

УДК 070:004.738.5-028.26(477)

doi.org/10.23939/sjs2023.01.040

Ірина Мудра

Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Князя Романа, 3/108, Львів
iryna.m.mudra@lpnu.ua
ORCID: 0000-0001-8757-8873

Юстина Майхровська

Інститут полоністики і журналістики,
Жешувський університет, Польща
jmajchrowska@ur.edu.pl
ORCID: 0000-0003-1064-6369

ВИДИ ТА ЖАНРИ АУДІОПОДКАСТІВ ВІД ЗМІ

© Мудра І., Майхровська Ю., 2023

Ринок ЗМІ стрімко розвивається. Мас-медіа в Інтернеті є конвергентними, разом з текстом створюють і публікують фото-, аудіо- та відеоконтент. Тому не дивує, коли, наприклад, газети/журнали створюють відеоматеріали, а телеканали – аудіопродукцію.

Розвиток всесвітньої мережі Інтернет призвів до того, що мас-медіа є у постійному пошуку перспективних платформ для розповсюдження своєї медіапродукції та залучені нової аудиторії. Останні роки все популярнішими стають подкасти. І викликає здивування. Адже спостерігається тенденція, що люди менше часу хочуть приділяти довгим текстам та відеоматеріалам, але одночасно прагнуть отримувати більше різної інформації, тому набувають популярності короткі журналістські медіапродукти. Аудиторія в інтернеті зменшує свій час на перегляд відео та читання текстів. Але поряд із тим щороку зростає увага та популярність аудіоподкастів на ресурсах ЗМІ та на аудіо- і відеоплатформах.

Аудіоподкасти – це зручний формат аудіоматеріалів для отримання актуальної та цікавої інформації під час прогулянки, виконання домашніх справ, перебуваючи в транспорті, в спортзалі тощо. Вони є різних видів та жанрів, на різноманітні теми та безкоштовні для аудиторії. Аудіоподкасти записують не лише журналісти, а й блогери та інші учасники мережі Інтернет.

У дослідженні розглянуто особливості аудіоподкастів, показано їх історію виникнення, охарактеризовано жанри та види. Детально проаналізовано аудіоподкасти від якісних мас-медіа (“Суспільне”, “Громадське”, “Ліга”, “Українська правда”, “Укрінформ”, “Радіо Свобода”, “НВ” та “Бабель”) на подкастових платформах. З’ясувано, що онлайн-ЗМІ все частіше продукують аудіоматеріали для подкастових платформ. Аудіоподкасти записують на різні теми та у різноманітній жанровій палітрі, але домінує інтерв’ю.

Ключові слова: аудіоподкасти, мас-медіа, радіо, журналісти, подкасти.

Актуальність теми. Подкасти в Інтернеті з’явилися на початку 2000-х років, але популярність серед аудиторії отримали недавно. Аудіоподкасти за форматом нагадують радіопередачі, але розміщені на аудіоплатформах та доступні у зручний для аудиторії час. Вони є різних видів та жан-

рів, створені на різні теми, а також мають різну часову тривалість. Вони, як правило, безкоштовні та доступні в мережі Інтернет. Кожен може обрати коли, де, на яку тему йому прослухати журналістський аудіоматеріал. З цим і пов'язують їх популярність.

Подкасти набирають популярності серед користувачів і викликають дедалі більший інтерес у ЗМІ, тому що споживання інформації на мобільних пристроях зросло, а прослуховування радіо було перервано через стрімкий розвиток ЗМІ в Інтернеті [3]. Аудиторія частіше надає перевагу подкастам, ще і тому, що цікавиться лише певними темами [2], таким чином задовольняючи свої потреби в інформації [4]. Для мас-медіа подкасти є ще одним методом для пошуку нової аудиторії, а подкастові платформи – новим та перспективним ринком для розповсюдження своєї аудіо продукції. Тому і не дивно, що подкасти проникають у ті мас-медіа, де вони є “чужим” тілом [7, с. 72].

Мета дослідження – з'ясувати, які види та жанри аудіоподкастів записують і публікують якісні українські мас-медіа. Поставлена мета передбачає виконання таких завдань: з'ясувати, які є види та жанри аудіоподкастів, дослідити аудіопродукцію якісних мас-медіа та розглянути історію розвитку подкастів.

Історіографія дослідження теми. Тема подкастів є присутньою у багатьох працях українських та закордонних дослідників: О. Дмитровського, І. Гаврилюк, І. Дробіта, О. Боришпольця, І. Страшка, Т. Гиріної, Р. Беррі, Г. Флорін, Н. Невман, Н. Арбон та інших. Проте подкастам, які продукують якісні онлайн-медіа, не приділено достатньої уваги, а також не виділено жанри та види аудіотексту, які ці ЗМІ створюють.

Виклад основного матеріалу. Аудіоподкасти швидкими темпами стають популярними не лише в Україні, а й у світі. Цей сегмент медіаринку найбільш динамічно зростає, — у 2020 його обсяг у всьому світі досягнув \$1 млрд [13] і йому далі прогнозують швидкі темпи розвитку. Весь секрет у зручності, адже це аудіотекст, який доступний 24/7.

Подкаст – це аудіозапис, який розміщують на сторінці ЗМІ в Інтернеті або на аудіоподкастових платформах. Людина самостійно може обрати жанр, тему та автора подкасту, а також аудіозапис дає можливість кілька раз його прослухати. Їх можна слухати в онлайн режимі через веб-браузер, на будь-якому плеєрі, комп'ютері, мобільному телефоні, смартфоні, програвачі, що підтримує формат mp3 [15, с. 84]. Подкасти є одним із найменш затратних форматів для мас-медіа. Для його створення не потрібно кудись виїжджати, достатньо мати цікаву ідею, мікрофон та диктофон. Подкасти не мають визначених рамок та часових обмежень: перебивок на конкретній хвилині, зміни планів (як у відео) тощо [6]. Радіостанції свої програмні продукти також розміщують на популярних подкастових платформах: Google Podcast, Apple Podcasts, Stitcher, Pocket cast, Overcast, Castro, Podchaser, Castbox, TuneIn та інших.

Онлайн медіа обирають подкастові платформи як основну площадку для поширення своєї медіа продукції [1, с. 76] або як додаткову.

Часто подкасти порівнюють із радіо або радіопередачами. Але вони відрізняються від них. Найперше подкасти не мають етеру. Аудиторія радіо слухає у конкретний час та лише те, що вирішують редактори програм і звукорежисери. Натомість аудиторія подкастів самостійно обирає коли і що послухати. Ще важлива відмінність у тому, що подкасти є персоналізованими. Вони готуються з урахуванням, що їх буде слухати, скоріш за все, одна людина за раз. Радіо у цьому плані більше схоже на гучномовець, задача якого – донести інформацію до якомога більшої кількості людей одночасно [19].

Історія розвитку подкастів

Розробник програмного забезпечення Дейв Вінер та відеожокей MTV Адам Каррі увійшли в історію як засновники подкастів. У 2004 році Дейв Вінер створив технологію RSS, яка дозволила користувачам підписуватися на аудіоблоги та автоматично завантажувати нові епізоди. Згодом Дейв Вінер разом із досвідченим радіоведучим Крістофером Лайдоном записали у саморобній студії mp3-файл, який називають першим у світі подкастом [16]. Він просто сів перед мікрофоном і

почав озвучувати свої міркування, ділитися враженнями про прочитані книжки та переглянуті кінострічки. Того ж року журналіст “The Guardian” Бен Хаммерслі ввів термін “подкаст”. Поєднання слів iPod та Broadcast призначалося для пояснення нової хвилі аматорських інтернет-радіопередач, які можна було завантажувати з Інтернету [14]. 6 червня 2005 року, під час презентації продукції Apple, це слово з’явилося на великому екрані за спиною Стіва Джобса. Компанія Apple започаткувала новий розділ в iTunes – “Подкасти” [16]. А до червня 2013 року Apple оголосила, що у них на iTunes було записано 1 мільярд подкастів. Станом на січень 2020 року доступно понад 900 000 подкастів. 104 мільйони людей слухають їх хоча б раз на місяць [14].

Вагому роль у тому, що подкасти стали популярними відіграв американський детективний аудіосеріал “Serial” (2014 рік). У центрі журналістського аудіорозслідування – вбивство молодої американки, що трапилося в 1999 році в місті Балтімор. “Serial” набрав п’ять мільйонів завантажень. Навіть через рік після випуску його все ще завантажували по 500 тисяч разів на день [16].

З того часу, популярність подкастів лише зростала. Цьому сприяло багато чинників: розвиток технологій, модернізація смартфонів та їх дешевизна, доступний мобільний інтернет, розвиток мас-медіа в Інтернеті, корвегентна журналістика, гостра конкуренція на ринку мас-медіа, виникнення та популярність подкастингових платформ тощо.

Класифікація подкастів

Виокремлюють чотири основних типи подкастів:

- 1) аудіоподкаст – аудіофайл, який являє собою запис за допомогою звичайного мікрофона – ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, які становлять інтерес і користь для цільової аудиторії;
- 2) відеоподкаст – відеофайл із виступом на певну тему, знятий за допомогою цифрової відеокамери;
- 3) скрінкаст – за допомогою спеціальної програми на екрані комп’ютера записуються дії разом із аудіокоментарями;
- 4) скайпкаст – голосова розмова, записана за допомогою програми скайп [8].

Дослідники С. О. Шехавцова та К. О. Протопопова [18] зазначають, що немає єдиної загальноприйнятої класифікації подкастів. Кожен дослідник у певній галузі наводить свою класифікацію подкастів.

Науковці О. Шелестова та Є. Канаєва [17] пропонують класифікацію навчальних подкастів, яку можна використати і для аудіомедіапродукції:

- за технічною платформою: автономні (подкаст як окремий аудіофайл, створений на спеціальному сайті або за допомогою автономної програми) та інтегровані (створені на спеціалізованому сайті подкастів, або на сайті-сховищі даних файлів);
- за типом мультимедіа: аудіоподкаст та відеоподкаст;
- за кількістю авторів: індивідуальний та колективний;
- за юридичним статусом авторів: організація/компанія (ЗМІ), приватна особа, група авторів;
- за кількістю дикторів і формою представлення: монолог, діалог, полілог, поєднує елементи монологу/діалогу/полілогу;
- за типом і цільовим призначенням: автентичний, навчальний, професійний;
- за доступністю ресурсів: у вільному доступі, з платним доступом із частини ресурсів, повністю платний [17].

Також подкасти поділяють на: подкаст інтерв’ю, подкаст монолог, подкаст бесіда, подкаст випуск радіопередачі, подкаст круглий стіл, подкаст огляд.

Інтерв’ю. Журналісти записують подкасти з експертами, волонтерами, військовими тощо. Під час нашого дослідження побачили найбільше інтерв’ю-подкастів з експертами у різних галузях.

Бесіда. Цей подкаст нагадує інтерв’ю, але відрізняється від нього тим, що журналіст у дружній атмосфері спілкується (бесідує) з гостем, не лише задає йому питання, а й доповнює своїми думками відповіді співрозмовника. Журналіст у таких подкастах часто жартує, ділиться цікавою інформацією не лише з аудиторією, а й співрозмовником. Спілкування у студії нагадує бесіду двох добрих друзів.

Подкаст монолог. Журналісти розказують найважливіші новини, аналізують ситуації та проблеми.

Подкаст випуск радіопередачі. Ще один формат подкасту, який зустрічається, коли на платформі розміщується повністю радіопередача, яка була випущена в радіоефір. Радіо НВ на подкастових платформах розміщує радіопередачі, які звучали вже ефірі.

Подкаст круглий стіл. Коли у студії у ведучого є кілька гостей і вони обговорюють важливу тему.

Подкаст огляд. Журналіст робить огляд найважливіших подій чи новин, а також може здійснювати огляд преси.

У мережі Інтернет зустрічаються як професійно створені подкасти, що мають чітку продуману структуру, зміст, озвучування, так і аматорські аудіоблоги [10, с. 150], вони поступаються якістю тим аудіотекстам, які створені мас-медіа.

Жанри аудіоподкастів

Під час дослідження, аналізуючи подкасти, ми звернули увагу на те, що радіостанції часто розміщують аудіоматеріали на подкастових платформах, які уже вийшли в радіоефір. А онлайн медіа, створюючи аудіо продукти, також дотримуються жанрів для ефіру радіо. Відповідно, вони відповідають класифікації жанрам радіожурналістики, які наводить у своєму підручнику професор Василь Лизанчук [11, с. 230, 231]:

- інформаційні: радіоповідомлення, радіозвіт, радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіовиступ, радіоогляд преси;
- аналітичні: радіокореспонденція, радіокоментар, радіобесіда, радіоогляд;
- художньо-публіцистичні: радіонарис, радіофейлетон, радіокомпозиція, радіофільм, оригінальна радіодрама.

Результати дослідження. Аудіоподкасти привернули увагу мас-медіа та спонукають їх розширювати платформи для просування своєї медіапродукції. Багато Інтернет-ЗМІ завоюють аудиторію, яка надає перевагу аудіотексту. Для нас було цікаво дізнатися чи якісні онлайн мас-медіа створюють аудіоподкасти для своєї аудиторії та на яку тематику. Тому для дослідження було обрано 9 Інтернет-ЗМІ (“Суспільне”, “Громадське”, “Ліга”, “Українська правда”, “Укрінформ”, “Радіо Свобода”, “Дзеркало тижня”, “НВ” та “Бабель”), які Інститут масової інформації за результатами своїх досліджень називає найякіснішими та найвідповідальнішими у 2022 році [9]. Отож, з тих 9 ЗМІ 8 продукують подкасти, лише “Дзеркало тижня” не створює аудіоматеріали для подкастових платформ. “Громадське” має свій офіційний аканут на подкастових платформах, але ще подкасти публікували там у 2021 році. На офіційному сайті ЗМІ (<https://hromadske.ua/>) у рубриці “#подкаст” також є аудіоматеріали за 2021 рік.

Пошук почали з сайтів самих мас-медіа, на яких є рубрика “Подкасти”, там розміщені подкасти та їх епізоди. Також додатково здійснювали пошук подкастів від ЗМІ, коли на сайті було недостатньо інформації для дослідження, на таких подкастових платформах: Apple Podcasts, Google Podcasts та Soundcloud. Під час пошуку побачили, що є частина ЗМІ, яка розміщує аудіоподкасти на своїх офіційних сторінках на подкастових платформах, де чітко можна знайти та ідентифікувати мас-медіа за логотипом та назвою (“Українська правда”, “Радіо НВ”, “Радіо Свобода”, “Громадське радіо”, “Громадське”), а також є редакції, які під кожну серію подкастів та/або тематику створюють окремі сторінки (“Українська правда”, “Укрінформ”, “Бабель”).

Під час дослідження виокремили такі жанри подкастів, які найчастіше створюють ЗМІ: інтерв'ю, коментар, бесіда, огляд, круглий стіл та репортаж. Радіо НВ на подкастових платформах публікує цілі радіопрограми свої у таких жанрах: радіоінтерв'ю, радіоогляд, радіокореспонденція, радіокоментар, радіобесіда та радіовиступ.

Обрані для дослідження мас-медіа розміщують аудіоматеріали на різних подкастових платформах та на різну тематику, але у 2022 році основна тема – це війна в Україні та її вплив на різні сфери життя українців.

Мас-медіа, які орієнтовані на новинний контент (“Радіо НВ”, “Громадське радіо”) на подкастових платформах поширюють аудіоматеріали в яких журналіст розповідає оперативну та актуальну інформацію. Такі новинні подкасти також створюють “The Daily” і “The New York Times”, щоб щоденно висвітлювати новини в короткому форматі від 3-х до 25-ти хвилин [5].

Детальніше розглянемо подкасти, які 7 мас-медіа опублікували у 2022 році.

“Суспільне”. Редакція “Суспільного” ще у 2021 році запустила подкасти на таких подкастових платформах: Google Podcasts, Sound Cloud, Anchor Radio Public, Pocket Casts. У форматі подкастів стали доступними радіопрограми від: UA: Українське радіо, UA: Радіо Культура та UA: Радіо Промінь. Серед запущених проєктів є історії створені командою розслідувачів “Суспільного” та сторонніми продакшнами [12]. У 2021 році були представлені аудиторії перші подкастивід цього мас-медіа, а саме: “100 тисяч”, “Справа 25”, “Наші 30. Жива історія”, “Виклик”. У 2022 році випускали подкасти від “Суспільного” – “Відбій тривоги”, “Вотсап Eurovision”, “Суспільне розслідування”, “Головний подкаст”, “Коментаторська”, “Український культ” та “Як ми вижили”.

Подкаст “Відбій тривоги” (4 епізоди) аудіоматеріали у жанрі інтерв’ю, де журналіст Тарас Ібрагімов розмовляє з професіоналами своєї справи і з’ясовує, як їм вдається працювати під час війни, як бойові дії вплинули на їх професію, що змінилося у їх житті тощо.

Подкаст “Вотсап Eurovision” (26 епізодів) присвячений найцікавішим темам Євробачення.

“Суспільне Розслідування” – подкаст у якому команда від “Суспільного” розповідає про найважливіше. Перші аудіоматеріали були опубліковані у 2021 році, а у 2022 році вийшло лише 3 епізоди.

“Головний подкаст” (11 епізодів) з’явився у 2021 році і останній був опублікований 17 лютого 2022 року, і у ньому піднімали теми, які стосуються психічних розладів людей (деменція, шизофренія, посттравматичний стресовий розлад тощо). Подкаст створений науково-популярним медіа “Кунш” на замовлення “Суспільного”.

Олексій Мандзій і Сергій Захарченко у покасті “Коментаторська” (29 епізодів) коментують важливі події зі спорту. Подкаст нагадує за форматом радіопередачу, де журналісти, а також доєднуються експерти, обговорюють важливу подію чи тему зі спорту.

Подкаст “Як ми вижили” (12 епізодів) створений громадською організацією “Після тиші” на замовлення “Суспільного” і присвячений історіям людей, які були депортовані з українських західних земель у 1944–1953 роках. У центрі подкасту є реальна історія депортованої людини.

Ще один подкаст “Український культ” (11 епізодів) створено командою Kult:Podcast на замовлення “Суспільного”. Останній опублікований аудіоматеріал 27 січня 2022 року. У подкасті ведучі Тетяна Огаркова і Володимир Єрмоленко з гостями розмовляють про українську культуру. Автори проєкту поставили перед собою завдання зруйнувати міф про провінційність української культури.

“Українська правда” на подкастових платформах має офіційний акаунт із логотипом та назвою, і там розміщує аудіотексти на різні теми. Це не новинні подкасти, а інтерв’ю, роздуми, просто монологи з читанням різних текстів тощо. Також на офіційній сторінці мас-медіа розміщені епізоди подкастів із інших тематичних сторінок “Української правди”: “Клятві питання”, “Температура – нормальна!”, “Культура всього” (у 2022 році 1 випуск був), “УП.Вголос”, “У тіні”. Також “Українська правда” має подкасти, які створені у партнерстві з різними організаціями: “Чому вони крадуть?”, “Євродонбас: Німецька спадщина” та “(Не)безпечна країна”.

УП мала ще такі подкасти, які у 2022 році не продовжила продукувати: “До попкорну з Анною Паленчук”, “Ранкова доза”, “Україна після карантину”, “Я не встигаю”, “Онлайн[за]хист”, “MINDDETOX ESSAYS”, “Українські 90-ті”, “Медіабіль” та “Життя бентежне”.

Подкасти від “Української правди”, які були опубліковані у 2022 році:

1. “УП.Вголос” (13 епізодів), де журналіст начитує кращі матеріали, які вийшли на сайті УП.
2. “У тіні” (1 епізод) про те, хто в Україні найбільше ухиляється від сплати податків. Припускаємо, що інші епізоди не вийшли внаслідок початку бойових дій в Україні.

3. “Кляті питання” (145 епізодів) – це перший подкаст УП, де журналісти відповідають на питання, які набридають та стосуються актуальних суспільно-політичних тем.

4. “Температура – нормальна!” (56 епізодів) – тут Наталія Бушковська піднімає цікаві теми про наше здоров’я.

5. “Культура всього” (54 епізоди), перші аудіотексти з’явилися у 2019 році, а у 2022 році створений лише 1 аудіоматеріал, у зв’язку з тим, що один з ведучих (А. Бобрикін) знаходиться на війні. Подкаст є у формі інтерв’ю і у ньому порушують теми про культуру. Ведучі Костянтин Дорошенко і Андрій Бобрикін.

Подкасти, які створені журналістами “Української правди” спільно з різними організаціями, також привертають увагу. Серія подкастів “Чому вони крадуть?” (6 епізодів) створений у партнерстві УП з DW Akademie та за фінансової підтримки Європейського Союзу і є документальним наративним подкастом про культурні крадіжки, які росіяни вчиняють протягом багатьох століть в Україні. Подкаст “(Не)безпечна країна” (4 епізоди) створений спільно з Центром оборонних стратегій. У ньому Аліна Фролова запрошує гостей і говорить із ними про безпекові питання і як наблизити перемогу України у війні.

Подкасти від “Української правди” можна слухати на таких платформах: Apple Podcasts, Google Podcasts, Sound Cloud, YouTube, Anchor, Megogo, НВ Подкасти.

“**Радіо Свобода**” також має власні подкасти, на сайті мас-медіа їх є 6, і зазначено, що можна слухати на таких платформах: Google Podcasts, Apple Podcasts.

Подкаст “Історична свобода” створений у вигляді інтерв’ю, де Дмитро Шурхала розмовляє з гостями про складні питання української історії. Подкаст “Суботнє інтерв’ю” – розмова про актуальні проблеми тижня. Подкаст “Радіо Донбас. Реалії” публікують на сайті “Радіо Свобода” та на подкастових платформах, а також виходить у радіоефір. “Крим.Реалії” також є у форматі подкасту – це підсумкова передача “Радіо Крим.Реалії”, де розповідають про головні події в Криму, важливі заяви, думки кримчан.

На подкастових платформах є сторінка “Радіо Свобода”, де публікують усі нові епізоди цих показів, а також створена окремо сторінка кожного подкасту. Також на сторінці “Радіо Свободи” на подкастових платформах, окрім цих подкастів, публікують і уривки програм.

У 2021 році були опубліковані два подкасти від “Радіо Свободи”:

– “Свобода за тиждень із Людмилою Ваннек” – тижневий подкаст, збірка найцікавіших матеріалів від редакції за тиждень;

– “Вдома не всі” про дороги українських заробітчан.

“**NV**”. На сайті “НВ” (стара назва “Новое время”, яку змінено у 2022 році на нову “NV”) є рубрика “Подкасти” (<https://podcasts.nv.ua/>), і там є аудіоматеріали, які продукує “Радіо НВ”, а також можна прослухати аудіопродукти від різних українських ЗМІ. Наприклад, подкасти від “Української правди”, “Суспільного”, “Детектор медіа” та інших.

Зі всіх проаналізованих ЗМІ саме “Радіо НВ” має найбільше подкастів. Варто зазначити, що переважно це радіопередачі, які вже вийшли в ефір на “Радіо НВ” і повторно опубліковані програми на подкастових платформах. З огляду на те, що це мас-медіа має найбільшу кількість аудіоматеріалів, то лише коротко оглянемо ті, які опубліковані у 2022 році.

На сайті НВ є представлений подкаст під назвою “Війна в Україні” (3779 епізодів). Це є найбільший подкаст “Радіо НВ” у 2022 році. Мета його – розповісти лише перевірену інформацію про війну в Україні. “Багаті та щасливі” (75 епізодів), де ведучі розповідають про економіку доступною мовою; “Без кісток” (126 епізодів) де Богдан Амосов робить сатиричні підсумки політичного тижня; “Говорить Жадан” (77 епізодів) – письменник зустрічається з відомими українцями і розмовляє із ними на різні теми; “Дикий Захід” (75 епізодів) – у цьому медіапродукті ведучі приділяють увагу такій країні, як США, та її впливу на сучасний світ; “Дикі мандри” (99 епізодів) – подкаст про те, як правильно знайомитися з чужою культурою та цікава інформація про різні куточки світу; “Доктор

Булавінова про ковід” (104 епізоди), де Медичний експерт ЮНІСЕФ Катерина Булавінова розмовляє з провідними українськими та міжнародними експертами в різних сферах про COVID, вакцинацію та багато іншого; “Жаба і гадюка з Романом Кравцем” (19 епізодів), де оглянуто українську політику очима журналіста; “Жити під час війни” (18 епізодів) у подкасті показано історії українців, які не зламалися і роблять свій внесок у перемогу; “Журнал НВ” (57 епізод) – у цьому подкасті журналіст начитує цікаві статті з журналу; “Запитання тут ставимо ми” (75 епізодів), де журналістка Власта Лазур задає питання першим обличчям країни; “Інтим пропонувати” (73 епізоди) – подкаст, де ведучі розбирають проблеми, які можуть виникнути у відносинах двох людей, та відповідають на запитання слухачів; “Історії української музики” (72 епізоди) – подкаст, де музиканти розповідають як створили свої хіти; “Маніпулятори” (25 епізодів) – Дмитро Тузов розповідає як людьми маніпулюють політики; “Мати драконів” (73 епізоди) – подкаст про те, як виховувати дітей і не втрачати розум; “Мозок тобі навіщо” (30 епізодів) – у подкасті нейродослідниця Наталія Кадя досліджує, як працює людський мозок, і радить, як використовувати його ефективніше; “На перспективу” (188 епізодів) – подкаст для жінок, де піднімаються питання про кар’єрний ріст, красу, гендерну рівність тощо; “Новий вечір” (272 епізоди) – у подкасті підводять підсумки дня; “Новий день” (174 епізоди) – ведучі Інна Марецька та Алла Кошляк разом із слухачами знаходять відповіді на найпарадоксальніші питання тижня; “Особисті фінанси з Іваном Компаном” (71 епізод), де ведучий розповідає, що відбувається у світі фінансових інвестицій, і куди краще інвестувати свої заощадження; “Новий ранок” (238 епізоди) – подкаст про найважливіші події; “Погляди НВ” (723 епізоди) – це погляд на одну з найгарячіших тем дня від постійних авторів НВ; “Подвійні стандарти” (388 епізодів) – у подкасті ведучі Павло Казарін та Юрій Мацарський пояснювали, як правильно розуміти те, що висвітлюється у новинах; “Посеред тижня з Сергієм Притулою” (71 епізод), де шоумен обговорював зі слухачами “Радіо НВ” найгостріші теми тижня; “Рахуємо чужі гроші” (78 епізодів) – цікавий аналіз бізнес-новин; “Рівно цінні у бізнесі” (10 епізодів) у подкасті піднімають питання гендерної рівності, політики, протидії домашньому насильству – як роботодавці впроваджують ці аспекти в межах корпоративної соціальної відповідальності бізнесу зараз, під час війни (Подкаст створено у межах проєктів UNFPA, Фонду ООН у галузі народонаселення, “Трамплін до рівності” та “ЄС за гендерну рівність: разом проти гендерних стереотипів та гендерно-зумовленого насильства” за фінансової підтримки Європейського Союзу та Швеції у співпраці із ООН Жінки та офісом віце-прем’єр-міністерки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України); “Рішучі” (12 епізодів) у подкасті обговорюються виклики, які постали перед бізнесом у час війни; “Світ Огляд з Іваном Яковиною” (183 епізоди) – огляд міжнародних новин; “Це вже було” (53 епізоди) у подкасті Віталій Ляська розглядає, як перетинаються минуле та сьогодення в історії; “Це розкіш” (70 епізодів) – подкаст про індустрію розкоші; “Час діяти” (35 епізодів) – подкаст про людей, які займають проактивну позицію, створюють організації, щоб допомагати людям та країні; “Що відбувається” (505 епізодів) – лаконічно та інформативно про основні теми дня; “Що вкрали цього тижня” (31 епізод) – тижневий огляд корупційних історій сучасної України.

У 2021 році вийшли такі подкасти: “21-й”, “30 найкращих українських оповідань”, “Антибіотики за правилами”, “Відверто про онко”, “Вони написали історію”, “Гарний зір від Айлайзу”, “Двоє у Каннах”, “Дебати з Дмитром Тузовим”, “Дороги гурманів”, “Зрозуміти Китай”, “ЗручноМіськБуд”, “Картата Потата”, “Колесо історій”, “Комфорт починається з безпеки”, “Легше дихати”, “Моя зона комфорту”, “Невідома історія”, “Обличчя змін”, “Саме там”, “Україна фантастична”, “Хто це?”, “Як зберегти здоров’я очей”.

На подкастових платформах, таких як Google Podcasts, Souncloud та Apple Podcasts, не усі можна знайти перелічені подкасти від “Радіо НВ”. Є кілька на одній платформі, кілька на іншій. На цих трьох платформах є офіційна сторінка “Радіо НВ” і там опубліковані епізоди подкасту “Війна в Україні”.

Проаналізовані мас-медіа продукують багато різних подкастів, їх жанр і тематика різна. Наступні дослідження ЗМІ менше уваги приділяють цьому аудіоформату.

“Ліга.нет” (Liga.net) також продукує аудіо продукти, їх можна слухати на таких платформах: Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts. У 2022 році опубліковані такі подкасти: “Воєні рейки” (7 епізодів) – про вплив війни на економіку України, де ведучий Сашко Надельнюк протягом 8–12 хвилин легко та доступно розкажує про економіку України; “Я розберусь!” (1 епізод) – подкаст про суспільно-важливі теми, а саме про відкриття земельного ринку. У 2021 році були подкасти “Перші люди” (4 епізоди) про українців, які відомі та успішні не лише в Україні, а й у світі. У цьому ж році ще був подкаст під назвою “Наукою по ковіду” (33 епізоди), де Андрій Сем’янків щотижня готував огляд наукових досліджень про коронавірус, а редактор LIGA.Life Ірина Андрейців спілкувалася медиками про важливі теми щодо ковіду.

“Укрінформ” має подкаст “Музичні історії”, який виходив у 2021–2022 роках та складається з 12 епізодів. Ведучі Олександр Харченко та Володимир Радченко складають добірки тематичних пісень під різними рубриками: “Мелодії воєнного часу”, “Музика вихідного дня”. Подкаст має формат музичної програми. Серед аудіоматеріалів “Укрінформу” у 2021 році було два епізоди у жанрі інтерв’ю про балет і кіно, а також одна авторська начитка уривку книги Анни Біленької “Летіла в небі біла птаха”. Подкасти від “Укрінформу” можна слухати на таких платформах: Google Podcasts, Souncloud, Apple Podcasts.

“Бабель” у 2022 році запустив подкаст “Усе так райдужно” (6 епізодів). Він про ЛГБТ-спільноту під час війни. У шести аудіоматеріалах випускова редакторка Юліана Скібіцька та журналістка Оксана Расулова розмовляли з квір-людьми, де піднімали теми про права людей, війну тощо. У 2022 році з’явився ще один подкаст під назвою “Напалм” (11 епізодів), у якому звичайні українці розповідають як переживають війну. Лише ці два подкасти є на сайті “Бабель”, на подкастових платформах нам не вдалося знайти інші подкасти від цього ЗМІ. Подкасти можна слухати на Spotify, Castbox та Google Podcasts.

Висновки. Отож, за останні два роки якісні та популярні українські ЗМІ почали активно продукувати подкасти. Тематика та жанри є різними, але основний акцент роблять на теми, які цікавлять аудиторію (економіка, війна, новини). Найпопулярнішим жанром є інтерв’ю серед подкастів. Мас-медіа, які у своєму складі мають радіо, публікують уривки чи/та цілі радіопрограми. Слухачі переважно надають перевагу одній платформі для прослуховування аудіоматеріалів, тому перед мас-медіа постає завдання опублікувати аудіопродукцію саме на тих платформах, які обирає їх аудиторія. Тому подкасти від ЗМІ можна знайти на багатьох популярних подкастових платформах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Arrese, A., Kaufmann, J. (2016). Legacy and native news brands online: Do they show different news consumption patterns? // *International Journal on Media Management*. No. 18(2). P. 75–97. DOI: 10.1080/14241277.2016.1200581.
2. José Luis Rojas-Torrijos, Francisco Javier Caro-González and José Antonio González-Alba. (2020). The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America // *Media and Communication*. Volume 8. Issue 2. P. 159–170. DOI: 10.17645/mac.v8i2.2699.
3. Newman, N. (2018). The future of voice and the implications for news. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/future-voice-and-implications-news>.
4. Newman, N. (2019). Podcasts: Who, what, why, and where. In N. Newman, R. Fletcher, A. Kalogeropoulos, D. A. Levy, R., Kleis-Nielsen (Eds.). *Digital news report 2019*. Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism. P. 60–64.
5. Pérez, M. P. M.-C., Lus, E. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital [Daily news podcasts success and their impact on digital media] // *Miguel Hernández Communication Journal*. No. 10(2). P. 323–340. URL : <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/314>. DOI: 10.21134/mhcj.v10i0.314.
6. Афанасьев Д. Кто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіо-проектів / Дмитро Афанасьєв. URL : <https://suspilne.media/287105-miznarodnij-den-podkastiv-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkastiv/>.

7. Гаврилюк І. (2002). Подкасти в системі українських інтернет-медіа / Інна Гаврилюк // *Образ*. № 1(38). С. 72–79. DOI: 10.21272/Obraz.2022.1(38)-72-79.
8. Данилюк С. С. Особливості використання інтернет-технології “Подкаст” у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів / С. Данилюк. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vchdpu/ped/2012_101/Danyl.pdf.
9. Дев’ять онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ. Режим доступу : <https://imi.org.ua/news/9-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i47972>.
10. Дмитровський О. (2015). Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо / О. Дмитровський // *Теле- та радіожурналістика*. Випуск 14. С. 149–154.
11. Лизанчук В. (2006). Основи радіожурналістики / В. Лизанчук. Київ : Знання, 2006. 628 с.
12. Мамонова Г. Подкасти. Новий продукт Суспільного / Г. Мамонова. URL : <https://suspilne.media/125874-podkasti-novij-produkt-suspilnogo/>.
13. Миняйло Н. Это модное слово подкаст. Сколько зарабатывают украинские подкастеры / Н. Михайло. URL : <https://tech.liga.net/technology/article/eto-modnoe-slovo-podkast-skolko-zarabatyvayut-ukrainskie-podkastery>.
14. Подкаст – що це таке, види та формати подкастів. Хто такий Подкастер. URL : https://termin.in.ua/podkastpodkaster/?fbclid=IwAR35sTbMmEHb4zLv7tTnrXukw9zbppQ_cC29DjolRGJXRrfBT4cOjbuo0hg.
15. Страшко І. В. (2017). Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії / В. Страшк // *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. Вип. 71. С. 83–89. DOI: 10.30839/2072-7941.2017.124890.
16. Хівренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? URL : <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/index.amp>.
17. Шелестова О. В., Канаева Е. А. Потенциал подкаста как средства обучения иностранному языку / О. В. Шелестова, Е. А. Канаева // *Minbar. Islamic Studies*. 2014. № 7(2). С. 194–201. URL : <https://www.minbar.su/jour/article/view/340/341>.
18. Шехавцова С. О., Протопопова К. О. (2019). Англомовний подкастинг як найсучасніша інтерактивно-комунікативна технологія / С. О. Шехавцова, К. О. Протопопова // *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 7 (330). URL : <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/handle/123456789/4781> DOI: 10.12958/2227-2844-2019-7(330)-170-181.
19. Що таке подкасти? URL : <https://izone.media/what-is-a-podcast/?fbclid=IwAR1flbhPN37sc9qIrXVMNKiR17RgONTH5wt6TM1huMs3WFUEnQa57Pj7FY>.

REFERENCES

1. Arrese, A., Kaufmann, J. (2016). Legacy and native news brands online: Do they show different news consumption patterns? *International Journal on Media Management*, No. 18(2), P. 75–97. DOI: 10.1080/14241277.2016.1200581.
2. José Luis Rojas-Torrijos, Francisco Javier Caro-González and José Antonio González-Alba (2020). The Emergence of Native Podcasts in Journalism: Editorial Strategies and Business Opportunities in Latin America. *Media and Communication*, Volume 8, Issue 2, P. 159–170. DOI: 10.17645/mac.v8i2.2699.
3. Newman, N. (2018). *The future of voice and the implications for news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. URL : <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/future-voice-and-implications-news>.
4. Newman, N. (2019). *Podcasts: Who, what, why, and where*. In N. Newman, R. Fletcher, A. Kaloogeropoulos, D. A. Levy, R. Kleis-Nielsen (Eds.), *Digital news report 2019* (pp. 60–64). Oxford : Reuters Institute for the Study of Journalism.
5. Pérez, M. P. M.-C., Lus, E. (2019). El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital [Daily news podcasts success and their impact on digital media]. *Miguel Hernández Communication Journal*, No. 10(2), P. 323–340. URL : <https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/314>. DOI: 10.21134/mhcj.v10i0.314.
6. Dmytro Afanasiev. (2022). Who creates podcasts and why: authors of popular Ukrainian audio projects tell. URL : <https://suspilne.media/287105-miznarodnij-den-podkativ-hto-i-naviso-ih-stvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkativ/>.
7. Gavrilyuk Inna. (2022). Podcasts in the system of Ukrainian Internet media. *Obraz*, No. 1(38), P. 72–79. DOI: 10.21272/Obraz.2022.1(38)-72-79.
8. Danylyuk S. S. (2012). Peculiarities of using the Internet technology “Podcast” in the process of forming the professional competence of future philologists. URL : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vchdpu/ped/2012_101/Danyl.pdf.

9. Nine online media that have become the highest quality: IMI monitoring. (2022). URL : <https://imi.org.ua/news/9-onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoryng-imi-i47972>.
10. Dmytrovskyi O. (2015). Typology of Ukrainian podcasts - the most important segment of Internet radio. *Television and radio journalism*, Vol. 14, P. 149–154.
11. Lyzanchuk V. (2006). Basics of radio journalism. Kyiv : Znania. 628 p.
12. Mamonova Hanna. (2021). Podcasts. A new product of the Suspilne. URL : <https://suspilne.media/125874-podkasti-novij-produkt-suspilnogo/>.
13. Minyailo Natalia. (2020). It's a buzzword podcast. How much do Ukrainian podcasters earn. URL : <https://tech.liga.net/technology/article/eto-modnoe-slovo-podkast-skolko-zarabatyvayut-ukrainskie-podkastery>.
14. Podcast – what is it, types and formats of podcasts. Who is the Podcaster? URL : https://termin.in.ua/podkast-podkaster/?fbclid=IwAR35sTbMmEHb4zLv7tTnrXukw9zbppQ_cC29Dj0lRGJXRfBT4cOjbuo0hg.
15. Strashko I. V. (2017). Podcast: A Look Through the Lens of Social Philosophy. *Humanitarian Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy*, Vol. 71, P. 83–89. DOI: 10.30839/2072-7941.2017.124890.
16. Khivrenko Anna. (2020). What are podcasts and how to listen to them? URL : <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/index.amp>.
17. Shelestova O. V., Kanaeva E. A. (2014). The potential of a podcast as a means of teaching a foreign language. *Minbar. Islamic Studies*, No. 7(2), P. 194–201. URL : <https://www.minbar.su/jour/article/view/340/341>.
18. Shekhavtsova S. O., Protopopova K. O. (2019). English-language podcasting as the most up-to-date interactive and communicative technology. *Bulletin of Taras Shevchenko LNU*, No. 7 (330). URL : <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/handle/123456789/4781>. DOI: 10.12958/2227-2844-2019-7(330)-170-181.
19. What are podcasts? URL : <https://izone.media/what-is-a-podcast/?fbclid=IwAR1lfbhPN37sc9qIrXVMNKiR17RgONTH5wt6TM1huMs3WFUEnQa57Pj7FY>.

Iryna Mudra, Justyna Majchrowska

TYPES AND GENRES OF AUDIO PODCASTS FROM MASS MEDIA

The media market is developing rapidly. Mass media on the Internet are convergent, creating and publishing photo, audio and video content along with text. Therefore, it is not surprising when, for example, newspapers/magazines create video materials, and TV channels create audio productions.

The development of the worldwide Internet network has led to the fact that the mass media are constantly searching for promising platforms for the distribution of their media products and attracting new audiences. Podcasts have become increasingly popular in recent years. And it is surprising. After all, there is a trend that people want to devote less time to long texts and video materials, but at the same time they want to receive more different information, so short journalistic media products are gaining popularity. The audience on the Internet reduces their time to watch videos and read texts. But along with that, the attention and popularity of audio podcasts on media resources and on audio and video platforms is growing every year.

Audio podcasts are a convenient format of audio materials for receiving relevant and interesting information while walking, doing household chores, being in transport, in the gym, etc. They are of various types and genres, on various topics and are free for the audience. Audio podcasts are recorded not only by journalists, but also by bloggers and other members of the Internet.

In the study, the features of audio podcasts were considered, their history was shown, genres and types were characterized. Audio podcasts from high-quality mass media (“Suspilne”, “Hromadske”, “Liga”, “Ukrainian Pravda”, “Ukrinform”, “Radio Svoboda”, “NV” and “Babel”) on podcast platforms were analyzed in detail. It was found that online media are increasingly producing audio materials for podcast platforms. Audio podcasts are recorded on various topics and in a variety of genres, but interviews dominate.

Key words: audio podcasts, mass media, radio, journalists, podcasts.