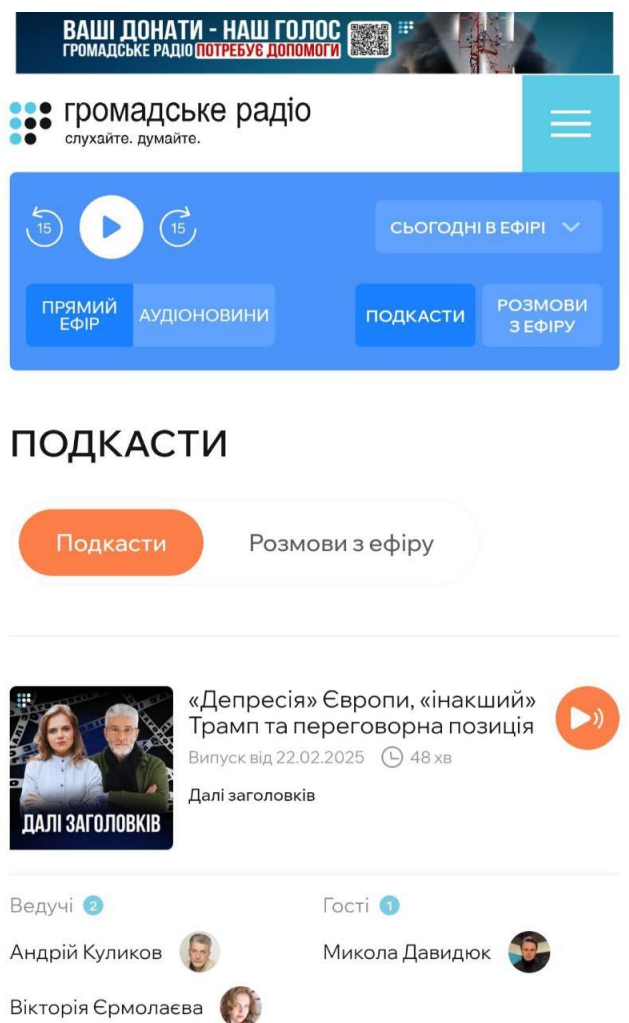
«The Daily» здобув широку новинну аудиторію завдяки професійній журналістиці, харизматичним ведучим та якісному контенту. Але на цьому газета не зупиняється і для подальшого розвитку враховує його слабкі сторони та випробовує нові формати.

«Громадське радіо» веде не тільки прямі ефіри, але й записує подкасти, для яких було створено розділ на сайті, що містить розмови з радіо та подкастинг, який має назву **«Громадське.Подкасти»**.

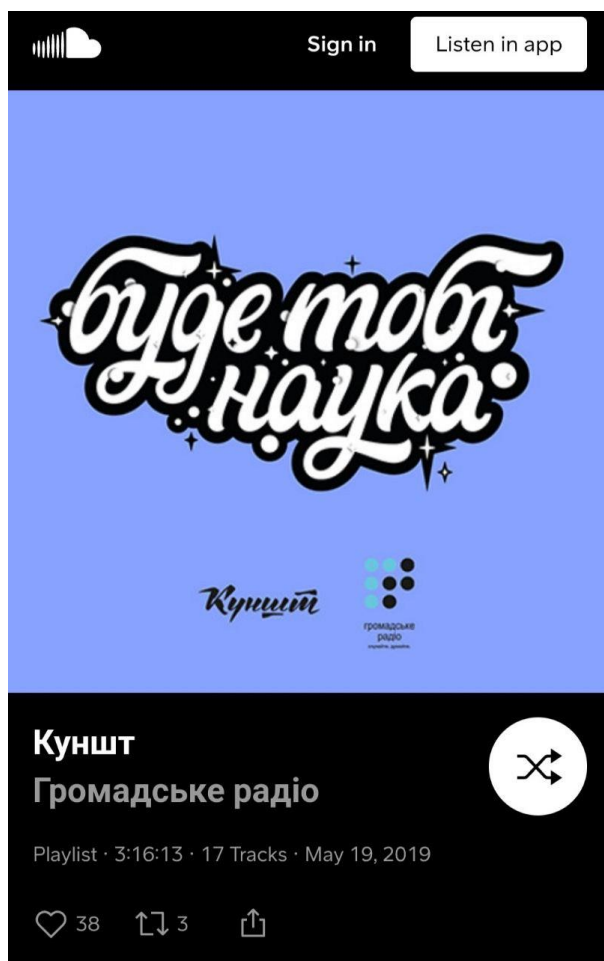
Ведучі викладають сторітелінги на політичні та культурні теми, але й можуть зустрічатись й інші. Різноманітність матеріалів і об'єктивність допомагають розповісти аудиторії більш актуальну інформацію.

Що стосується саме аудиторії, тут можна сказати, що цими аудіоформатами цікавляться ті люди, що хочуть більше дізнатись інформацію стосовно культурних і суспільних тематик.

На сторінці з подкастами ми бачимо назву та список усіх розділів, які можна відкрити. Далі йде поле, де можна прослухати прямий ефір чи його записи з новинами. А вже під ним розташовується перелік подкастів, які можна зручно слухати, гортаючи сторінки.



Також сторітелінги можна послухати на SoundCloud.



На прикладі аудіоформатів можемо побачити, що їх розподіляють на певні плейлісти за темами, щоб слухач одразу зміг знайти саме те, що цікавить його. Створюється як назва добірки, так і назва конкретного подкасту.



Якщо не хочемо воювати під
Тернополем, потрібна
тотальна мілітаризація —
Лейла «Сарацин»

Випуск від 20.02.2025 ⌚ 47 хв

На лінії вогню: воєнна аналітика з Іриною
Сампан

Ведучі 1

Ірина Сампан



Гості 1

Лейла «Сарацин»



Позбавлення громадянства та
міграційні тюрми: як РФ тисне
на українців

Випуск від 19.02.2025 ⌚ 29 хв

На зв'язку: окуповані території

Ведучі 1

Валентина Троян



Гості 1

Альона Луньова



Ще вказується дата викладання та короткий опис того, про що будуть розповідати у сторітелінгах, для першого ознайомлення. Також може бути вказівка на ведучих та додаткові посилання на інші варіанти платформ для прослуховування.

Що стосується середньої тривалості епізодів, то тут є різні. Вони можуть йти як година, так і приблизно трьох годин. Так і тематика може бути найрізноманітніша, кожен знайде той жанр, що зацікавить.

Політичні та культурні теми, що висвітлюють подкасти тісно пов'язані з самим радіо та актуальними моментами, тому слухач може захотіти більш поглиблено дізнатись про поточні події та ситуації.

Випуски подкасту 27.06.2019 18:07



pixabay.com

Штучний інтелект: що робить машини розумними?

Структура епізодів містить певний план, за яким ведучий розповідає актуальний матеріал. Починається сторітелінг зі звукового представлення та знайомство з авторами аудіо. Є різні формати: деś головним є інтерв'ю, а буває, що його немає, а йде тільки обговорення певної проблеми. Структура, за якою демонструються випуски «Громадське.Подкасти», є чіткою, бо інформація доноситься ефективно та зрозуміло.

Штучний інтелект: що робить машини розумними?

Наскільки ефективно машини можуть допомогти людству опанувати космос, збираючи та аналізуючи дані або самостійно приймаючи рішення в екстремальних умовах?

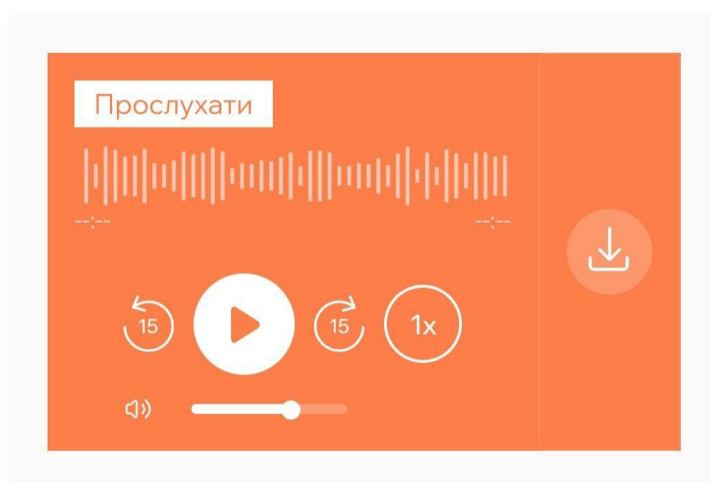
Слухати на подкаст-платформах



[Як слухати Громадське радіо >](#)

Ведучі під час запису поведуть себе нейтрально, а виклад теми є об'єктивним. Голос ведучих приємний і не стикається з нерозумінням слів. Вони вміло міняють свою інтонацію, щоб слухач не відчував монотонну річ.

Подкасти викладаються українською мовою, зрозумілою для цільової аудиторії, тому що ведучі професійно підходять до своєї роботи та мають досвід у прямих ефірах.



Інформація є об'єктивною, бо її можна перевірити в інших медіа, а розповідь самого матеріалу проходить детально ґрунтуючись на різних думках,

тому люди можуть віддавати перевагу саме аудіоформату, бо слухачам більш зручно сприймати текст під час заняття своїми справами.

Матеріал доповнюється музичним чи звуковим супроводом, щоб урізноманітнити аудіо для поглибленого та затишного прослуховування.

Кількість переглядів можна побачити на SoundCloud, куди викладають подкасти, окрім головного сайту. У середньому аудіо набирають 500-1000 прослуховувань.



Введення на «Громадське радіо» розділу «Громадське.Подкасти» позитивно впливає на медіа, розширює його жанри ЗМІ, сприяє залученню нових слухачів, виступає як джерело інформації та поширює знання з політичних і культурних тем.

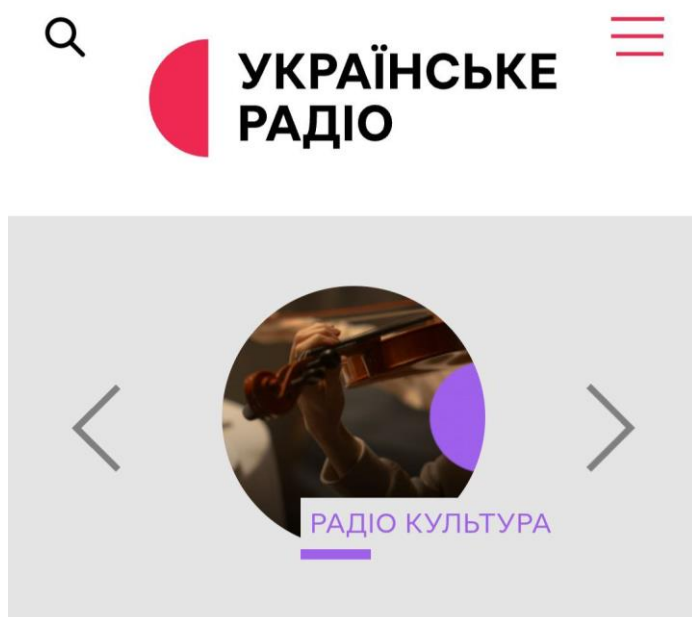
Аналіз показав, що «Громадське.Подкасти» має популярність у певної аудиторії. З позитивних сторін можна виділити доступність на різних платформах, зручність прослуховування, широкий спектр тем, довга тривалість аудіо для глибокого вивчення, а із негативних – конкуренція, бо схожі

культурні та політичні теми розглядають й інші медіа, якість контенту вимагає витрачання великої кількості зусиль.

До факторів успіху цих подкастів можна віднести інформативний й об'єктивний виклад матеріалу, регулярний випуск, виклад сторітелінгів не тільки на одній платформі.

З появою більшої кількості можливостей, грошей і інтерактивності «Громадське.Подкасти» буде продовжувати набирати популярність, бо з'являється все більше можливостей і платформ для розповсюдження сторітелінгів, тому майбутнє подкастингу багатонадійне.

«UA Радіо Культура» пропонує різноманітні подкасти, присвячені як новинним моментам, так і культурним, історичним, мистецьким. Головною темою виступає популяризація культурних й освітніх матеріалів, щоб усе більше слухачів зацікавлювались мистецтвом.



Знайти привабливими ці аудіо можуть не тільки слухачі, що люблять літературу, історію, музику, але й люди, далекі від цих напрямів, але які хочуть більш поглиблено дізнатись про культурні факти.

Сторітелінги поширюються на сайті «Радіо Культура» та на «Суспільне Культура».



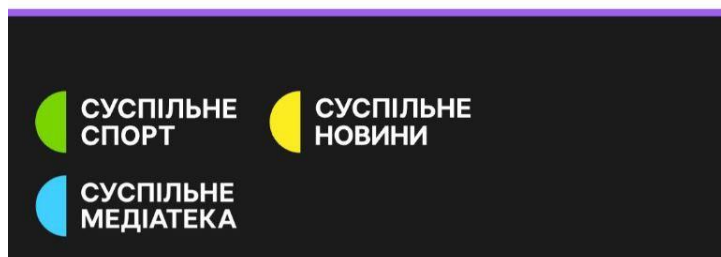
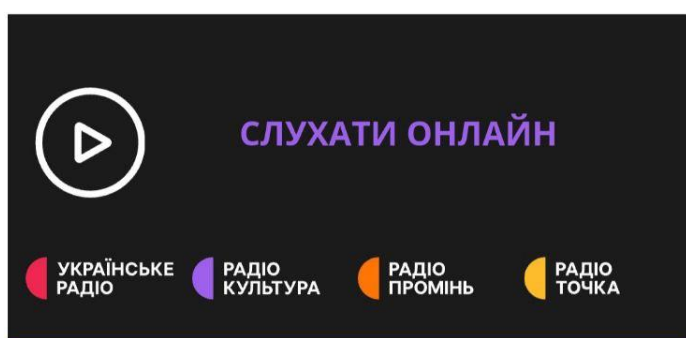
Категорія сторінок Подкасти Суспільне Культура



Український Култ



Книгосховище



Аналізуючи ці подкасти, можемо сказати, що частіше на сторінці з епізодами вказується назва, короткий опис змісту конкретної серії та ведучого, що його проводить.

Теми присвячуються в основному тематикам, пов'язаним з культурним життям людей і актуальним подіям у галузях мистецтва, літератури, історії, завдяки чому підтримується культурна обізнаність слухачів.



"На Євробаченні це розмаїття відображається" — Скибінська про Нацвідбір і фіналістів конкурсу

14.01.2025



"Оскар" — не кінофестиваль, це премія для жанрового кіно — Десятерик

21.12.2024

Сторітелінги містять розмовну інформацію стосовно ситуації чи цікавих фактів, описуючи та розбираючи їх з різних сторін. Також цей текст додається письмово, щоб можна було паралельно читати його під час прослуховування як субтитри чи для людей, яким цікава ця конкретна тема, але їм зручніше саме читати, ніж слухати.

"На Євробаченні це розмаїття відображається" — Скибінська про Нацвідбір і фіналістів конкурсу

14.01.2025 р., 20:03



Національний відбір – це майданчик, де молоді артисти можуть розкрити потенціал і продемонструвати свою музику на широкий загал, наголошує голова делегації України на Євробаченні Оксана Скибінська, коментуючи початок голосування за 10-го фіналіста або фіналістку Національного відбору на Євробачення-2025. Стартувало воно у "Дії" 13 січня і триватиме до 10-ї ранку 17 січня. Після цього, власне, і буде визначено того, хто отримає додатковий шанс проявити себе на пісенному конкурсі. Оксана Скибінська також зауважила, що географія цьогорічних учасників широка – від Маріуполя, Івано-Франківщини до Великої Британії. І, попри війну та складні умови, наші артисти адаптувалися, творять пісні, а українська музика і культура

0:00 19:25



Програма:
Сьогодні. Вдень

Ведучі:
Галина Бабій

Голосування за 10 фіналіста або фіналістку
Нацвідбору 2025 року. Фотоколаж:
Суспільне Культура

Слухаючи подкасти, помічаєш, що їх структура зручна, бо матеріал доноситься чітко, тому інформація добре сприймається і без додаткового тексту.

Ведучі помірно емоційні й достатньо інформативні. Інтонація голосу та стиль мови сприяє залученню нових слухачів та підтримці інтересу до тем. Аудіоформати ведуться українською та відповідають медіастандартам.

Для сторітелінгів беруть теми із різних галузей, завдяки чому відчувається різноманітність, розбираються й актуальні шоу, і музичні твори, і літературні твори, й історичні події. Аналіз проходить детально та сприяє поглибленню знань стосовно фактів, що цікавлять слухача.

Популяризація культури важлива, а завдяки різним медіа, у тому числі й подкастингу, цінність мистецтва, історії та літератури значно підвищується, як й інтерес до них.

На платформі SoundCloud можна подивитись кількість лайків та прослуховувань на кожному епізоді.

Подкастинг відкриває нові можливості для «Радіо Культура» для розширення аудиторії як розділу зі сторітелінгами, так і самого радіо, бо комусь подобаються нові формати, а інші полюбують традиційні ЗМІ. Подкасти позитивно впливають на культурну освіту суспільства.

Підсумовуючи проаналізоване, виділяємо те, що «UA Радіо Культура» професійно підбирає інформацію на культурні теми і їх вже експертно розбирають ведучі з різних сторін. Таке медіа як «Радіо Культура» має авторитет в Інтернет середовищі, тому слухачі їм довіряють.

Запис подкастів дозволяє прослухати їх у будь-який час безкоштовно, а не тільки під час прямого ефіру. Це медіа популяризує українських культурних діячів і їх творчість, тому їх контент спрямований на освітній та соціальний шлях.

Але і конкретна спрямованість на темах обмежує різноманітність тематик поза культури. Також їх подкасти викладаються всього на декілька платформ, що значно зменшує аудиторію, бо не всім зручно слухати їх не у своїх улюблених додатках.

Сторітелінги просуваються на «Суспільне Культура», завдяки чому їх помічаються все більше людей. А успіх помічається у вдалої стратегії розробки та викладки записів подкастів на «UA Радіо Культура».

Успішні журналістські подкасти поєднують якісний контент, професійний підхід до виробництва та позитивну взаємодію з аудиторією. Подкасти надають слухачам аналіз актуальних подій і стають важливим інструментом у сучасному інформаційному середовищі.

2.4. Вплив технологій (штучний інтелект, інтерактивні платформи) на подкасти

Технології розвиваються без зупинок, постійно покращуючись у своїх функції та збільшуючи свій потенціал. У сучасному часі все частіше стали використовувати інтерактивні платформи, і, навіть, штучний інтелект. Вони розповсюджуються на різні медіа, значно впливаючи також і на подкастинг.

Завдяки технологіям подкасти можуть включати різноманітні формати, такі як подкасти з відео або інтерактивні аудіо, що робить контент більш різноманітним.

Багатогранність сторітелінгів дозволяє залучати аудиторію не тільки різного віку й інтересів, але й з різних країн, бо Інтернет допомагає швидко знайти потрібну інформацію, а інтерактивність ще більше приваблює людей.

Багато авторів аудіоформату почали використовувати ще і прямі трансляції, що дозволяє слухачам ставити питання в реальному часі та брати участь у дискусії через чат.

Через соціальні мережі слухачі можуть взаємодіяти з подкастерами, ставити їм питання та писати коментарі.

Алгоритми додатків для прослуховування сторітелінгів підпирають для людей подкасти за їх інтересами, а потім із цікавих тем подкастів чи улюблених контент-мейкерів можна створити плейлісти.

Платформи дозволяють при викладанні аудіо додавати до нього субтитри для тих, кому зручніше буде сприймати матеріал читаючи його.

Штучний інтелект може допомогти у створенні подкастів, автоматизуючи такі процеси, як написання сценарію, заощаджуючи час і зусилля авторів та знижуючи бар'єр для входу на ринок.

Програми, що використовують цю технологію, можуть покращити якість звуку, усунути фоновий шум і підвищити розбірливість мови.

Застосунки та програми. Базовим інструментом для створення ваших робіт є, звичайно, Adobe Photoshop. Також Adobe також пропонує безплатний варіант під назвою Adobe Creative Cloud Express, який має деякі корисні можливості для роботи з зображеннями та відео. Окрім цього, є кілька чудових безплатних інструментів, найпопулярнішим з яких є Canva. Нова можливість, яка може допомогти вам швидко створювати оригінальні ілюстрації, — це поява генераторів зображень зі штучним інтелектом. Ви можете ввести кілька слів у генератор зображень зі штучним інтелектом і отримати обкладинку. Але треба усвідомлювати всі ризики та обмеження інструментів, а також рівень чутливості теми [21].

Штучний інтелект аналізує дані прослуховування, щоб допомогти подкастерам зрозуміти найпопулярніші теми та формати серед їхньої аудиторії та спрогнозувати майбутні тенденції.

Технології дозволяють більш ефективно таргетувати рекламу в подкастах. Алгоритми можуть аналізувати аудіо, що слухають найбільше, а потім пропонувати рекламу, що найбільше відповідає інтересам аудиторії.

«Щоб зробити подкаст, необов'язково мати спеціальну техніку та команду. Якщо навіть обмаль коштів на мікрофон, можна спершу записувати на диктофон телефона, каже Яна Собко. Частина роботи може взяти на себе штучний інтелект, додає Валерія Широкова.» «Я не наважувалася заводити канал на YouTube через відсутність команди й страх, що моя робота може виявитися нікому не потрібною. Але я його запустила, коли знайшла зручний софт на основі штучного інтелекту, який класно знімає й одночасно монтує, — розповідає Валерія. — ШІ одразу розшифровує і перекладає текст на будь-яку мову, монтує, вирівнює, нормалізує. Звісно, він не перевершить найкращого

редактора монтажу, який врахує усі побажання подкастера, але щонайменше ці інструменти зроблять прослуховування комфортнішим» [22].

Використання штучного інтелекту для створення контенту може викликати етичні проблеми, пов'язані з плагіатом.

Коли автори занадто покладаються на штучний інтелект, це може призвести до втрати творчості у подкастах.

Технології спростили створення контенту, що призвело до зростання конкуренції. Автори сторітелінгів повинні постійно вдосконалювати свій стиль і тематику, щоб виділятися з натовпу.

Інтерактивні платформи роблять прослуховування подкастів більш соціальним і цікавим досвідом. Штучний інтелект може допомогти автоматизувати рутинні завдання, підвищити якість контенту, знайти нову аудиторію та ефективніше монетизувати. Медіа можуть отримати вигоду від цих технологій, але також стикаються з новими викликами, які вимагають адаптації та інновацій.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи вищесказане, подкасти стають потужною силою в журналістиці, пропонуючи унікальні переваги аудіоформату для розповіді історій. Їх інтерактивність, доступність, емоційність та креативність змінюють спосіб споживання інформації та взаємодії з контентом.

Подкасти утвердилися як окрема форма журналістики, що поєднує інформативність, гнучкість формату, глибину аналізу та емоційний вплив. Їх популярність зростає завдяки доступності, мобільності та можливості споживання «на ходу».

Аудіоформат створює нову якість сприйняття інформації: голос ведучого, інтонація, звуковий супровід дозволяють встановлювати більш тісний емоційний контакт з аудиторією, що сприяє формуванню довіри до контенту.

Сторітелінги не тільки розширюють жанр журналістики, але й створюють нові спільноти навколо контенту та залучають слухачів до активного діалогу. Вони дають можливість глибше зануритися в тему, надати контекст і розкрити різні точки зору.

Аудіоформат дає змогу журналістам розповідати історії більш яскраво, емоційно та інтерактивно. Голос, інтонація, тембр дозволяють слухачам глибоко зануритися в історію.

Подкасти дають можливість залучити до обговорення важливих тем експертів з різними думками, що забезпечує різноманітність поглядів та робить контент більш багатограним.

Сторітелінги дають журналістам можливість використовувати різноманітні звукові ефекти, музику та інші елементи, щоб зробити свій контент більш інтерактивним та цікавим для того, щоб утримувати увагу слухачів і не давати їм нудьгувати.

Виробництво аудіоформатів може бути дешевшим, ніж традиційні медіа, тому це відкриває можливості для аматорських проєктів.

Подкасти охоплюють широкий спектр тем, наприклад новини, культури, наука, освіта, тому кожен може знайти для себе щось цікаве.

Завдяки інтерактивності та можливості коментування та запитань слухачів, аудіоформати можуть заохочувати активне залучення аудиторії та підвищувати інтерес до теми.

Подкасти дають можливість поглиблено досліджувати складні теми і дають людям змогу зануритися в матеріал, що особливо важливо в умовах інформаційного перенасичення.

Однак розвиток сторітелінгів ставить перед журналістами нові виклики. Важливо дотримуватися етичних стандартів та забезпечувати достовірність інформації у медіа.

Загалом, подкасти є потужним інструментом у світі журналістики та пропонують нові можливості для аудіо. Переваги доступності, емоційного зв'язку та гнучкості формату роблять подкастинг дедалі популярнішим серед слухачів та медіа. З розвитком технологій та зростанням інтересу до аудіоконтенту сторітелінги стають важливим елементом сучасної журналістики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених
URL:<https://zounb.zp.ua/resource/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/podkasti-najshvidshij-shlyah-do-zacikavlenih>
2. 10 питань про подкасти: історія, розвиток, платформи для прослуховування
URL:<https://radio.nakypilo.ua/10-pytan-pro-podkasty-istoriya-rozvytok-platformy-dlya-prosluhovuvannya/>
3. Що таке подкасти та як їх слухати?
URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>
4. Подкасти: що це, навіщо вони потрібні та де їх слухати
URL:<https://uaspectr.com/2020/10/05/podkasty-shho-tse-navishhovony-potribni-ta-de-yih-sluhaty/>
5. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроєктів
URL:<https://suspilne.media/culture/287105-miznarodnij-den-podkativ-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkativ/>
6. Секрети й факапи: навіщо журналістам подкасти і як навчитися їх записувати
URL:<https://www.jta.com.ua/knowledge-base/sekrety-y-fakapy-navishcho-zhurnalistam-podkasty-i-iak-navchytysia-ikh-zapysuvaty/>
7. Що таке подкасти та як їх слухати?
URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>
8. Все, що вам потрібно знати про створення подкастів
URL:<https://cases.media/en/article/vse-sho-vam-potribno-znati-pro-stvorenniya-podkativ>
9. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроєктів
URL:<https://suspilne.media/culture/287105-miznarodnij-den-podkativ-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkativ/>

- 10.Ефективність обкладинки: як оформлювати подкасти URL:<https://mediamaker.me/efektyvnist-obkladynky-yak-oformlyuvaty-podkasty-2881/>
- 11.Що таке подкасти та як їх слухати? URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>
- 12.10 питань про подкасти: історія, розвиток, платформи для прослуховування URL:<https://radio.nakypilo.ua/10-pytan-pro-podkasty-istoriya-rozvytok-platformy-dlya-prosluhovuvannya/>
- 13.Звідки звук: хто створює подкасти в Україні URL:<https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/zvidky-zvuk-hto-stvoryuye-podkasty-v-ukrayini/>
- 14.Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроєктів URL:<https://suspilne.media/culture/287105-miznarodnij-den-podkastiv-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkastiv/>
- 15.Як працюють подкасти URL:<https://bazilik.media/iak-pratsiuiut-podkasty/>
- 16.Ефективність обкладинки: як оформлювати подкасти URL:<https://mediamaker.me/efektyvnist-obkladynky-yak-oformlyuvaty-podkasty-2881>
- 17.10 питань про подкасти: історія, розвиток, платформи для прослуховування URL: <https://radio.nakypilo.ua/10-pytan-pro-podkasty-istoriya-rozvytok-platformy-dlya-prosluhovuvannya/>
- 18.Що таке подкасти та як їх слухати? URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>
- 19.Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених URL:<https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/podkasti-najshvidshij-shlyah-do-zacikavlenih>

- 20.Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених URL:
<https://zounb.zp.ua/resourse/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/podkasti-najshvidshij-shlyah-do-zacikavlenih>
- 21.Ефективність обкладинки: як оформлювати подкасти URL:
<https://mediamaker.me/efektyvnist-obkladynky-yak-oformlyuvaty-podkasty-2881>
- 22.Секрети й факапи: навіщо журналістам подкасти і як навчитися їх записувати URL: <https://www.jta.com.ua/knowledge-base/sekrety-y-fakapy-navishcho-zhurnalistam-podkasty-i-iak-navchytysia-ikh-zapysuvaty/>