

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут соціально-гуманітарного менеджменту
Кафедра журналістики та PR-менеджменту

Кваліфікаційна робота у форматі медіапроєкту
на здобуття освітнього ступеня магістра
на тему: **«Подкаст «Так, це моя молодість» в умовах повномасштабної
війни: особливості створення та реалізації»**

Виконав студент 2 курсу, групи МЖурн - 21
спеціальності 061 «Журналістика»

Сімонов Богдан Миколайович

Керівниця – кандидатка наук з державного
управління

Шершньова Олена Володимирівна

Рецензентка – кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови і літератури

Мініч Лариса Степанівна

Острог, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ, ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОДІБНИХ ПОДКАСТІВ.....	9
1.1. Проблематики подкасту в джерелах та літературі.....	9
1.2. Аналіз подібних проєктів у медіапросторі.....	15
Висновки до Розділу І.....	28
РОЗДІЛ ІІ. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ.....	29
2.1. Процес розробки подкасту.....	29
2.2. Розподіл ролей в команді.....	31
2.3. Часові рамки розробки нашого проєкту.....	33
2.4. Управління ресурсами та матеріальне забезпечення.....	36
2.5. Ризики та проблеми при розробці проєкту.....	38
2.6. Моніторинг виконання проєкту.....	42
2.7. Критерії оцінки якості проєкту.....	44
Висновки до Розділу ІІ.....	47
РОЗДІЛ ІІІ. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ.....	48
3.1. Особливості продакшну та просування подкасту на практиці.....	48
3.2. Рекомендації стосовно покращення та майбутнього подкасту.....	61
3.3. Специфіка роботи з героями та героїнями подкастів. Рекомендації по роботі з гостями.....	64
Висновки до Розділу ІІІ.....	68
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	73
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Актуальність теми медіапроєкту: Люди слухають подкасти усюди: на кухні, у метро, у маршрутці чи навіть під час сексу. У сучасному світі подкасти стали важливим медіаформатом, який дозволяє не лише передавати інформацію, а й формувати суспільний дискурс на різні теми. Зокрема в умовах повномасштабної війни, що змінила всі сфери життя українців, цей формат набув особливої актуальності. Подкасти стали не лише фоновим контентом, джерелом інформації та розваг, а й інструментом для рефлексії, підтримки та комунікації з аудиторією, яка прагне знайти відповіді на складні питання сьогодення й майбутнього.

Ця кваліфікаційна робота досліджує специфіку створення аудіопродукту, що осмислює місце молоді в складних обставинах українського воєнного часу. В умовах війни юнаки та юначки стикаються з численними викликами: дорослішанням, новою формою навчання, збереженням ідентичності, соціальною адаптацією, пошуком форм самовираження. У подкасті через персональні історії, глибокі роздуми та неформальні розмови пропонується унікальний погляд на реалії життя молодого покоління та нашого буття в цілому.

Подкастинг у сучасних умовах повномасштабної війни виступає важливим інструментом інформаційного впливу, гуманітарної підтримки та соціальної комунікації. Подкастинг в Україні розвивається шаленими темпами, тому важливо описувати методи роботи з таким форматом, зокрема жанр інтерв'ю в рамках аудіоматеріалів.

Повномасштабна війна в Україні завдала величезних руйнувань і втрат, як матеріальних, так і людських. Серед військових, волонтерів, внутрішньо переміщених осіб, емігрантів, постраждалих в цілому є молоді люди, досвід яких абсолютно унікальний відносно їхніх однолітків в інших частинах світу та їхнього старшого покоління. Їхні історії повинні бути почуті. Молодь не лише адаптується до складних умов, але й стає активними свідками перемог та

поразок України, злочинів Р*сії, політичних змін, а також учасниками бойових дій, логістичної підтримки війська, інших внутрішньо-українських перипетій та зовнішніх подій.

У своїй роботі також порівнюємо вже наявні матеріали колег, створюючи своєрідну «бібліотеку» аудіопроектів про сучасну російсько-українську війну. Це дозволить аналізувати різні підходи до роботи з форматом подкастів, їхніми темами та особливостями висвітлення воєнних тем, зокрема через жанр інтерв'ю. Таким чином, ця робота стає цінним ресурсом для тих, хто прагне розвивати цей формат далі.

Проблема, яка вирішується в медіапроекті: Проблематика, яку вирішує подкаст «Так, це моя молодість», полягає у висвітленні життєвих викликів та змін, з якими стикається українська молодь в умовах повномасштабної війни. Подкаст слугує платформою для обговорення важливих тем через персональні історії, глибокі рефлексії та неформальні розмови. Він надає можливість почути голоси молодих людей, які є активними учасниками та свідками подій, водночас допомагаючи аудиторії переосмислити власні виклики та знайти підтримку у спільних переживаннях. Це робить подкаст цінним інструментом для формування солідарності, емпатії та надії у складний час.

Нинішньою проблемою досліджень подкастів про російсько-українську війну є відсутність системного аналізу та чітких методологічних рекомендацій щодо їх створення, зокрема в умовах воєнного стану. Необхідно зрозуміти, як цей формат уже ефективно комунікує з аудиторією, висвітлює події в різних сферах, досвід людей різних професій.

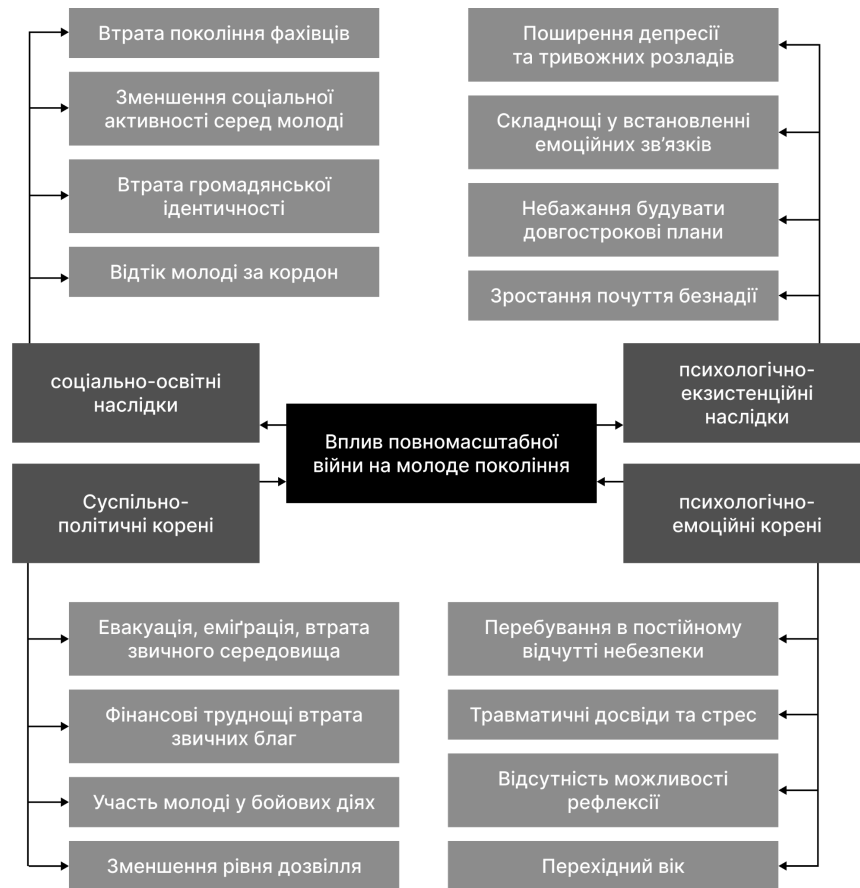


Схема 0.1. Дерево проблем

Інтерес до аудіоконтенту серед дослідників є і чималенький. Дослідження історії та розвитку подкастингу в Україні досліджують наступні роботи: «Подкаст як нова форма журналістики в Україні» Федорняк О. А. [27], «Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо» Дмитровський О. [6] та стаття цього ж автора: «Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо» [5]. Ці дослідження дають загальне уявлення про історію та розвиток подкастингу в Україні, його особливості як медійного формату.

Авдиторію та вплив подкастингу, причини популярності досліджують такі тексти: «Аналіз тенденцій розвитку подкастингу за кордоном та в Україні» Рибак С. С. [21], «Ринок подкастів в Україні: основні тенденції» Любченко Ю. [12] чи «Подкаст як формат, що стрімко набирає популярності в Україні» Мороз А. О. [15].

Маємо кілька кваліфікаційних робіт на тему подкастів, наприклад: «Подкастинг в системі сучасного радіомовлення України» (2021) [18] та «Подкасти, як інструмент для формування спільнот навколо медіа» (2023) [10].

Подкастинг під час повномасштабного вторгнення вже досліджено в багатьох роботах, зокрема: «Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів» Звягінцева А. А. (2023) [9], «Культурно-історична проблематика в українському подкастингу під час війни» Бабич Є. В. (2023) [2], «Український подкастинг в умовах війни» Шишков Д. Ф. (2022) [31].

Таким чином можна зробити висновок, що наукові дослідження на тему подкастингу в Україні охоплюють широкий спектр аспектів цієї теми. Вони дозволяють легко зануритись в тему і працювати над цим проєктом з певною базою знань, на які можна орієнтуватися.

Мета медіапроєкту: аналіз особливостей створення подкасту, як інструменту комунікації та соціального впливу, що відображає переживання, спогади, проблеми та цінності молоді в умовах війни. У рамках дослідження будуть розглянуті ключові етапи роботи над подкастом, специфіка контенту, особливості взаємодії з аудиторією та його реалізація в медійному просторі. Ця робота дозволить глибше зрозуміти, як медіа можуть бути інструментом не лише для інформування, але й для підтримки та єднання спільноти.

Для реалізації мети було поставлено такі **завдання**:

- Охарактеризувати сучасне становище подкастингу в Україні.
- Зібрати «бібліотеку» аудіопроектів про сучасну російсько-українську війну та порівняти їх між собою.
- Розглянути основні аспекти роботи з аудіоформатом.
- Створити медіапроект про життя та емоції молоді під час повномасштабної війни Росії проти України.
- Проаналізувати роботу з подкастом «Так, це моя молодість».

Об'єкт дослідження: подкастинг в умовах повномасштабної війни.

Предмет дослідження: аудіопроект «Так, це моя молодість», його особливості створення та реалізації.

Методологічна база дослідження: При створенні роботи було використано такі **методи дослідження**, як аналіз джерел (вивчення та аналіз текстів інших людей про подкастинг), порівняльний аналіз (порівняння подкастів про сучасну російсько-українську війну), гонзо-дослідження (створення власного подкасту в темі сучасної російсько-української війни), класифікація (розподіл різної інформації на певні групи).

1) Першочерговим етапом роботи стане **аналіз джерел**, зокрема наукових статей, матеріалів у медіа, а також інших доступних джерел інформації, щоб ознайомитися з наявними дослідженнями в галузі подкастингу. Цей метод дозволить опрацювати актуальні теоретичні та практичні аспекти створення подкастів і зрозуміти, як цей медіавимір використовується в різних контекстах, зокрема під час криз чи воєнного стану. Крім того, аналіз джерел забезпечить фундамент для розробки власних рекомендацій, заснованих на наявних практиках.

2) Одним із ключових методів стане **порівняльний аналіз** різних подкастів, створених після початку повномасштабного вторгнення в Україну і навіть до нього. Цей метод дозволить виявити спільні риси та відмінності між проектами, зокрема за тематикою, стилістикою, форматом подачі та сталістю.

3) Особливістю мого дослідження є використання методу **гонзо-спостереження** – занурення в процес створення власного подкасту «Так, це моя молодість». Цей підхід дозволить спостерігати за усіма етапами виробництва та глибше зрозуміти практичні аспекти реалізації проекту: від ідеї до фінального продукту.

4) **Класифікація** у цій роботі дозволяє сегментувати аудиторію подкасту, розподілити вивчені подкасти про сучасну російсько-українську війну на категорії.

Наукова та практична значущість роботи: Результати цього дослідження матимуть значення для різних аудиторій:

1) **Для творців подкастів** робота стане своєрідним посібником, що допоможе їм краще зрозуміти, як працювати з аудіоінтер'ю на складні теми, зокрема у темі російсько-української сучасної війни.

2) **Для споживачів подкастів** це дослідження і проєкт допоможе знайти новий контент про цю війну, краще зрозуміти його. Окрім цього самі створюємо контент, що дозволяє слухачам ознайомитися з досвідом молодих людей, які переживають війну в Україні.

3) **Для науковців робота** стане основою для подальших досліджень у галузі подкастингу, в контексті сучасної російсько-української війни. У сучасній науці недостатньо досліджень, що торкаються ролі аудіоформатів у висвітленні гуманітарних та соціальних аспектів воєнного часу.

Структура роботи: кваліфікаційний проєкт складається зі вступу трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків. У першому розділі розглядаються теоретичні засади та поняття в медіапроєкті. У другому розділі проаналізовано теоретико-практичні аспекти розробки медіапроєкту. У третьому розділі розглянуто особливості реалізації медіапроєкту.

Апробація: Результати кваліфікаційного проєкту апробовані під час ХХІХ наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» Національного університету «Острозька академія» (Острог, 15 травня 2024) з виступом на тему «Порівняльний аналіз подкастів на тему історій цивільних у часи війни» [7] та у збірнику «Студентські наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Соціогуманітарні науки» зі статтею на тему «Подкасти про сучасну російсько-українську війну: теми, форма, сталість та вивчення».

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ, ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОДІБНИХ ПОДКАСТІВ

1.1. Проблематики подкасту в джерелах та літературі

Термін «подкастинг» увійшов у вжиток завдяки британському журналісту Бену Гемерслі, який вперше використав його у своїй статті 12 лютого 2004 року, опублікованій у виданні The Guardian. У цій статті він розмірковував про появу нового феномену – «онлайн-радіо», яке на той час почало набувати популярності. Сам термін є поєднанням слів «iPod» (портативного музичного плеєра компанії Apple) та «broadcasting» (трансляція). Він вдало відображає суть нового формату: аудіоконтент, який можна завантажити та слухати у зручний час [8].

Історія подкастингу почалася на початку 2000-х років, коли програміст Дейв Вінер та технологічний ентузіаст Адам Каррі створили технологію поширення аудіозаписів за допомогою RSS (Really Simple Syndication). Це нововведення дозволило автоматично завантажувати аудіофайли з Інтернету, що значно спростило доступ до контенту для користувачів. Завдяки їхньому внеску, подкастинг швидко перетворився на зручний та доступний інструмент для створення й розповсюдження аудіоматеріалів [8].

Можемо поспостерігати різні варіації визначень і формулювань про подкасти. Так український дослідник Олександр Дмитровський, на якого посилаються багато публікацій про подкастинг, вказує, що аудіоподкаст – це *«аудіофайл, який являє собою запис за допомогою звичайного мікрофона ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, які несуть у собі явний інтерес і користь для цільової аудиторії»* [6]. Вікіпедія пропонує визначення: *«Подкаст – цифровий медіафайл або низка таких файлів, які розповсюджуються інтернетом для відтворення на портативних медіапрогравачах чи персональних комп'ютерах»* [24]. Галина Михайлівна Царик у статті «Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу» зазначає: *«Подкаст – це сукупність знаків, знакодія (семіозис), який*

характеризується кодовим, інформаційним та культурним вимірами» [29]. Дарина Тестова та Юлія Мельнікова у статті «Типологія подкастів в сучасному медіапросторі» визначають подкаст як: «Подкаст – це цифровий медіафайл, зазвичай аудіо, який поширюється через Інтернет для відтворення на різних пристроях. Цей формат поєднує елементи блогінгу та радіомовлення, дозволяючи створювати тематичні аудіопрограми з одним або кількома ведучими» [24]. Інна Гаврилюк у статті «Подкасти в системі українських інтернет-медіа» зазначає: «Подкаст – (англ. iPod+broadcasting) спосіб публікації медіа-потоків, зазвичай у форматі MP3. Технологічно ґрунтується на базі формату RSS/Atom. Технологія подкастингу дозволяє будь-кому записувати свої власні аудіо (відео) передачі і публікувати їх у Всесвітній Мережі» [38].

У роботі Галини Царик знаходимо жанрові особливості подкасту:

«–не прив'язаний до години випуску, не всі теле– та радіопрограми виходять у найкращий час (prime time), а підписник може слухати аудіоподкасти та переглядати відеоподкасти у зручний час, а не тоді, коли пропонує телебачення та радіомовлення;

–не вимагає спеціальної освіти, лише компетенцій, власної філософії, які приваблюють потенційну аудиторію;

–емпатійний: атмосфера викликає «нелінгвістичний шлейф» (співпереживання, аналогії, розуміння, перевтілення, когніцію);

–різноплановий за впливом на аудиторію (лавина подкастів стала нішевою, інші обвалилися і тануть);

–дифузійний процес, інновація з плином часу поширюється серед членів соціуму;

–сегментований аудиторією» [29].

Дослідники ж Мартін Спінеллі та Ленс Денн виділяють інші особливості цього жанру:

- 1. Прослуховування подкастів у навушниках створює більш особистий і глибокий зв'язок, ніж радіо чи колонки, що змінює характер взаємодії.*
- 2. Подкасти супроводжують слухачів у дорозі, міських просторах і громадських місцях, що робить їх універсальними.*
- 3. Слухачі можуть легко перемотувати чи повторювати епізоди, що відкриває нові можливості для сприйняття контенту.*
- 4. Подкасти вимагають активного вибору та передбачають взаємодію push-pull: пошук і отримання нового матеріалу через підписку.*
- 5. Подкасти підходять для нішевих аудиторій у всьому світі, з меншою прив'язкою до географії.*
- 6. Подкасти активно взаємодіють із соціальними мережами, використовуючи ті самі пристрої для прослуховування та створення.*
- 7. Творці мають свободу у виробництві без контролю редакторів, але з мінімальною підтримкою.*
- 8. Подкасти залишаються доступними назавжди, але їм складніше досягати актуальності, ніж іншим медіа.*
- 9. Зміст епізодів можна оновлювати, виправляти чи змінювати, зокрема рекламу, навіть після публікації.*
- 10. Подкасти не мають обмежень у тривалості чи розкладі, що дозволяє творцям встановлювати власні рамки.*

За даними сервісу [listenotes.com](https://listennotes.com) за 2024 рік в Україні вийшло 449 подкастів. У 2023 – 620, а в 2022 – 644.

Бачимо, що пік популярності припав саме на 2022-й рік, час, коли ковідна атмосфера ще не завершилась, а повномасштабне вторгнення розпочиналось. Нині кількість нових подкастів зменшується, проте активних подкастів нині 541 – це ті, чії останні епізоди вийшли у проміжку між 1 жовтня та 25 листопада. Тенденція така, що проєкти «влягаються» та «осідають»: подкасти, що

підтримуються аудиторію, знаходять джерела фінансування та не втрачають мотивацію залишаються, а інші просто відпадають.

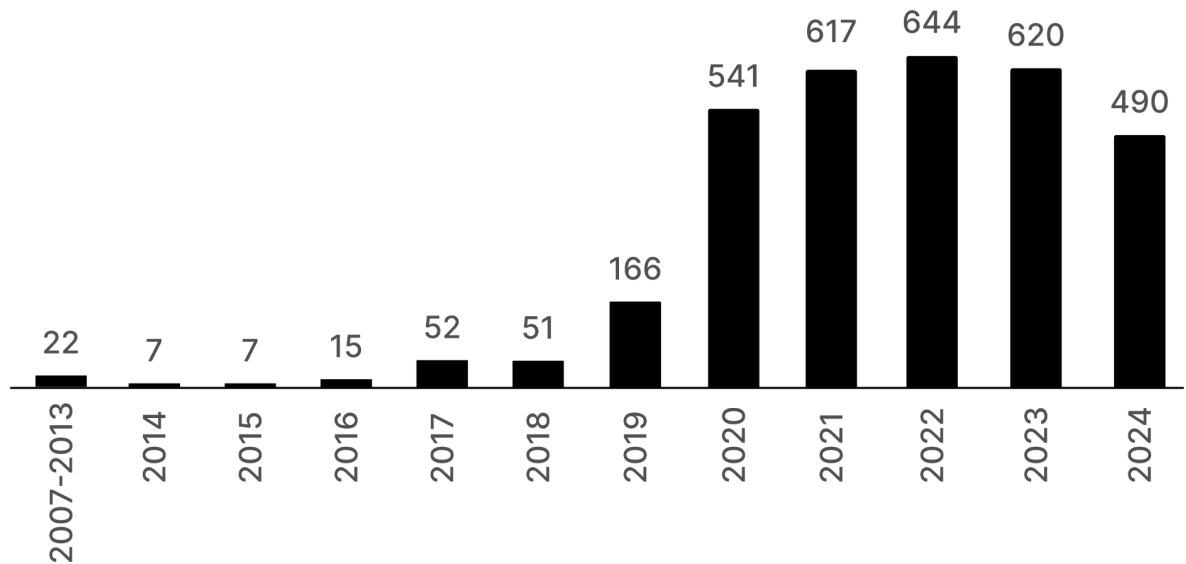


Схема 1.1. Кількість опублікованих подкастів в Україні по роках за даними listennotes.com

Першим українським подкастом Дмитровський вважає передачу від медіахолдингу INTV [5], проте в іншій статті знаходжу інформацію, що ним міг бути проєкт 2016-го продюсерки відкритої студії подкастів «IZONE Media» Іванни Шкромиди «Акустика тіней» [32]. З власних досліджень даних listennotes.com першим подкастом був «DJ SKY Official Podcast», що вийшов 11 лютого 2007 року. На середину 2021-го року доцентка кафедри журналістики Запорізького національного університету Юлія Любченко стверджує, що «сьогодні ринок подкастингу в Україні відсутній» [12]. У колонці директора відкритої студії подкастів «IZONE Media» Олексія Кушніра за квітень 22-го можемо зустріти думку, що нинішня ситуація є набагато кращою, адже і 10-ка чартів Apple Podcasts є суто українською, і загалом увага українців усе більше починає приковуватися до національного подкастингу і це є заслугою всіх контентмейкерів, які створювали «тисячі подкастів» [4] на різні тематики в різних форматах, формували аудиторії, просували свої проєкти,

використовували різні засоби монетизації, створювали можливості реклами та партнерств, проводили спеціалізовані заходи. «Про особливі успіхи українських подкастів можемо говорити на прикладі Суспільного. Менеджер Суспільного Дмитро Афанасьєв, підсумовуючи останні два роки для команди, зазначає, що всі подкасти мовника прослухали понад мільйон разів. Причому 80% прослуховувань за весь час припадає на 2022 рік», – кандидатка філологічних наук Ганна Сергіївна Скуртул у 2023-му [40].

Уже згаданий Дмитровський говорить про те, що подкасти можуть бути корисними для інтернет-видань, сайтів та інтернет-проектів, громадських ініціатив та організацій, організаторів важливих подій, радіостанцій, блогерів та журналістів [6].

І звісно можна цинічно говорити про корисність війни для розвитку подкастів у вищеперечислених стейкхолдерів, але так чи так усі вони виготовляють аудіоконтент присвячений війні.

Звягінцева А. А. у своїй магістерській роботі, яку цитовано на початку, говорить, що «подкасти на тему війни є найпоширенішою проблематикою» [8]. Проте за дослідженням проведеним у липні-серпні 2023-го майданчиком Megogo Audio, лиш 12.3% опитаних контентмейкерів працюють в темі війни [16]. Культура і мистецтво, для порівняння займає 38.4%. У програмі «Медіуми» менеджерка MEGOGO Audio Катерина Котвіцька говорить, що на їх майданчику є 770 подкастів [12], проте можу припустити, що українських подкастів більше (згадуємо про «тисячі подкастів» [4] у колонці Кушніра) і не всі розміщені на їх платформі. Шляхом аналізу різних платформ, пошуку в гуглі та серед статей інших людей знайшлося 86 подкастів, які прямо пов'язані з війною. Якщо врахувати, що всі вони присутні на вище згаданому сервісі, то це 10.5%, що десь перегукується із їх минулорічним дослідженням.

Аналізуючи кваліфікаційні роботи різних студентів та статті деяких науковців, можу сказати, що повного списку таких подкастів не знайшлося. Єлизавета Бабич у своїй бакалаврській дуже опосередковано аналізує культурно-історичну тематику українських подкастів під час війни [2]. Валерія

Лисенко більше говорить про український ринок у широкому розумінні і хоч її тема стосується проблематики прав і свобод в подкаст у час війни, не згадує про приклади таких подкастів в українському сегменті [11]. Віталій Мунтянов у своїй роботі пише більше про платформи та про медіа, які створюють контент, ніж про конкретні проекти [17]. Анатолій Соїн у своїй кваліфікаційній роботі пише про радіопередачі, а не про подкасти [22]. Дмитро Шишков у своїй магістерській шукає контексти війни у подкастах «ХПЗП», «Сноби», «Подкаст терапія» та «Русській фейк, іді на***!»), де лиш останній з них напряду стосується війни [31]. Студент Шевцов у своїй бакалаврській лаконічно каже, що переглянув онлайн-платформи: «UA: Українське радіо», «UA: Радіо Культура», «Радіо NV», «Радіо Свобода», «Громадське радіо» [30].

Згадана Звягінцева єдина серед знайдених студентських робіт згадує, описує та категоризує подкасти про війну. Проекти «Прийом», «War-Life скурBalance», «Давайте після війни» зокрема вона відносить до психологічних, «Rebuilding» до архітектурних, а «Добровольці», «Моя історія війни», «Йде нині війна», «Цей дощ надовго», «Згідно/відповідно», «Голоси Мирних», «Щоденник-подкаст Чеки», «Психологія злочину», «Людина в окупації» відносить до таких, що безпосередньо розповідають про війну, військовий та цивільний досвід переживань людей [9]. Про її класифікацію ми поговоримо ще згодом.

Стосовно нестудентських робіт, то кандидатка наук із соціальних комунікацій Інна Гаврилюк у дослідженні ринку подкастингу в українських медіа у 2022-му серед інших згадує подкасти про війну та цивільних, що постраждали від вторгнення «Сирена», «Точка повернення», «Русській фейк, іді на***!» [38]. Згадана раніше Ганна Скуртул описує у своїй статті «Український подкастинг після повномасштабного вторгнення росії в Україну» перелічує: «серед подкастів, що висвітлюють воєнну дійсність варто згадати «Ще один день», «Відкриті знову» (Urban Space Radio), «Подкаст на відстані. З Мелітополем в серці», «Бо любов. Війна» (Radio SKOVORODA), «Маріуполь: зневоднення» (Громадське радіо), «Людина в окупації» (Радіо Треба), , «Бруд і

кров», «Я тут – за тебе» (студія подкастів IZONE Media), «Щоденник війни» (Дар'я Коломієць), «До Дому» (Бабель)» [40]. У своїй іншій роботі вона детально досліджує наративні подкасти про війну: «Пошрамований», «Моя історія війни» та «Як ми вижили» [41].

Не знайшлося і повноцінних рубрикаторів «Війна» на подкаст-агрегаторах (podcasts.nv.ua, podcaster.in.ua). Подкасти NV активно поширюють свій радіоефір про війну на вкладці «Війна» у них на сайті. Крім нього там є ще дуже багато подкастів, які як присвячені темі, так і ні. Проблема в тому, що дуже багато проєктів додають до свого продукту рубрику «війна» [39], тож їх зараховує до цього списку. А «Подкастер», схоже, перестав діяти десь у 23-му році і показує всього 8 аудіоісторій про війну: «Reporters», «Точка повернення», «Армія FM», «Воєнкор», «Мене це хвилює», «Мілітарний подкаст», «Бруд і кров», «Війна: інформаційний марафон» [23].

Повністю не висвітлюють подкасти про війну жодна з підбірок від Радіо Свобода, Суспільне, Сенсор Медіа, September.ua, The Village, Журнал великого міста, Жар.info. ШоТам [1, 3, 8, 13, 16, 19, 25, 28, 35]. У сумі з 9 підбірок нарахував 42 унікальних подкасти, що стосуються напряму війни. Станом на 24 листопада знайшлося 86 аудіопроектів про війну.

1.2. Аналіз подібних проєктів у медіапросторі

«Людей, які пережили стрес на тлі збройного конфлікту в Україні стає все більше. Кожен із них переживає свою особисту трагедію, що в загальному підсумку ризикує стати глобальним стресовим розладом для всього суспільства. Тож журналісти мають висвітлювати війну саме крізь призму людських історій», – порада виконавчого директора Дартівського центру журналістики і травми при Колумбійському університеті Брюса Шапіро [33].

Варто розтлумачити поняття «подкаст про війну» або «подкаст про сучасну російсько-українську війну» – це аудіопроект, який випущений на одній або більше подкаст-платформах і розповідає напряму про події, історії, тенденції, закономірності війни від 2014-го року, а також описує досвід військових, волонтерів, цивільних, журналістів, бізнесу інших людей, на яких певним чином вплинула війна.

Шляхом пошуку за ключовими словами «війна» та «подкасти» у Google, Google Scholar, а також на платформах NV Подкасти, Youtube Music, Spotify Podcasts, тощо за період 2018-2024 років виявлено 86 подкастів про сучасну російсько-українську війну, зокрема: Армія FM, Армія TV, Без оголошення війни, Бо любов [крапка] війна, Бруд і кров | На межі, Відбій тривоги, Відкриті знову, Війна в Україні, Війна. Інформаційний марафон, Вільні, Воєнкор, Воїни, Волонтерська шахта, Голоси мирних, Давайте після війни, Добровольці, До дому, Жити під час війни, Загальні збори, Згідно/відповідно, Інструкція. Війна, Історії з вікна, Кохані, Культура: війна, Людина в окупації, Людина в пікселі, Маріуполь: зневоднення, Мати рацію, Мілітарний, Моя історія війни, Музиканти і війна, Напалм, На своєму полі, (Не)Безпечна країна, Небо на плечах, Один одному, Переможеньки, Повнолітні, Подкаст на відстані, Подкаст на ротації, Подкаст Ярослава Грицака, ++ Подкаст, Поплава, Пошрамований. Подкаст про місто нескорених, Правда через історії, Прийом, Психологія злочину, Радіостанція Твоє Радіо, Рішучі, Розквітай, Русській фейк: стукіт з дна, Свої розмови, Свої серед своїх, Сирена, Сміх та гріх, Стилет чи стилос, Суспільне розслідування, Так, це моя молодість, Точка повернення, Тут-і-тепер, Фронт креативних індустрій, Цей дощ надовго, Човен, Що там переможеньки? Новини, від яких не хочеться здохнути, Ще один день, Щоденник війни, Щоденник Чеки Цибух, Що це було, Я тебе... війна, Я тут – за тебе, 24.02: реконструкція, Battleground, Explaining Ukraine, Healed Lands, Power Lines: From Ukraine to the World, Privateer Station: War In Ukraine, Putin, take your pills, Rebuilding, Rights Now! Podcast, The Blue Eyed Podcast, This Week in

Ukraine, UA: The day that we survived, Ukrainecast, Ukraine: The Latest, Ukrainians: Identity in Dignity, War-life balance.

Згадана раніше студентка Звягінцева ділила такі подкасти на такі категорії: «Про війну, армію, мобілізацію від військових», «Про війну очима цивільних (Документація злочинів)», «Про відомих людей на війні», «Новини про війну» [9]. З огляду на те, що тематики дуже різні і насправді тем більше, ніж прописала Звягінцева, натомість для контент-аналізу пропоную наступні категорії:

1) «про цивільних» – особисті історії постраждалих від війни, переселенців, бізнеси, цивільних спортсменів, музикантів та інших відомих людей. Це здебільшого інтерв'ю із цими людьми, де вони діляться своїм особистим суб'єктивним досвідом.

2) «про війну» – новини фронту, політичні новини, які стосуються війни, події в ретроспективі, конкретні ситуації, операції, зіткнення у форматі переказу, про процеси довкола війни (відбудова, правові аспекти, філософські дискусії). Варто сказати, що в таких подкастах можуть бути елементи наступних типів.

3) «про військових» – історії про та від військових, де вони описують своє життя на фронті, в полоні, в резерві, на ротації, у цивільному житті, розповідають свої історії війни, діляться переживаннями, візіями, опініями на ті чи ті події. Це здебільшого інтерв'ю або особисті блоги військових.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. час, хв	макс час, хв	перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
Воєнкор	6	12	105	11.02.20	30.03.20	1	про військових	Олександр Махов
Історії з вікна	11	31	43	14.09.21	23.02.23	17	про військових	Urban Space Radio
Стилет чи Стилос	10	25	75	25.07.22	28.12.22	5	про військових	Ukrainer
Я тут - за тебе	5	21	29	15.10.22	21.12.22	2	про військових	IZONE Media
Свої серед своїх	26	35	58	06.03.23	22.12.23	9	про військових	Радіо Свобода
Добровольці	32	17	34	08.04.23	03.09.24	16	про військових	hromadske
Воїни	12	49	115	13.07.23	15.12.23	5	про військових	VETERAN HUB
Подкаст ++	37	28	64	19.10.23	02.08.24	9	про військових	hromadske
Людина в пікселі	7	42	57	28.08.24	23.11.24	2	про військових	Радіо Сковорода
Щоденник Чеки Цибух	7	10	24	07.12.22	28.03.23	3	про військових	Свідомі медіа
Згідно/відповідно	5	19	24	18.02.23	30.09.23	7	про військових	Алла Кошляк
Небо на плечах	2	14	17	06.12.23	19.01.24	1	про військових	The Ukrainians Media

Таблиця 1.1. Подкасти про військових в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

4) «про волонтерів» – історії про волонтерів та від волонтерів, де вони описують свої історії, логістичні та юридичні складнощі транспортування.

5) «змішані інтерв'ю» – подкасти, у яких є випуски, з військовими, волонтерами та цивільними.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. час, хв	макс час, хв	перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
Культура: Війна	77	10	59	22.02.22	12.09.23	18	змішані інтерв'ю	Anaid Agadjanova
Бо любов [крапка] війна	35	15	93	24.02.22	08.11.24	32	змішані інтерв'ю	Радіо Сковорода
Музиканти і війна	13	26	49	08.01.23	04.11.24	21	змішані інтерв'ю	Суспільне Подкасти
Радіостанція Твоє радіо	17	25	63	20.03.22	15.09.23	17	змішані інтерв'ю	Радіостанція Твоє Радіо

Таблиця 1.2. Подкасти зі змішаними інтерв'ю в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

6) «для цивільних» – подкасти, які присвячені допомозі цивільним краще сприймати новий світ та адаптуватися до нього аби краще вистояти. Важливо сказати, що у цій категорії подкасти теж мають напряму стосуватися війни, адже в іншому випадку тут могли би бути усі інші аудіопроекти.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. час, хв	макс час, хв	перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
Давайте після війни	10	28	52	19.04.22	20.07.22	3	для цивільних	Urban Space Radio
Мати раціо	5	13	21	14.05.22	14.05.22	0	для цивільних	Urban Space Radio
War-Life Balance	24	43	77	17.01.23	25.09.24	20	для цивільних	Українська правда

Таблиця 1.3. Подкасти для цивільних в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

7) «радіостанції» – сюди увійшли проекти на подкастингових платформах, куди видання чи радіостанція додає різні формати, що технічно можна було би вважати різними подкастами, проте вони знаходяться в рамках однієї сторінки.

Методом порівняння можемо побачити зміни в популярності тематичних категорій подкастів різних років:

За кількістю: про цивільних – 31, про війну – 23, про військових – 12, радіостанції – 11, змішані інтерв'ю – 4 для цивільних – 3 та про волонтерів – 2. З одного боку може здатися, що про цивільних більше, ніж про військових, але варто зауважити, що до цивільної категорії загалом внесено більше тематик, ніж до військових. Проте тут варто зауважити, що інтерес у контентмейкерів до військових подій більший, ніж до самих військових. Це можемо пов'язати із більшою клікбейтністю такого контенту, ніж особисті історії бійців.

У 2022 році нові подкасти здебільшого зосереджувалися на тематиці «про цивільних» та «про війну». Це відображає суспільний інтерес до подій воєнного часу та їхнього впливу на населення. Те саме відбудеться і в 2023-му. Проте подкасти про військових стали активно виходити.

До 2024 року помітно зменшилася загальна кількість подкастів, а тематики звузилися до історій цивільних та військових. Це може свідчити про зміну потреб слухачів і поступовий перехід від воєнно-соціальної тематики до інших тем, а також про закінчення буму контенту в цілому.

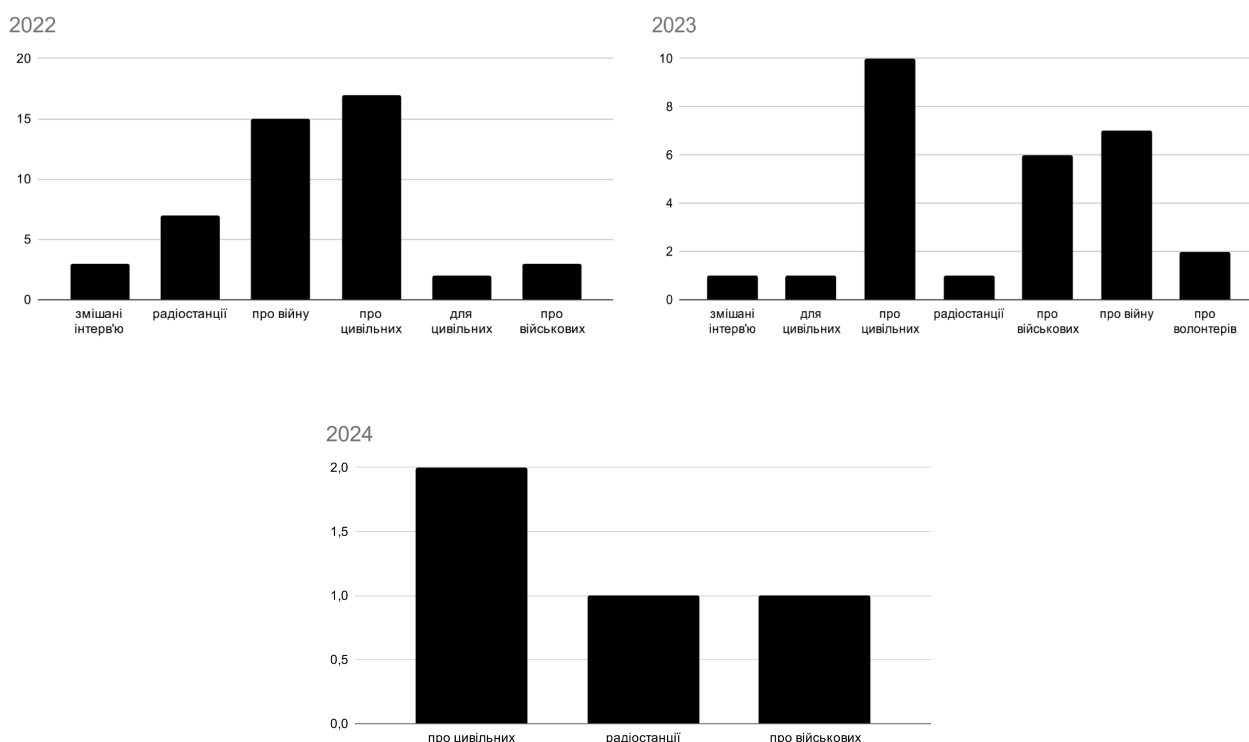


Схема 1.2. Категоризовані подкасти видані за 2022-2024 роки

Першим українським подкастом про війну є проєкт Internews «Explaining Ukraine» про події в Україні англійською. Перший епізод його вийшов першого вересня 2018 року. Варто згадати й інші подкасти, які вийшли до початку Великої війни: 9 січня 2020 року на аудіоплатформах почали публікувати проєкт «Мілітарний» з новинами з фронту та аналітикою озброєння (виходить досі); 11 лютого 2020 року вийшов подкаст «Воєнкор» журналіста Олександра Махова про події на фронті (проіснував проєкт до березня 2020-го, а сам автор долучився до війська і загинув 4 травня 2022 року у Харківській області); «Бруд і кров | На межі» від «IZONE Media» вийшов у кінці грудня 2020-го та розповідав про досвіди цивільних у гарячих точках, проте другий сезон подкасту вийшов 17 лютого 2022 року і вже з другого випуску вони почали розповідати про переживання цивільних повномасштабного вторгнення Р*сії в Україну; «Точка повернення» від «The Ukrainians Audio» розповідала у 2021-му про військових, які повернулися до цивільного життя; «Що це було?» від «BBC Ukrainian Audio» спочатку розповідали просто про новини в Україні у 2021

році, але 2022 рік почали випуском «Чи буде війна» і виходили до грудн 22-го; «Історія з вікна» від «Urban Space Radio» у 21-му розповідали історія з різних міст, а згодом до 23-го описували відновлення деокупованих територій та таких, що постраждали від нападу р*сіян; а за 2 дні до вторгнення почався подкаст Анаїд Агаджанової про культуру, який вона потім назве «Культура: війна» і виходитиме він до 23-го.

Першими подкастами від моменту повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року стали «Фронтowa Поплава» з Олегом Новіковим та Тарасом Чмутом, а згодом й іншими членами команди благодійного фонду «Повернись Живим», «Бо любов [крапка] війна» від Радіо Сковорода та «UkraineCast» від BBC News.

Загалом за 2022-й рік вийшло 47 подкастів, за 2023-й – 28 і 4 за 2024-й рік, проте своє існування у 2022-му завершили 20 проєктів, у 2023-му – 27, а у 2024-му – 18. Стосовно цього року вважав закритими ті, які не виходили в листопаді. Шляхом неважких арифметичних обчислень можемо зрозуміти, що нині активними залишаються 21 проєкт.

У середньому подкасти про сучасну російсько-українську війну тривають рік, проте мода вказує на 3 місяці. Серед проєктів існують 3-х – 5-ти епізодні історії, які виходили менше місяця. Найдовше виходить «Explaining Ukraine» – більше 6-ти років, а майже 5 років виходить «Мілітарний». Серед лідерів, які тривають 30 і більше місяців: «Розквітай» (Аліса Вишня), «Battleground» (Goalhanger), «Без оголошення війни» (BOV Media), «Бо любов [крапка] війна» (Радіо Сковорода), «Фронтowa поплава» (Олег Новіков та Тарас Чмут), «UkraineCast» (BBC News), «Ukraine: The Latest» (The Telegraph) та «Сирена» (Graty Podcast).

Якщо перечислювати тематики, то їх досить багато: свідчення цивільних про злочини р*сіян, історії з окупованих територій, історії військових, зокрема тих, що нещодавно долучилися до війська, історії коханих людей та близьких військових, історії волонтерів, історії журналістів, історії відомих людей, що долучилися до війська або допомагають війську збирати кошти, історії

спортсменів, історії дітей з окупованих та прифронтових ділянок, історії бізнесів, зокрема релокованих, та як вони допомагають війську, історії дизайнерів, ретроспективи різних операцій, атак та подій в конкретних містах, відбудова України, адаптація військових до цивільного життя та цивільних до військових, новини про війну, зокрема позитивні, аналітика про війну, майбутнє, щоденники та інтерв'ю військовослужбовиць, історичні паралелі минулих подій із сьогодишньою війною, розвінчання фейків, що створені окупантом в часи війни, комедія під час війни.

У рамках збору даних, визначено кількість епізодів у подкастах та їх хронометраж. Розіб'ємо за згаданими вище категоріями:

1) про цивільних: від 2 до 118 епізодів (у середньому – 16, мода – 10). Найменший мінімальний час епізоду – 3 хвилини, найбільший мінімальний час епізоду – 61 хвилина. Найменший максимальний час епізоду – 12 хвилин, найбільший максимальний час епізоду – 119 хвилин.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. час, хв	макс час, хв	перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
Бруд і кров На межі	16	4	63	31.12.20	25.02.23	25	про цивільних	IZONE Media
Точка повернення	10	28	50	03.01.21	15.03.21	2	про цивільних	The Ukrainians Media
Жити під час війни	18	5	21	02.03.22	17.05.22	2	про цивільних	RADIO NV
Напалм	11	29	47	14.03.22	27.04.22	1	про цивільних	Бабель
Фронт креативних індустрій	9	31	69	14.03.22	28.06.22	3	про цивільних	CASES
Щоденник війни	42	3	40	21.03.22	28.06.22	3	про цивільних	Дарія Коломієць
Один одному	27	19	38	01.04.22	24.02.23	10	про цивільних	Центр спільних дій
Ще один день	27	15	38	06.04.22	31.12.22	8	про цивільних	Urban Space Radio
Тут і тепер	25	42	73	12.05.22	31.03.23	10	про цивільних	The Ukrainians Audio
Сміх та Гріх	118	33	72	17.08.22	23.11.24	27	про цивільних	Радіо Накипіло
Відкриті знову	11	19	33	24.08.22	01.12.22	3	про цивільних	Urban Space Radio
Моя історія війни	20	12	42	13.09.22	20.01.23	4	про цивільних	Твій подкаст Суспільне Запоріжжя
Рішучі	10	19	29	29.09.22	01.12.22	2	про цивільних	RADIO NV
Подкаст на відстані. З Мелітополем в серці	10	50	100	4.11.22	31.5.23	6	про цивільних	Радіо Сковорода
Голоси Мирних	3	17	33	14.11.22	26.12.24	25	про цивільних	Фонд "Ріната Ахметова"
Прийом	16	20	79	23.11.22	30.01.24	14	про цивільних	The Village Україна
Свої розмови	6	10	22	25.01.23	18.07.23	5	про цивільних	Свої
Я тебе... війна	9	20	57	01.05.23	14.03.24	10	про цивільних	Радіо Сковорода
Кохані	12	61	91	20.07.23	21.12.202	5	про цивільних	VETERAN HUB
Healed Lands	8	17	27	29.08.23	11.12.23	3	про цивільних	The Ukrainians Audio
Вільні	10	21	47	19.09.23	12.01.24	3	про цивільних	Суспільне Подкасти
Правда через історії	4	8	37	20.10.23	20.11.202	1	про цивільних	Освітній дім прав людини в Чернігові
Повнолітні	15	13	25	13.12.23	06.08.24	7	про цивільних	Валерія Панасенко (Свої)
Blue Eyed Podcast	6	17	38	11.04.24	01.06.24	1	про цивільних	Behind Blue Eyes
Розквітай	28	9	56	25.03.22	20.10.24	30	про цивільних	Alisa Wishnya
Putin, take your pills	2	11	12	05.04.22	20.07.22	3	про цивільних	Putin take your pills
Маріуполь. Зневоднення	3	15	17	19.12.22	21.12.22	0	про цивільних	hromadske
Подкаст на ротації	10	50	119	16.02.23	07.03.24	12	про цивільних	Радіо Сковорода
До дому	5	13	34	26.06.23	14.07.23	0	про цивільних	Бабель
На своєму полі	5	21	27	29.11.23	05.01.24	1	про цивільних	Urban Space Radio
Так, це моя молодість	4	29	55	03.03.24	28.03.24	0	про цивільних	Yes, I Did

таблиця 1.4. Подкасти про цивільних в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

2) про війну: від 3 до 678 епізодів (у середньому – 60, мода – 3). Найменший мінімальний час епізоду – 4 хвилини, найбільший мінімальний час епізоду – 8 хвилин. Найменший максимальний час епізоду – 65 хвилини, найбільший максимальний час епізоду – 98 хвилин.

3) про військових: від 2 до 37 епізодів (у середньому – 13, мода – 5). Найменший мінімальний час епізоду – 10 хвилин, найбільший мінімальний час епізоду – 42 хвилини. Найменший максимальний час епізоду – 17 хвилини, найбільший максимальний час епізоду – 117 хвилин.

4) про волонтерів: від 8 до 11 епізодів (у середньому – 9). Найменший мінімальний час епізоду – 26 хвилин, найбільший мінімальний час епізоду – 49

хвилин. Найменший максимальний час епізоду – 50 хвилин, найбільший максимальний час епізоду – 60 хвилин.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. макс		перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
		час, хв	час, хв					
Волонтерська шахта	8	26	50	16.03.23	04.05.24	13	про волонтерів	Радіо Сковорода
Загальні збори	11	49	60	26.10.23	08.11.24	12	про волонтерів	Радіо Сковорода

таблиця 1.5. Подкасти про волонтерів в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

5) змішані інтерв'ю: про волонтерів: від 13 до 77 епізодів (у середньому – 35,5). Найменший мінімальний час епізоду – 10 хвилин, найбільший мінімальний час епізоду – 26 хвилин. Найменший максимальний час епізоду – 49 хвилин, найбільший максимальний час епізоду – 93 хвилини.

6) для цивільних: від 5 до 24 епізодів (у середньому – 13). Найменший мінімальний час епізоду – 13 хвилин, найбільший мінімальний час епізоду – 43 хвилини. Найменший максимальний час епізоду – 21 хвилини, найбільший максимальний час епізоду – 77 хвилин.

7) радіостанції: від 47 до 12956 епізодів (у середньому – 324, не брав до уваги найбільше число). Найменший мінімальний час епізоду – 1 хвилини, найбільший мінімальний час епізоду – 17 хвилин. Найменший максимальний час епізоду – 44 хвилини, найбільший максимальний час епізоду – 158 хвилин.

назва подкасту	кількість епізодів	мін. макс		перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
		час, хв	час, хв					
Explaining Ukraine	337	11	119	01.09.18	22.11.24	74	радіостанції	Internews
Мілітарний	210	4	109	09.01.202	17.11.24	58	радіостанції	Military
UkraineCast	387	6	60	24.02.22	21.11.24	32	радіостанції	BBC News
Поплава	164	17	109	24.02.22	19.11.24	32	радіостанції	Олег Новіков Тарас Чмут
Війна в Україні	12956	?	?	28.02.22	26.11.24	32	радіостанції	Radio NV
Ukraine: The Latest	733	8	83	02.03.22	23.11.24	32	радіостанції	The Telegraph
Battleground	242	16	74	04.04.22	23.11.24	31	радіостанції	Goalhanger
Privateer Station: War In UK	418	11	106	25.08.22	22.11.24	26	радіостанції	Privateer
Війна. інформраційний map	201	4	44	23.09.22	05.10.23	12	радіостанції	hromadske
Армія FM	505	1	158	12.02.23	26.11.24	21	радіостанції	Армія FM
Армія TV – НА ЗВ'ЯЗКУ	47	6	93	04.07.24	25.11.24	4	радіостанції	Армія TV

таблиця 1.6. Подкасти-радіостанції в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

Кількість та тривалість епізодів значно варіюються залежно від тематики. Найбільше епізодів у рубриках «про війну» та «радіостанції», зокрема подкаст «Війна в Україні» від «Радіо NV» з огляду на те, що це нарізки щоденних ефірів включно з повторами. Найменше – «про волонтерів». Щоденні новинні подкасти можуть мати багато коротких епізодів, тоді як інтерв'ю-подкасти можуть мати менше епізодів, але більшої тривалості. У рубриці «про волонтерів» наявна найменша кількість епізодів та відносно стабільна тривалість.

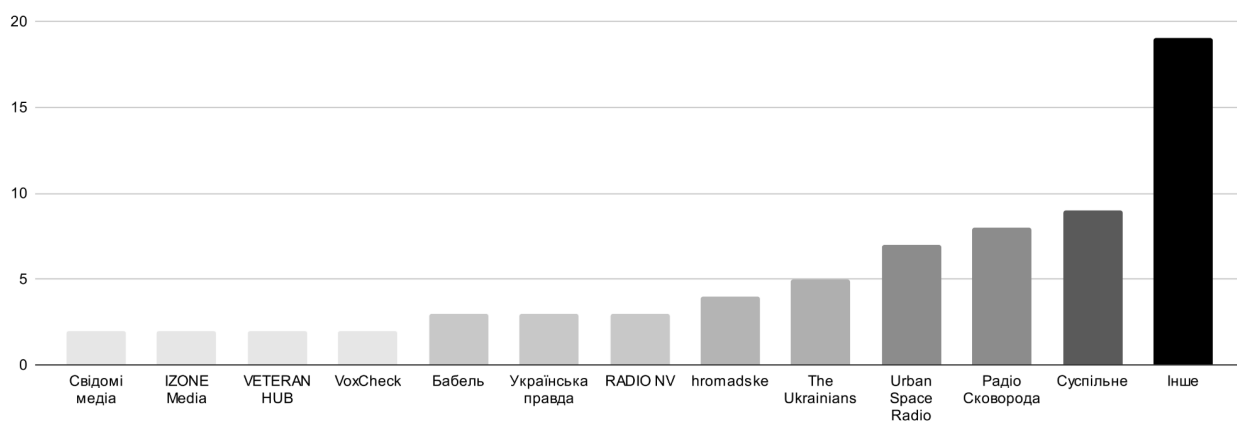
Найбільше розсіяння значень показують теми «про війну» та «радіостанції». Найдовші епізоди, як правило, у «про війну та «радіостанції», а найкоротші - «про військових та «змішані інтерв'ю». Найбільш поширеною є тривалість епізодів від 20 до 60 хвилин.

Якщо говорити про авторів контенту про війну в Україні, то здебільшого це медіа (68), які запрошують авторів та ведучих (репортерка Альона Савчук у подкасті «Бруд і кров | На межі», шоумен Олександр Сердюк у «Сміх і гріх», Олег Скрипка та Анжеліка Рудницька у «Музиканти і війна», комікеса Анастасія Зухвала у «Кохані», тощо) або це штатні працівники та працівниці, які ведуть проєкт (Валерія Панасенко у «Повнолітні», Ольга Круглій у «Подкаст на ротачії», Христина Біляковська у «Я тебе... війна»).

назва подкасту	кількість епізодів	мін. час, хв	макс час, хв	перший епізод	останній епізод	тривалість, місяць	класифікація	творці
UA: THE DAY THAT WE SURVIVED	42	10	37	01.03.22	14.03.23	12	про війну	Urban Space Radio
Сирена	23	17	32	02.03.22	24.11.24	32	про війну	Graty Podcast
Відбій тривоги	3	22	42	29.06.22	14.09.22	2	про війну	Суспільне Мовлення
Інструкція. Війна	15	29	72	31.03.23	29.08.23	4	про війну	Суспільне Мовлення
Що це було?	30	19	33	11.06.21	12.12.22	18	про війну	BBC Ukrainian Audio
Подкаст Ярослава Грицака	22	14	98	01.03.22	23.12.23	21	про війну	The Ukrainians Audio
Ukrainians: Identity in Dignity	19	9	22	03.03.22	01.12.22	8	про війну	POLITclub UCU
Рускій фейк: Стукіт з дна	678	7	16	06.03.22	31.07.24	28	про війну	Детектор Медіа
Переможеньки	73	4	8	15.03.22	04.07.22	3	про війну	VoxCheck
Без оголошення війни	221	16	64	31.03.22	24.11.24	31	про війну	BOV Media
Людина в окупації	16	18	57	22.06.22	21.06.23	11	про війну	Радіо Треба
Розстріл на Леха Качинського	3	19	24	01.07.22	15.07.22	0	про війну	Суспільне Мовлення
(не)Безпечна країна	69	30	63	08.09.22	21.11.24	26	про війну	Українська правда
Цей дощ надовго	22	48	86	21.09.22	02.03.23	5	про війну	Свідомі медіа
Power Lines: From Ukraine to the World	42	19	54	22.09.22	13.02.24	16	про війну	Message Heard
Пошрамований. Подкаст про місто нескорених	12	18	25	13.10.22	30.12.22	2	про війну	Твій подкаст Суспільне Харків
Психологія злочину. Сезон 2	6	41	52	14.10.22	25.11.22	1	про війну	Суспільне Мовлення
24.02: Реконструкція	5	30	47	24.02.23	19.10.23	7	про війну	Українська правда
Новини, від яких не хочеться здохнути	17	9	24	25.03.23	15.7.23	3	про війну	ShoTam-VoxCheck
This Week in Ukraine	54	16	40	31.03.23	13.04.24	12	про війну	The Kyiv Independent
Човен	5	18	24	09.06.23	14.06.23	0	про війну	Бабель
Rights Now! Podcast	10	65	95	17.06.23	22.08.24	14	про війну	Радіо Сковорода
Rebuilding	6	25	74	20.09.23	24.09.23	0	про війну	Суспільне Мовлення

таблиця 1.7. Подкасти про війну в авторській порівняльній характеристиці станом на 24.11.24

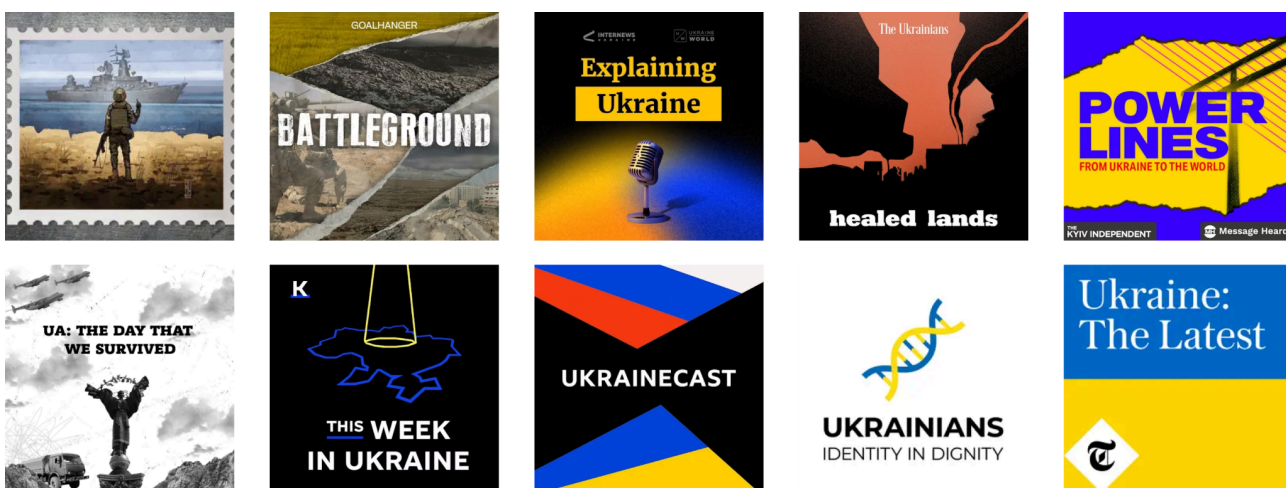
Серед лідерів – Суспільне (9 подкастів), Urban Space Radio (7 подкастів), The Ukrainians Audio (5 подкастів), Громадське (4 подкасти), Радіо NV, Українська правда та Бабель (по 3 подкасти). 11 авторських подкастів, де ведучий титується як автор подкасту, або це одноосібний проєкт. Усі решта – подкасти інших організацій: Українер, Освітній дім прав людини в Чернігові, проєкт «Behind Blue Eyes», дизайнерська платформа «CASES», Політклуб Українського католицького університету, Центр спільних дій, Фонд «Ріната Ахметова». Іноді подкасти не мають визначених ведучих чи авторів/-ок або наратора/-ки не згадують, можуть бути вказані лише продюсери проєкту.



діаграма 1.3. Кількість подкастів створених медіа

У цьому переліку є 10 англомовних проєктів, які висвітлюють події в Україні закордоном. Серед них можна виділити дві групи:

Українці англійською розповідають про війну: This Week in Ukraine (Kyiv Independent), UA: THE DAY THAT WE SURVIVED (Urban Space Radio), Ukrainians: Identity in Dignity (Політклуб Українського католицького університету), Healed Lands (The Ukrainians Audio), Explaining Ukraine (Internews), Privateer Station: War In Ukraine (проєкт Олексія Арестовича).



Зображення 1.1. Обкладинки англомовних подкастів про сучасну російсько-українську війну

Закордонні подкастери описують події в Україні: Battleground, UkraineCast (BBC News), Ukraine: The Latest (The Telegraph), Power Lines: From Ukraine to the World (Message Heard у співпраці з Kyiv Independent).

Висновки до Розділу I

Перший розділ описує теоретичні засади, основні поняття та етапи розвитку подкастингу, і є фундаментом аналізу особливостей його реалізації, зокрема у контексті висвітлення воєнної тематики. Цей розділ закладає теоретичну базу для розгляду практичних аспектів створення подкастів, які будуть описані у наступних частинах роботи.

Тут ми детально розглянули термінологію та історію подкастингу, включно з його появою у світовому та українському контекстах. Описали витоки цього формату: від розробки RSS-протоколу Дейвом Вінером і Адамом Каррі, до популяризації терміну «подкастинг» Беном Гемерслі у 2004 році. Також акцентували увагу на тому, як цей формат поєднує риси радіомовлення, блогінгу та новітніх технологій, що забезпечило його гнучкість та інтеграцію у сучасний медіапростір.

Також зовсім трошки розглянули розвиток українського ринку подкастингу, від перших проєктів до піку популярності у 2022 році. Більше увагу приділили подкастам про війну за період 2018-2022 років. Провели аналіз типології таких проєктів, класифікувавши їх за тематикою та форматом: від особистих історій до новинних оглядів і психологічної підтримки.

Крім того, дослідили міжнародний контекст українського подкастингу. Було підкреслено важливість англomовних проєктів, які не лише сприяють поширенню інформації про події в Україні за кордоном, а й формують позитивний імідж країни у глобальному інформаційному просторі.

Врешті, проаналізували сучасні тенденції розвитку подкастингу. Попри зменшення кількості нових проєктів, зростає стабільність активних подкастів, які відповідають актуальним запитам аудиторії. Це свідчить про поступовий перехід до якісного контенту, що забезпечує довготривалу взаємодію з аудиторією.

РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ

2.1. Процес розробки подкасту

Для створення авдіального медіапродукту, потрібно пройти ряд етапів:

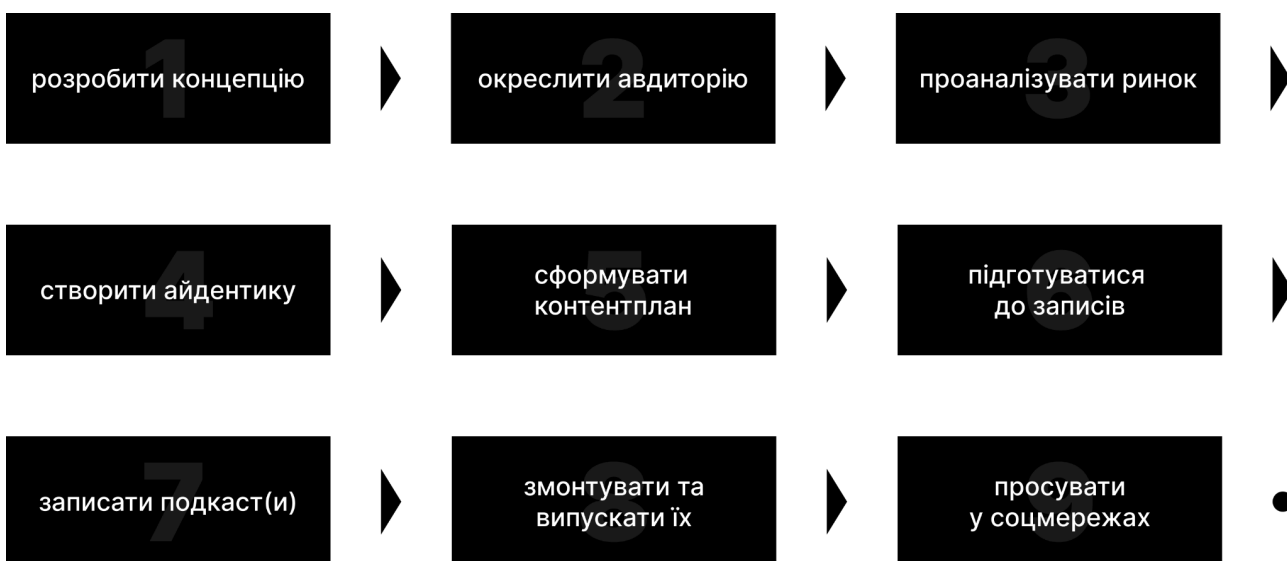


Схема 2.1. Етапи розробки подкасту

1) Розробити концепцію: на цьому етапі визначимо основну ідею авдіопроекту. Що саме хочемо донести аудиторії, яка буде наша мета, завдання та цінності проекту. Потрібно обрати формат подкасту, що найкраще реалізовуватиме ідею: монолог, обговорення з кількома ведучими, інтерв'ю, художній формат. Варто задуматися над хронометражем випусків – 1-10 хвилин, 10-15 хвилин, 15-25 хвилин, 25-40 хвилин, 40+ хвилин – та сталістю проекту – це буде один великий авдіопроект, лімітований серіал із заздалегідь визначеною кількістю епізодів чи безперервний серіал, що виходитиме доти, доки не вичерпається тема, закінчиться ентузіазм чи фінансування.

2) Окреслити аудиторію: варто зрозуміти, для кого плануємо творити цей продукт. Це потрібно зробити для того, щоб краще осягнути, яким буде наш

тон голосу, дизайн візуальних елементів та звуковий дизайн, динаміка подкасту, кого будемо запрошувати, тощо. Визначити 3-4 кола слухачів. Першим колом є аудиторія №1 – ті на кого в першу чергу розрахований ваш продукт. Другим колом є аудиторія, яка є дотичною до першої (їхня родина, колеги друзі, тощо). Третє коло – це аудиторія, яка може бути не дотична до перших двох кіл, але їх зацікавитиме ваш продукт з інших причин. До кожного з кіл вигадайте конкретного слухача з цього кола: його вік, інтереси, місце проживання, звички слухання (вранці, в обідню пору, чи ввечері).

3) Проаналізувати ринок: для розуміння сучасних тенденцій та вільних ніш, дослідимо ринок подкастів, зокрема серед нашої теми. Знайдемо конкурентів, які створюють контент на подібну тему. Варто зауважити, що це не просто опоненти, а й референси для нашого продукту. Прослухаємо їх контент, звернемо увагу на формат, тривалість, тон спілкування. Для інноваційності у ніші, варто підглядати ідеї в проєктах не з вашого сегменту.

4) Створити айдентику: розробимо елементи ідентифікації нашого аудіопроекту, які допоможуть вирізнитися серед інших. Сюди входять: тон мовлення у подкастах, тон текстових описів у соцмережах та подкаст-платформах, кольори, шрифти, логотип, обкладинки епізодів, додаткові візуальні елементи.

5) Сформувати контент-план: складемо чіткий порядок виходу наших подкастів, анонсів у соцмережах, співпраць з партнерами та навіть згадок у соцмережах гостей. Пропишемо орієнтовний список тем чи/та гостей для епізодів, заплануємо їх порядок, за можливості їх дату виходу та всіх вищезгаданих супутніх матеріалів.

6) Підготуватися до записів: визначимо локацію чи ПЗ, у якому будемо записувати. Якщо це офлайн-запис, потурбуємось про укриття на випадок тривоги або заздалегідь заплануємо запис у сховищі. Визначимо, яку техніку – мікрофони чи рекордери, дроти, ноутбук, аудіокарта чи мікшер, світло та камера, тощо – та інші засоби – столи, стільці, вода, склянки, перекус, тощо – нам потрібні для запису та де ми її візьмемо – покупка, оренда. Пропишемо

попередню логічну структуру наших епізодів. Це можуть бути питання у випадку інтерв'ю. Це робиться як заздалегідь, так і поступово під кожен випуск. Усе залежить від нашої концепції та часу на приготування. Узгодимо комфортний час із нашими гостями, якщо такі будуть.

7) Записати інтерв'ю: підготуємо нашу локацію, переконаємося, що у нас немає зайвих шумів на фоні. Налаштуємо мікрофони, перевіримо якість звуку, наявність пам'яті на носіях. У випадку онлайн-запису, переконаємося заздалегідь, що у наших гостей теж тиха локація та хороший звук. Пояснимо гостям за наявності, як буде проходити запис. Проведемо світську бесіду на 7-10 хвилин перед подкастом для налагодження контакту.

8) Змонтувати подкасти та випускати їх: видалимо шум, павзи чи небажані моменти. Додамо звуковий дизайн: інтро, фонова музика, перебивки, аустро. Якщо є можливість, підготуємо тизери. Пропишемо опис випуску. Завантажимо подкасти на подкаст-платформи (Spotify, Apple Podcasts, Youtube, NV Подкасти, Megogo Audio, Amazon Music).

9) Просувати в соцмережах: використаємо Facebook, Instagram, TikTok, Telegram для поширення інформації про вихід нашого подкасту. Створимо додатковий контент для збільшення охоплень нашого подкасту.

2.2. Розподіл ролей в команді

Реалізація подкасту є багатограним процесом, який потребує залучення спеціалістів із різними компетенціями. Для виконання всіх задач, необхідних для створення якісного продукту, автор/-ка подкасту повинен мати власну команду, яка виконує ключові функції, або ж володіти достатнім рівнем навичок, щоб забезпечити виконання цих функцій самостійно. Основні ролі в команді, які зазвичай задіяні в створенні подкасту, включають: генерального/-у продюсера/-ку, ведучого/-у, редактора/-ку, технічного/-у продюсера/-ку, монтажера/-ку (саунд-дизайнера/-ку), графічного/-у дизайнера/-ку та СММ-менеджера/-ку.

- 1) Генеральний/-а продюсер/-ка є ключовою фігурою в команді, яка забезпечує загальне управління проєктом. Основним завданням є розробка концепції подкасту, визначення його мети, аудиторії та формату. Генеральний/-а продюсер/-ка координує роботу всієї команди, забезпечує дотримання дедлайнів, розподіляє ресурси (техніку, бюджети, час) і підтримує комунікацію між учасниками команди. Крім того, ця людина відповідає за стратегічне планування, щоб забезпечити довгострокову життєздатність проєкту.
- 2) Ведучий/-а, -і є головним голосом і обличчям подкасту. Ця людина відіграє центральну роль у взаємодії зі слухачами, формуючи їхні враження про продукт. Обов'язки ведучого/-ї, /-их включають вивчення тем, участь у розробці сценаріїв разом із редактором/-кою, проведення записів епізодів та спілкування з гостями. Ведучий/-а, /-і також має забезпечувати емоційну атмосферу випуску, яка б відповідала тональності подкасту
- 3) Редактор/-ка займається підготовкою текстової частини подкасту. Ця людина перевіряє сценарії, редагує їх для логічності та чіткості, а також формулює запитання для гостей. Крім того, редактор/-ка допомагає ведучому/-ій, -им структурувати випуск, щоб зберігати динаміку та увагу слухачів протягом усього епізоду.
- 4) Технічний/-на продюсер/-ка відповідає за технічну складову запису. Обов'язки цієї людини включають: налаштування обладнання (мікрофонів, аудіоінтерфейсів), забезпечення якісного звуку під час запису, а також контроль за програмним забезпеченням і технікою для безперебійної роботи.
- 5) Монтажер/-ка (саунд-дизайнер/-ка) є відповідальними за технічне опрацювання аудіо та створення цілісного звучання подкасту. Ця людина займається монтажем записаних матеріалів, видаленням шумів, покращенням звучання, додаванням звукових ефектів, музичних перебивок і створенням атмосфери, яка відповідає тематиці подкасту.

- 6) Графічний/-на дизайнер/-ка займається візуальною частиною проєкту. Ця особа створює айдентику подкасту, зокрема логотип, обкладинки для епізодів, а також графічні матеріали для просування в соціальних мережах: пости, сторіз, тизери, банери та інші супровідні елементи.
- 7) СММ-менеджер/-ка відповідає за просування подкасту в соціальних мережах і взаємодію з аудиторією. Робота включає створення контент-плану для соцмереж, публікацію анонсів, тизерів, а також роботу з рекламою для залучення нових слухачів. Крім того, СММ-менеджер/-ка активно спілкується з аудиторією через коментарі та повідомлення, взаємодіє з платформами й партнерами для підвищення впізнаваності подкасту.

В ідеальних умовах усі ці ролі виконують окремі спеціалісти, що дозволяє розподілити роботу та забезпечити високу якість кожного етапу створення подкасту. Проте у випадках, коли фінансування обмежене, усі ці функції можуть бути виконані однією людиною. У рамках цього проєкту автор самостійно взяв на себе всі ролі, зокрема розробку концепції, ведення подкасту, монтаж, створення графіки та просування у соцмережах. Це вимагало значних зусиль, але забезпечило повний контроль над процесом і дало змогу реалізувати проєкт у рамках наявного бюджету.

2.3. Часові рамки розробки нашого проєкту

Для планування та чіткого розуміння обсягів роботи важливо створити детальний план поетапної розробки подкасту. Це дозволяє не лише структуровано підійти до виконання завдань, але й врахувати всі деталі, які можуть вплинути на якість кінцевого продукту. У цьому процесі слід зважати на те, що всі задачі буде виконувати одна людина, що накладає певні обмеження на швидкість і масштаб роботи, але водночас дає змогу зберігати повний контроль над кожним етапом. Такий підхід потребує ретельного тайм-менеджменту, аби уникнути перевантаження та забезпечити ефективний розподіл часу між

різними завданнями. Окрім того, поетапна розробка допомагає краще оцінити потрібні ресурси, підготуватися до кожного етапу заздалегідь і залишатися гнучким у разі змін. Такий підхід гарантує, що навіть за умови одноосібного виконання проєкту результат відповідатиме високим стандартам якості.

розробити концепцію	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	підготуватися до записів	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
окреслити аудиторію	<input type="checkbox"/>	записати подкаст(и), змонтувати їх, випустити та просувати в соцмережах	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
проаналізувати ринок	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
створити айдентику	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
сформулювати контент план	<input type="checkbox"/>	умовні позначення: 1 білий квадратик = 1 тиждень роботи 1 чорний сегмент = 1 етап роботи	

Схема 2.2. Потижневий чеклист задач

Розробка концепції подкасту є одним із найважливіших етапів, який формує основу всього проєкту. На цей процес відводиться два тижні. Цього часу достатньо, щоб глибоко продумати всі деталі: від загальної ідеї до формату подачі, тональності, основних тем і стилю комунікації. Протягом цього періоду автор має можливість оцінити власні ідеї з різних точок зору, взяти паузу для об'єктивного погляду на проєкт, а також провести неформальні опитування серед близьких, знайомих чи представників потенційної аудиторії. Такий підхід дозволяє отримати цінний зворотний зв'язок і внести корективи на ранньому етапі роботи.

На окреслення цільової аудиторії планується витратити один тиждень. Це порівняно невелика задача, яка не потребує значних ресурсів, але має велике значення для майбутнього успіху подкасту. Протягом цього часу визначаються основні характеристики слухачів: їхній вік, інтереси, звички споживання

контенту, а також канали, через які вони можуть знайти подкаст. Окреслення аудиторії дозволяє точніше підлаштувати тематику, формат і стиль подачі до потреб слухачів, що значно підвищує релевантність і привабливість проєкту.

Аналіз ринку є найбільш трудомістким процесом і займає три тижні. На цьому етапі відбувається ретельне дослідження конкурентів: прослуховуються подкасти зі схожою тематикою, аналізуються їхні сильні й слабкі сторони, визначаються загальні тенденції ринку. Особлива увага приділяється виявленню унікальних аспектів, які можуть виділити подкаст серед інших. Це дослідження дає змогу побачити прогалини на ринку та знайти власну нішу, забезпечуючи конкурентну перевагу.

На створення айдентики подкасту відводиться два тижні. За цей час розробляються ключові елементи візуальної ідентифікації, які стануть обличчям проєкту. Включаються такі аспекти, як логотип, обкладинки для епізодів, вибір кольорової гами та шрифтів, які будуть використовуватися в соцмережах і на платформах. Цей процес включає пошук референсів, створення кількох концепцій та їх тестування, щоб обрати найкращий варіант. Візуальна айдентика відіграє важливу роль у формуванні впізнаваності бренду та привертає увагу потенційних слухачів.

Формування контент-плану є наступним етапом, на який відводиться один тиждень. У рамках цього процесу створюється детальний розклад випусків, визначаються теми епізодів, запрошені гості, структура кожного випуску та плани публікацій. Завдяки чітко сформульованій концепції цей етап проходить швидко, а основна увага зосереджується на деталях і узгодженості плану з загальною стратегією.

Підготовка до записів триває два тижні. Цей період включає налаштування техніки, тестові записи для перевірки якості звуку, створення зручних умов для запису та підготовку сценаріїв. Крім того, на цьому етапі узгоджуються дати записів із запрошеними гостями, щоб забезпечити їхню участь у подкасті.

Запис, монтаж і публікація кожного епізоду займають по одному тижню. Проте, залежно від специфіки проєкту, ці процеси можуть бути розділені у часі. Наприклад, усі випуски можуть бути записані протягом одного тижня, а постпродакшн, включно з монтажем, створенням графіки та публікацією, виконується поступово. Такий підхід дозволяє оптимізувати час і забезпечити рівномірний випуск епізодів, навіть якщо автор/ка зайнятий іншими справами. Крім того, запис випусків наперед дає змогу відкласти публікацію до кращих умов чи моменту, коли аудиторія буде максимально активною.

Загалом процес реалізації подкасту з чотирма епізодами зайняв 15 тижнів. Такий термін враховує можливі затримки, пов'язані з іншими зайнятостями автора/-ки (робота, особисте життя), а також необхідність ретельного виконання кожного етапу. За наявності команди можна було б скоротити ці строки, розподіливши обов'язки між кількома учасниками.

2.4. Управління ресурсами та матеріальне забезпечення

Найменування	К-сть	Вартість, грн
Ноутбук Dream Machines RG4060-15	1 штука	55 000
USB аудіоінтерфейс Behringer UMC202HD	1 штука	4 000
Мікрофон Behringer XM8500	2 штуки	1 790
Аудіо-кабель Ugreen AV130 XLR	2 штуки	400
Пантограф RZTK M80 Kit	2 штуки	600
Підписка на Zoom Pro	1 місяць	665
Пакет програм Adobe	4 місяці	1200
Оренда студії	8 годин	400

Сума	73 245 гривень
-------------	-----------------------

Таблиця 2.1. Сумарна вартість проєкту.

Для створення якісного подкасту необхідно забезпечити належні умови роботи, якісну техніку, відповідне програмне забезпечення та оптимальне робоче середовище, зокрема орендувати або мати приміщення студії, орендувати або мати якісну техніку, мати усе необхідне ПЗ для монтажу, графічного оформлення та онлайн-запису.

Технічне забезпечення включає ноутбук, аудіоінтерфейс, мікрофони, пантографи для їх кріплення та кабелі для підключення. Основним пристроєм для керування процесами запису, монтажу та обробки матеріалів став ноутбук Dream Machines RG4060-15 вартістю 55 000 гривень. Його обрано через високу продуктивність, яка необхідна для роботи з великими аудіо- та графічними файлами. Для забезпечення якісного запису звуку використовувався USB аудіоінтерфейс Behringer UMC202HD, який дозволяє підключати професійні мікрофони та забезпечує стабільність запису. Його вартість становить 4 000 гривень.

Головним елементом запису стали два мікрофони Behringer XM8500, які забезпечують чіткість і деталізацію голосу, мають високу надійність і прийнятну вартість – 1 790 гривень за одиницю. Для зручного розміщення мікрофонів використовувалися пантографи RZTK M80 Kit, які дозволяють регулювати положення мікрофонів під час запису. Їх вартість склала 600 гривень за одиницю. Крім того, для підключення мікрофонів використовувалися два кабелі Ugreen AV130 XLR, які гарантують стабільну передачу звукового сигналу, кожен із яких коштує 400 гривень.

Програмне забезпечення є невід’ємною складовою технічного процесу створення подкасту. Для запису інтерв’ю у форматі онлайн використовувалася безкоштовна версія Zoom. Проте для записів, які тривали понад 45 хвилин, необхідно врахувати витрати на підписку Zoom Pro, вартістю 665 гривень на

місяць. Для монтажу аудіо, створення графічних елементів і обкладинок епізодів застосовувався пакет програм Adobe Creative Cloud, який забезпечує необхідний інструментарій для обробки матеріалів. Вартість підписки на Adobe становить 1 200 гривень на місяць.

Одним із ключових аспектів є вибір приміщення для запису. У рамках проєкту використовувалася власна домашня студія. Це дозволило значно скоротити витрати, пов'язані з орендою професійного приміщення. Водночас, для забезпечення якісного запису в домашніх умовах було впроваджено базові заходи звукоізоляції та організації робочого простору. Вартість оренди професійної студії варіюється від 350 до 500 гривень за годину, що є важливим фактором для проєктів із більшим бюджетом або потребою у вищій технічній якості.

Загальна вартість технічного та програмного забезпечення, використаного для проєкту, без урахування оренди студії та зарплат команди, склала 70 045 гривень. У цьому розрахунку враховано ціни на обладнання станом на листопад 2024 року.

Для цього проєкту не передбачалася окрема оплата праці команди, оскільки всі функції, включно з монтажем, розробкою графіки, створенням сценаріїв і публікацією контенту, виконувала одна особа. Такий підхід значно скоротив витрати, але водночас вимагав високого рівня організації та технічних навичок.

2.5. Ризики та проблеми при розробці проєкту

Розробка будь-якого медіапроєкту завжди супроводжується ризиками, які можуть вплинути на його успішність. Одним із головних ризиків є недостатня чіткість цілей та завдань, що може призвести до втрати фокусу під час реалізації. Створення та розвиток подкасту в Україні супроводжуються численними ризиками, які впливають на якість, стабільність та довготривалість проєкту. Серед ключових факторів, що можуть створити труднощі, виділяються

технічні проблеми, критичний зворотний зв'язок, залежність від платформ, фінансова нестабільність і зовнішні чинники, такі як війна.

Технічні проблеми залишаються однією з головних загроз для успішної реалізації подкасту. Вони можуть включати погану якість запису, втрату даних, вимкнення електроенергії або збої в обладнанні. Такі ситуації часто не лише ускладнюють процес створення контенту, але й впливають на регулярність випусків, що може знизити довіру аудиторії. Особливо в умовах війни, де стабільність електроенергії чи доступу до інтернету може бути обмежена, цей аспект стає критичним.

Негативний зворотний зв'язок від аудиторії також може мати суттєвий вплив на розвиток подкасту. Невдоволення слухачів, викликане низькою якістю контенту, поведінкою ведучого або гостей, може спричинити втрату слухачів. На початкових етапах створення подкасту це є особливо небезпечним, оскільки один випадок помилки, фейкової інформації чи недбалого монтажу може сильно підірвати репутацію проєкту.

Залежність від платформ для розповсюдження контенту є ще одним важливим ризиком. Алгоритми популярних платформ, таких як Spotify чи Apple Podcasts, постійно змінюються, і це може вплинути на охоплення аудиторії. Крім того, політика платформ і соціальних мереж, особливо стосовно чутливих тем, таких як війна, може обмежити доступність подкасту для слухачів.

Фінансова нестабільність є значною проблемою для більшості незалежних подкастів. Відсутність стабільного джерела доходу може зменшити мотивацію автора/-ки і зрештою призвести до закриття проєкту. Фінансова залежність від спонсорів чи краудфандингу також додає ризиків, оскільки нестача підтримки у будь-який момент може перервати роботу.

Зовнішні обставини, такі як війна, є окремим і важливим фактором ризику. Втрата членів команди, гостей, техніки чи даних, а також психологічний тиск, спричинений ситуацією, можуть стати серйозною перепоною для створення контенту.

Для мінімізації технічних проблем рекомендується інвестувати в якісне обладнання, використовувати стабілізатори напруги, резервні джерела живлення (наприклад, EcoFlow) та регулярно створювати резервні копії даних у хмарних сховищах. Важливо також забезпечити стабільний інтернет-зв'язок для уникнення перебоїв у записах.

Для боротьби з негативним зворотним зв'язком необхідно ретельно перевіряти контент перед публікацією, уникати фейкової інформації, дотримуватися етичних стандартів, працювати над якістю подачі матеріалу та активно взаємодіяти з аудиторією, відповідаючи на коментарі та пропозиції.

Щоб зменшити залежність від платформ, варто диверсифікувати канали розповсюдження, створити власний вебсайт для подкасту, активно просуватися в соцмережах і працювати з різними платформами одночасно.

Фінансову стабільність можна забезпечити через монетизацію подкасту (реклама, платна підписка), пошук грантів і спонсорів, а також запуск краудфандингових кампаній. Додатковим способом є співпраця з бізнесами або організаціями, які можуть забезпечити фінансову підтримку в обмін на згадування чи рекламу в подкасті. Іншою проблемою є брак ресурсів, зокрема фінансових, кадрових чи часових. Наприклад, якщо команда проєкту не має достатнього досвіду або компетенцій, це може знизити якість виконання. Крім того, обмежений бюджет змушує шукати компроміси, що не завжди відповідають амбіціям і масштабам проєкту.

Не менш важливим викликом є ризик недостатньої комунікації між учасниками команди. Відсутність прозорості та ефективної взаємодії може створити конфлікти або нерозуміння, що сповільнить прогрес. Також є ймовірність, що стейкхолдери матимуть різні очікування, що вимагатиме додаткових зусиль для узгодження. Інколи проблемою стає нездатність передбачити зовнішні фактори, як-от економічні зміни, політична нестабільність чи навіть пандемії. Такі події можуть суттєво змінити умови реалізації проєкту, впливаючи на всі його аспекти. Наприклад, під час

карантину команди змушені були адаптуватися до віддаленої роботи, що стало викликом для багатьох.

Ризики також можуть виникати через недостатнє планування чи слабку систему моніторингу. Якщо проєкт не має чіткої стратегії оцінки прогресу, це може призвести до затримок або неефективного використання ресурсів. Навіть найкраща ідея може зазнати невдачі, якщо їй не вистачає належного контролю. Робота з цільовою аудиторією також може викликати труднощі, якщо її потреби неправильно ідентифіковані, що може зробити продукт чи послугу менш релевантними, зменшуючи її цінність. Зрештою, важливо враховувати ризики, пов'язані зі стійкістю проєкту після його завершення. Якщо не продумати стратегії продовження діяльності або масштабування, результати можуть залишитися короткостроковими. Запобігання цим проблемам потребує ретельного планування, гнучкості та готовності адаптуватися до змін.

У контексті війни залишається складно дати універсальне рішення, але важливо зберігати цінні речі у безпечних місцях, мати резервні копії важливих даних, ходити в укриття і донатити на потреби Сил оборони.

Сильні сторони (Strengths):

- **Наснага:** автор зацікавлений в темі та розвитку свого продукту.
- **Унікальний формат:** оригінальна ідея, що вирізняється серед конкурентів.
- **Якісний контент:** детальна підготовка матеріалів, залучення цікавих гостей.
- **Професійність:** автор має досвід у кожній із зазначених компетенцій.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- **Обмежені ресурси:** брак фінансування, недостатня кількість людей.
- **Відсутність популярності:** стартовий етап без широкої аудиторії.
- **Нестабільність графіку:** знижує інтерес аудиторії до подкасту.
- **Емоційна мінливість:** автор швидко втрачає інтерес до проєктів, що не ростуть швидко.

Можливості (Opportunities):

- **Зростання інтересу до подкастів:** постійне розширення аудиторії цього формату.
- **Колаборації:** партнерство та донорство для монетизації та розширення впливу.
- **Розширення формату:** відеоподкасти, стріми, інтерактивний контент.
- **Таргетована реклама:** доступ до нових слухачів через соціальні мережі.

Загрози (Threats):

- **Конкуренція:** проєкти з більшими бюджетами можуть "перекрити" аудиторію.
- **Нестабільність платформ:** зміна політики платформ може обмежити доступ до аудиторії з огляду на тему війни.
- **Трендовість теми:** швидка втрата інтересу слухачів до війни.
- **Війна:** втрата життів команди та гостей, втрата техніки, тривоги, відключення.

Схема 2.3. SWOT-аналіз подкасту «Так, це моя молодість»

У роботі також виконано SWOT-аналіз, який підкреслює основні переваги, недоліки, можливості та загрози для подкасту «Так, це моя молодість». Для забезпечення успіху подкасту необхідно поєднати сильні сторони з можливостями та зменшити вплив слабких сторін і загроз.

2.6. Моніторинг виконання проєкту

Моніторинг виконання подкасту є важливою складовою реалізації медіапроєкту, яка забезпечує контроль за якістю роботи, відповідністю поставленим цілям та задоволенням потреб аудиторії. Він включає постійний аналіз на всіх етапах створення, публікації та поширення контенту, що дозволяє досягти високої ефективності та конкурентоспроможності подкасту.

Метою моніторингу є забезпечення відповідності змісту подкасту початковій концепції, технічним стандартам і очікуванням цільової аудиторії. Це дозволяє виявляти недоліки на ранніх етапах, гнучко реагувати на зміни в запитах слухачів і постійно вдосконалювати процеси.

Моніторинг виконання подкасту проводиться на таких етапах:

- 1) Підготовчий етап: потрібно визначити ключові показники ефективності (KPI), зокрема кількості прослуховувань, взаємодії в соціальних мережах, зростання підписників, а також розробити чек-листи для оцінки якості контенту, звукового дизайну та візуального супроводу.



Схема 2.4 Приклад заповненого чеклиста

2) Виробничий етап: перевірити технічну якість запису, якість, відповідність змісту обкладинки та відповідність сценарію початковій концепції. Створити тестові нотатки для оцінки якості звуку та загальної динаміки епізоду.

Постпублікаційний етап: проаналізувати зворотній зв'язок від слухачів через коментарі, оцінки та відгуки на подкаст-платформах. промоніторити статистику прослуховувань, включаючи кількість унікальних слухачів, тривалість прослуховування та динаміку підписок.

Для ефективного моніторингу використовуються:

- Аналітичні інструменти подкаст-платформ: Spotify for Podcasters, Apple Podcasts, Youtube, Amazon Music.
- Соціальні мережі: Метрики взаємодії (лайки, коментарі, поширення) у Facebook, Instagram.

- Аналітичні сервіси: Chartable та listenotes.com для відстеження позицій подкасту в рейтингах, Google Analytics для аналізу переходів на платформи.
- Опитування аудиторії: Регулярне отримання фідбеку від слухачів та гостей щодо якості контенту та запропонованих тем.

Результати моніторингу дозволяють вносити корективи до сценаріїв, тем випусків і звукового дизайну, адаптувати стратегії просування в соціальних мережах і подкаст-платформах та планувати покращення технічного оснащення й організації роботи над проектом.

Для забезпечення стабільної роботи проекту рекомендується:

- Щотижневий аналіз технічних параметрів і зворотного зв'язку на етапі виходу кожного епізоду.
- Щомісячний звіт про ключові показники ефективності, включаючи загальну динаміку прослуховувань і залучення аудиторії.
- Квартальний огляд стратегічних результатів і визначення пріоритетів для подальшого розвитку.
- Моніторинг виконання подкасту забезпечує стабільність, якість і актуальність контенту, що сприяє підвищенню задоволеності аудиторії, досягненню поставлених цілей і довгостроковому успіху медіапроекту.

2.7. Критерії оцінки якості проекту

Оцінка якості подкасту включає в себе аналіз кількох ключових аспектів: змістової складової, технічної якості, охоплення та візуальної айдентики з просуванням.

Змістова складова фокусується на тому, наскільки добре розкрита ідея подкасту. Чи є чітка концепція, яка зрозуміла слухачеві? Чи відповідає контент обіцянкам, які дає назва та опис подкасту? Важлива також актуальність тем, глибина аналізу та використання достовірних джерел інформації.

Технічна якість визначається якістю звуку, монтажу та саунд-дизайну. Звук має бути чистим, без сторонніх шумів, а монтаж – плавним і професійним. Саунд-дизайн повинен додавати атмосферності та емоційного забарвлення. Коли ми говоримо про охоплення, то йдеться про те, наскільки проєкт успішний? Як багато у нього прослуховувань? Візуальна айдентика та просування стосуються того, як подкаст представлений зовні. Логотип, обкладинки епізодів та загальна візуальна стилістика мають бути впізнаваними та відповідати концепції подкасту. Як подкаст представлений у соцмережах та в медіа?

Критерії оцінки якості проєкту сприймаємо як дорожню карту, яка допомагає зорієнтуватися в складному процесі реалізації і забезпечити його успіх. Вони є своєрідними маркерами, що визначають, наскільки добре проєкт відповідає своїм цілям і очікуванням стейкхолдерів. Наприклад, критерій «релевантність» змушує задуматися, чи справді ініціатива є актуальною для цільової аудиторії, і чи відповідає вона глобальним викликам та потребам.

Оцінка якості проєктного дизайну та імплементації схожа на створення архітектурного плану: чіткість і деталізація відіграють вирішальну роль. Звертаємо увагу на логіку й послідовність етапів роботи, а також на те, як впроваджені заходи пов'язані з досягненням поставлених цілей. Водночас вважаємо, що ефективна система моніторингу та оцінки – це не просто формальність, а ключовий інструмент для визначення слабких місць і подальшого вдосконалення.



Схема 2.5 Оцінка якості подкасту у формі блоків

Критерій «якість партнерства та кооперації» змушує переосмислювати важливість міжособистісної взаємодії в проєкті. Добре налагоджена співпраця між учасниками команди може суттєво підвищити шанси на успіх, навіть якщо початковий задум здається ризикованим. Тому завжди намагаємося залучати людей із різноманітними компетенціями та досвідом, щоб створити синергію знань і ресурсів. У випадку сольного проєкту, варто зважати на синергію навичок самого автора проєкту.

Інший важливий аспект – вплив проєкту, особливо його довготривала стійкість. Тут намагаємося мислити стратегічно: як те, що робимо зараз, може змінити ситуацію через 3-5 років? Припускаємо, що справжній успіх проєкту вимірюється не лише кількістю учасників чи заходів, а й реальними змінами, які відчувають люди та організації.

Критерії допомагають залишатися об'єктивними та дисциплінованими. З одного боку, це рамки, що не дозволяють загубитися у творчому хаосі, а з іншого – це виклики, які мотивують знаходити нові підходи. Вважаємо, що якісна оцінка проєкту починається з чесного аналізу та готовності адаптувати свої ідеї для досягнення найкращого результату.

Висновки до Розділу II

Другий розділ надає чітке уявлення про теоретичні та практичні аспекти розробки подкасту, що є важливою основою для подальшого аналізу особливостей його реалізації. Тут ми детально розглянули теоретичні та практичні аспекти розробки подкасту: описали весь процес розробки, починаючи від формування концепції та визначення цільової аудиторії, до створення айдентики, контент-плану, підготовки та проведення записів, монтажу, випуску та просування. Також визначили ключові ролі в команді проєкту: генеральний/-а продюсер/-ка, ведучий/-а, -і, редактор/-ка, технічний/-а продюсер/-ка, монтажер/-ка, графічний/-а дизайнер/-ка та SMM-менеджер/-ка. Підкреслили важливість кожного фахівця для успішної реалізації подкасту.

Крім того, розробили часові рамки для кожного етапу створення подкасту, враховуючи специфіку роботи однієї людини над проєктом, проаналізували ресурси та матеріальне забезпечення, необхідні для створення подкасту та склали таблицю з вартістю обладнання та програмного забезпечення. Визначили основні ризики та проблеми при розробці подкасту, такі як технічні проблеми, негативний зворотний зв'язок, залежність від платформ та фінансова нестабільність. Запропонували шляхи мінімізації цих ризиків. Врешті, встановили критерії оцінки якості подкасту: змістова складова, технічна якість, охоплення, візуальна айдентика та просування.

РОЗДІЛ ІІІ. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ

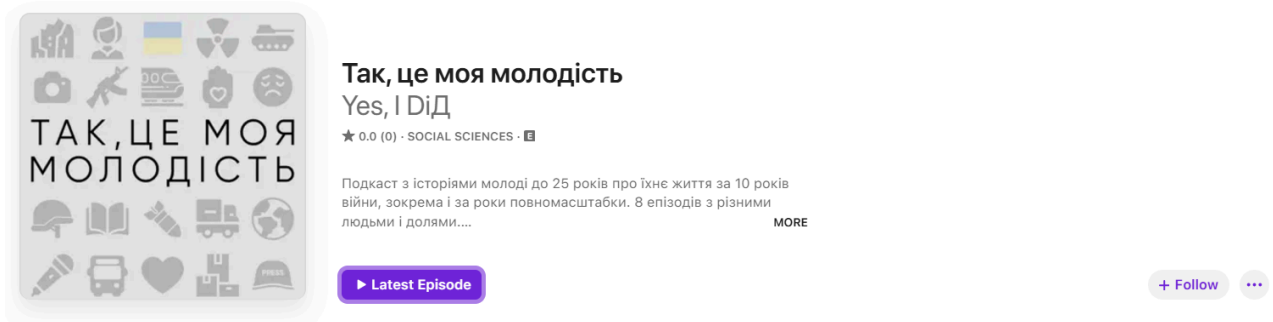
3.1. Особливості продакшну та просування подкасту на практиці

Цей пункт присвячено аналізу процесу створення подкасту «Так, це моя молодість», який став гонзо-дослідженням – унікальним досвідом занурення автора у всі етапи продакшну. Розглянемо, як саме відбувався процес створення подкасту, що включав написання сценаріїв, запис, монтаж і підготовку до публікації, а також поділимося досвідом його просування.

Оскільки весь процес реалізовувала одна людина, це дає змогу не лише детально дослідити кожен із етапів, а й оцінити виклики, з якими стикається автор подкасту, працюючи без команди. Особливий акцент зроблено на поєднанні технічної складової та творчої роботи, а також на інструментах, які використовувалися для того, щоб зробити подкаст доступним і привабливим для слухачів.

На першому етапі повинні були розробити ідею подкасту: ця лежала «на полиці» в автора вже дуже давно. Концепція полягала в тому, щоб через історії молодих людей до 25 років показати виклики, з якими вони стикаються під час війни. Концепція передбачала формат інтерв'ю, який дозволяє передати автентичність історій через пряму мову героїв. Важливим було зберегти досвіди та переживання в момент, коли вони ще свіжі і не зіпсовані спогадами інших та підручничково-медійними формулюваннями. У рамках концепції було бажання обговорити з гостями не тільки повномасштабне вторгнення, але й 2014-й рік, АТО, тощо.

Нині ми говоримо про інтерв'ю діалог, де ведучий один на один із гостем чи гостею будуть вести розмову. Орієнтуємося на тривалість епізод 25-40 хвилин, але не обмежуємо і не обрізаємо висловлювання героїв та героїнь, якщо ті говоритимуть довше. Коли говорити про сталість проєкту, то йдеться про чотири епізоди в рамках кваліфікаційної, проте в майбутньому розглядається варіант безперервного серіалу.



Зображення 3.1. Вигляд сторінки подкасту «Так, це моя молодість» на Apple Podcasts

Варто також наголосити, що в рамках розробки концепції обрали платформи для публікації записів: Spotify Podcasts, Apple Podcasts, Youtube (платформа подкастів Google тепер імплементована у його екосистему) та Amazon Music. Раніше на платформі Anchor.fm, яку нині викупив Spotify, можна було дистрибувати свої подкасти автоматично на всі партнерські майданчики платформи, проте нині ця функція відсутня, тож публікацію доводиться проводити вручну.

Для подкасту визначили таку мету: задокументувати автентичні історії молодих людей, які переживають війну, щоб передати їхні емоції, досвіди та виклики сучасності майбутнім поколінням. Крім цього, сформувалися й **цінності проєкту:** автентичність (збереження справжніх голосів, думок і емоцій героїв та героїнь без цензури або прикрашання), емпатія (повага до досвідів героїв та героїнь і створення умов для відкритого діалогу), відповідальність (відчуття важливості такого історичного матеріалу, що залишиться для наступних поколінь) та доступність (структурований підхід до подачі інформації, що забезпечує її легке сприйняття різними аудиторіями).

Завданнями проєкту є:

1) Збір та обробка інформації – Систематичний пошук молодих людей, які готові поділитися своїми історіями, організація та проведення глибинних інтерв'ю, які дозволять максимально повно розкрити їх досвіди, систематизація зібраної інформації.

2) Створення контенту: створення структурованих питань для кожного епізоду, обробка аудіозаписів, додавання музичного оформлення, звукових ефектів; розробка обкладинок для епізодів, створення графічних елементів для просування подкасту.

3) Просування подкасту: розробка детальної сторінки подкасту з його описом та описом епізодів на всіх подкаст-платформах; залучення партнерів, а також гостей для просування подкасту.

4) Збереження та архівування: створення цифрового архіву зібраних матеріалів для подальшого використання та збереження майбутнім поколінням.

5) Оцінка ефективності: відстеження кількості завантажень, прослуховувань, відгуків слухачів, аналіз реакції аудиторії в соціальних мережах.

Для того, щоб розуміти потреби слухачів, оцінимо, кому міг би бути цікавим такий формат і розділимо цих людей на три кола:

I коло аудиторії – це молодь 16-30 років, які вже усвідомлювали події широкомасштабного вторгнення. Ці люди зможуть прорефлексувати свої досвіди через призму інтерв'ююваних, а також поставити себе на місце тих, чий досвід різниться. Ця аудиторія потребує легкий, недовгий контент, у якому змінюється динаміка, присутній гумор навіть при висвітленні неприємних подій. Ця публіка толерує і навіть підтримує лайку.



Схема 3.1. Сегментація аудиторії

Можемо сказати, що перше коло представлятиме Сергій 23-х років. Він працює дизайнером у маркетинговій компанії, проживає в Рівному. Любить відвідувати концерти українських гуртів, грати у футбол, цікавиться рекрутингом, адже планує у 25 іти до війська. Слухає подкасти в обідню пору та ввечері, коли працює.

II коло аудиторії – це середній вік від 30 до 45 років. Цій аудиторії важливо розуміти молодь, пізнавати, як зокрема їх діти переживають або будуть переживати цю війну. Ще 10 років тому вони були на місці цих людей під час Революції гідності, окупації Криму та АТО, тож цікаво буде порівнювати свій досвід із досвідом наступного покоління. Ця аудиторія готова до довших форматів і не потребує надмірних «карусель» у динаміці. Ця публіка може толерувати лайку в контенті, проте не всі.

Це коло представлятиме його старша сестра Ольга 35-и років. Вона працює перекладачкою в ІТ-компанії у Києві. Любить відвідувати нові ресторани міста, вчиться в'язати та плести силянки. У вільні вихідні відвідує тренінги з першої медичної допомоги. Слухає подкасти уранці, поки готує та їсть сніданок.

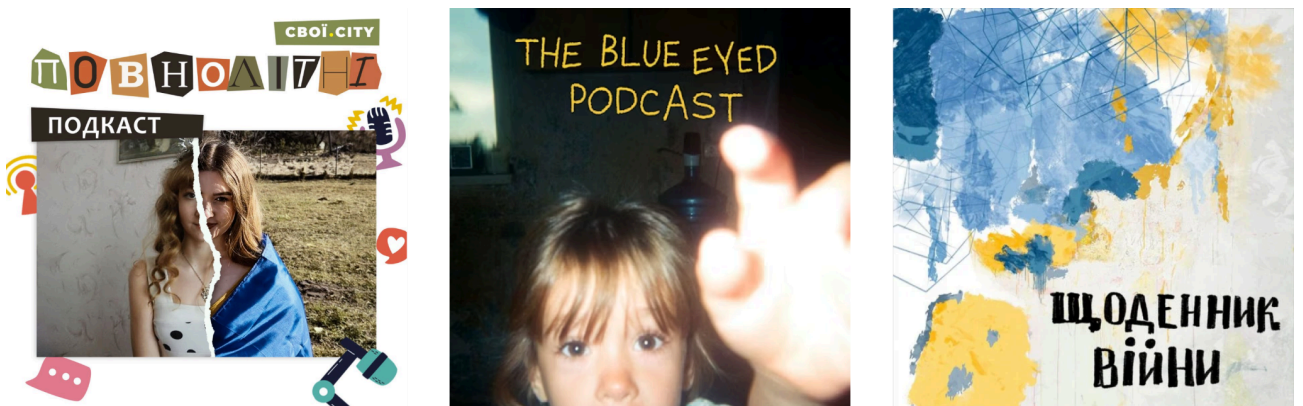
III коло аудиторії – це діти та дослідники у майбутньому. Об'єднали ці два сегменти, адже це слухачі, які будуть це слухати у майбутньому. Про це рідко задумуються при виготовленні контенту, але з огляду на те, що одна з цілей подкасту – документування історій молоді зараз, то важливо подумати про те, щоб людям у майбутньому було зручно прослуховувати ці записи. Важливо, щоб запис був чітким, розбірливим; слова прості, усі локальні (у часі та просторі) контексти пояснені та структуровані.

Цю аудиторію представить двоє людей. Перший із них 12-річний Костя. Школяр з Києва, син Ольги. Дуже переймається ситуацією в Україні, дивиться відео про історію, грає в стратегічні комп 'ютерні ігри. Слухає подкасти вранці разом з мамою.

Іншою людиною буде Максим 27-ми років з Вінниці. Він працює в університеті та пише дослідження про українську молодь в часи війни. Слухає

подкасти з історіями цивільних, щоб ознайомитися з різними досвідами для використання їх як джерела до своїх матеріалів.

Для кращого розуміння роботи, розглянемо проєкти інших авторів/-ок у сфері інтерв'ювання військових та цивільних на тему війни. Як зазначалося у Розділі I, в Україні існує 86 подкастів про війну. З них 41 – інтерв'ю, зокрема 25 про цивільних, 8 про військових, 1 про волонтерів та 8 з різними гостями. Найближчими проєктами до нашого є подкаст «Повнолітні» від «Свої.City» [79] за авторства Валерії Панасенко та волонтерський проєкт «The Blue Eyed Podcast» [121].



Зображення 3.2. Обкладинки подкастів «Повнолітні», «The Blue Eyed Podcast» та «Щоденник війни» відповідно.

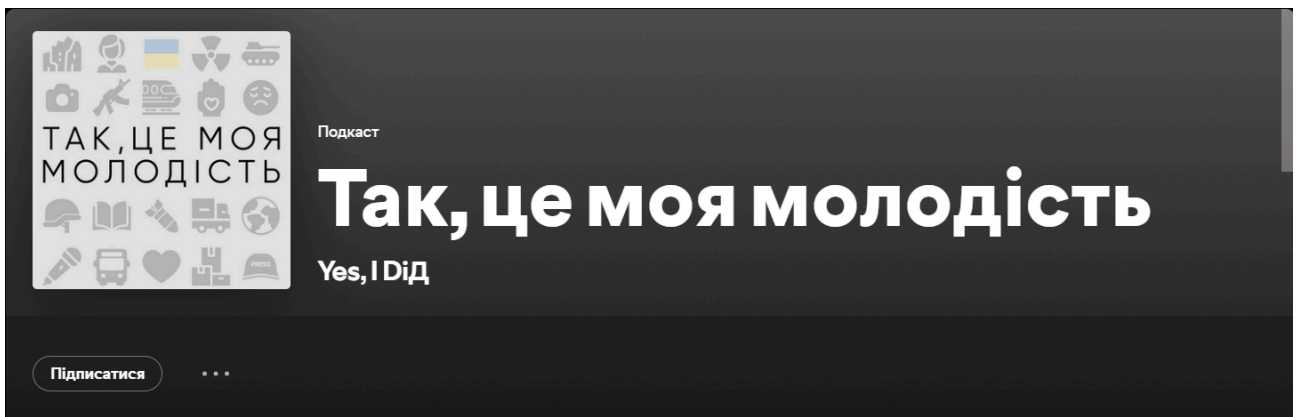
«Повнолітні» – це не просто збирання історій, це цілий порівняльний аналіз життів молодих людей на різних ділянках фронту. Авторці трохи більше 20-ти, вона з Донеччини і вона спілкується із тими, чие життя так само наполовину складається із війни. Звісно ідеться про суб'єктивні переживання, а не про аналітику. *«Цей проєкт про те, щоби почути і зрозуміти таких людей. Бо до того, як я почала готуватися до цього проєкту, до того, як я почала створювати цей подкаст, продумувати собі тези, згадувати своє дитинство, я думала, що я взагалі не травмована війною людина, а тим паче не травмована війною дитина»*, – розповідає в інтерв'ю авторка подкасту Валерія Панасенко (Додаток 2).

У квітні 2023 року волонтери, що опікуються гуманітарною допомогою дітям записали з ними 55 розмов у прифронтових та деокупованих населених пунктах. Вони приїздили до них додому та писали подкаст прямо там. Це були діти з Херсонщини, Миколаївщини, Харківщини віком 7-13 років. *«Ми розмовляємо з дітьми у звичному для них середовищі, розкладаючи нашу студію прямо в них вдома. Ми не ставили собі за мету бути професійними документалістами, а просто хотіли дати дітям змогу висловитися й порефлексувати»*, – розповів співзасновник проєкту Артем Скороходько у коментарі «The Village» [36].

Також важливим референсом для нашого подкасту стане проєкт ведучої та діджейки Дарії Коломієць «Щоденник війни» [107]. Це історії людей про те, як воїн зустріли своє 24 лютого. Професії гостей та їхня популярність дуже різні, хоча варто зазначити, що під кінець відомих інтерв'ююваних ставало більше.

Створивши концепцію, сегментувавши аудиторію та оцінивши конкурентів, варто розробити брендинг продукту. Сама назва з'явилась ще давно до подкасту. Колись у роздумах автора на початку повномасштабного вторгнення залунала фраза «Так, це моя молодість!», що описувала його тодішній стан. На моменті розробки проєкту знайшли її у його нотатках та використали як назву.

Для логотипу взяли тонкий шрифт Gilroy Light, що свідчило про певну крихкість реальності, а літери напису були віддалені одна від одної, що свідчило про певну розділеність суспільства. Довкола логотипу на аватарці подкасту для платформ додали абстрактні іконки речей, які описували наше сьогодення, а також були пов'язані із майбутніми гостями.



Зображення 3.3. скриншот сторінки подкасту «Так, це моя молодість» на сайті «Spotify Podcasts» [99]

Для оформлення обкладинок епізодів використаний той самий шрифт, що і для аватарки, але вже Ultralight. Зверху додав лого каналу, а знизу – лого подкасту. Посередині вказані ім'я, вік та ампула гостя чи гості. Також посередині зображені три абстрактні іконки, які описують власне ампула інтерв'ююваних. На платформі ютуб ці іконки заанімовані і час від часу прогортаються. Важливим було не показувати обличчя людини в будь-якому вигляді і сконцентрувати увагу слухачів саме на змісті розмови.



Зображення 3.4. Обкладинка першого епізоду «Так, це моя молодість»

Також розробили саунд-дизайн для епізоду та тон голосу. Стосовно розмов у самому подкасті, то вони однозначно неформальні. Багато з гостей автор знав особисто до запису, тож планувалися спокійні діалоги на «ти», де

навіть могла би бути присутня лайка. Головною ціллю було створити комфортну атмосферу для гостей, у якій їм було би легко ділитися інтимними думками та емоціями. В описах подкасту та конкретних епізодів стиль доволі витриманий і формальний, що мало би працювати певним гачком для більш дорослої аудиторії: *«Як живеться волонтерці, як повертати межу між благодійністю та особистим життям. Про волонтерство у 2014, про тих, хто не донатить, про відчуття безпеки, підтримку, поняття «України» і ще багато іншого обговорили з Єлизаветою у подкасті. Медіапартнер проекту - ostroh.info»*, – опис першого епізоду. Стосовно супроводу розмови у самому подкасті, то на початку і в кінці запису є звук касети, що вставляється і витягується з магнітофону відповідно. Також на початку і в кінці є спокійна «лаунж»-мелодія, яка вводить нас у розмову з гостем чи гостею. Між темами розмови накладені перебивки у вигляді шумів.

Після усіх інституційних підготовок, перейдемо до контенту. Серед бажаних гостей подкасту: ВПО, людина, що перебувала в окупації, військовий та військова, волонтер та волонтерка, кохана людина військового та військової, школярі 1-5 клас та школярі, які от-от ідуть до університету, емігрант, люди, що перебували закордоном на момент вторгнення та ті, хто не поверталися, людина, що втратила близьких на війні, підприємець та підприємця, спортсмен та спортсменка, люди з культурної сфери. Важливим критерієм цих людей залишається вік до 25 років. Це не означає, що ми не визнаємо молодь після 25, але вважаємо, що ці люди уже більш сформовані та їх життя вже більш усталені. Для перших чотирьох епізодів запросили у відповідному порядку ВПО з Краматорська Анну 22-х років, військового Олександра 21-го року, волонтерку з Острога Єлизавету 24-х років та воєнну кореспондентку з Хмельницького Альбіну 20-и років. Попри це уже є записані випуски із Юрієм, який був в окупації 22-х років та коханою людиною військового Софією 22-х років, а також домовлене інтерв'ю з 12-річним 5-ти класником Дем'яном. Восьмий подкаст сезону планували зробити останнім, щоб проаналізувати пророблену роботу. У цьому випуску плануємо формат монологу автора

подкасту з рефлексіями про своїх героїв та героїнь, а також про свій досвід війни.

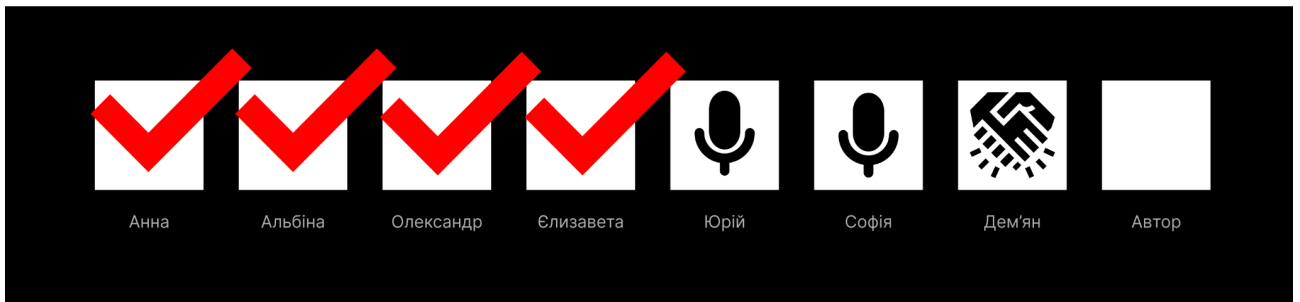


Схема 3.2. Чеклист статусу випусків подкасту «Так, це моя молодість»

Перед кожним випуском прописали персоналізовані питання по кожному гостю та гості, які дозволяють глибше розкрити їхні історії. Кожне інтерв'ю починали із питань: «як ти почуваєшся?» та «як почалося твоє 24 лютого?». Опісля обговорювали питання, що стосуються особистості гостя чи гості: вплив війни на них, що робили для війська, які нові ампула отримали гості, деталі цих ампула, тощо. В останньому блоці питань обговорювали спогади гостей про 2014-й рік, місце України в їхньому житті та різні екзистенційні питання: про віру, смерть, життя, підтримку, безпеку, інше. Укінці питали героїв та героїнь про останню радісну подію, яка з ними ставалась, а також пропонували висловити щось, що автор міг не спитати, а гостеві чи гості дуже хотілося би поділитись. Ось, зокрема, перелік питань для випуску з Єлизаветою:

1. Розкажіть про своє 24 лютого. Ким ви були в той момент?
2. По фото 1 квітня 2022 року ви вже були на вулиці в наметику з товарами на продаж в допомогу ЗСУ. Як усе починалося? Яка була мотивація?
3. Які ваші емоції від закритого збору?
4. Вам зараз н-років. Ви зібрали 2.5 млн гривень за весь час. Як ви ставитеся до тих, хто і пальцем не поворухнув для допомоги армії, хоча мали змогу?
5. Як на вашу думку можна посприяти активності таких людей або хоча би зменшити їх кількість?
6. Ви робите шопери, робите прикраси. Що для вас зараз є творчість?

7. Міст до повномасштабки із сонцем і після з вогнем. Патріотичні шопери на заміну сосу надписам з пінтересту на шоперах – це відповідь на запит аудиторії чи відповідь на запит власної душі?
8. 30 березня 2023 ви виставили новий допис у себе в магазинчику з прикрасами. Це був якийсь для вас момент видиху?
9. Як відчуття війни змінювалося з року в рік?
10. До 24 лютого у вас в інсті можна було знайти цитатки російською і на одним шопері теж я був знайшов. Як у вас було з російською до війни? Як із музикою?
11. Як ви пам'ятаєте події десятилітньої давності? Війна, майдан. Яке було ставлення тоді до р*сіян?
12. З фотографій я побачив, що ви і раніше, до повномасштабного робили ярмарки зі своїми подругами в підтримку армії? Розкажіть, як це було? Як до вас ставилися люди тоді?
13. Що для вас Україна? Хто для вас може зватися українцем?
14. Чому для вас просто поїхати з країни – не вибір?
15. Ви відчуваєте себе в безпеці?
16. Що для вас сьогодні є підтримка?
17. Яке місце віри у щось вище у вашому житті?
18. Що останнє радісне було у вашому житті?
19. Після всього цього, що ми тут з вами наговорили, можливо вам є ще що сказати на кінець?

Коли всі приготування проведені, наставав час запису. Усі 4 опубліковані випуски були проведені у Zoom. Тому спершу вмикали ноутбук, підключали аудіоінтерфейс та до нього мікрофон, а його ставили на підставку. Перед записом заходили у Zoom і перевіряли якість звуку. На екрані зліва були гість чи гостя, а справа висів перелік запитань. Посилання на онлайн-зустріч надсилали гостеві чи гостю. Перед початком автор вітався та проводив свіцьку бесіду, щоб покращити контакт з людиною. Опісля попереджав про запис та починав подкаст.

У випадку, коли це студійний запис (а такий був в епізоді, що поки не вийшов) ми готували два мікрофони та дві підставки, ставили їх одна навпроти одної. Важливо, щоб обидва крісла були зручними і ніхто не відволікався на це. Перед записом автор пояснював гостю чи гості, як працює мікрофон, на якій відстані сидіти та куди краще говорити. Також перевірили неможливість шуму ззовні потрапити у запис. Для цього просто закривали вікна та двері, хоча в кімнаті присутні й шумовідбивні стінки. Забезпечили гостю водою. Інші кроки повторюються із онлайн-записом.

Після запису аудіофайли йдуть на монтаж. Шляхом накладання ефектів прибираємо шуми, зайві звуки, зайва тиша. Далі прослуховуючи, прибираємо інші не потрібні павзи, накладання доріжок, іноді слова паразити та моменти відлучення гостя, гості чи автора з запису. Паралельно також ділимо наш запис на частини та додаємо перебивки. Додаємо інтро та аутро зі згаданими вище звуками та композиціями. Для варіанту на ютуб додаємо анімацію для іконок та відеовставки на перебивки. У рамках перших чотирьох епізодів, співпрацювали з острозьким гіперлокальним медіа для поширення подкасту, тож додавали на початок інформацію й про них.

Для промоції подкасту в переддень та в момент релізу публікували анонс про вихід подкасту. Інформація поширювалась на особистій сторінці автора та героїв/ героїнь. Також публікація подкасту відбувалась на сайті медіа «Ostroh.Info» [34]. Для цього використовувалися обкладинки випусків.

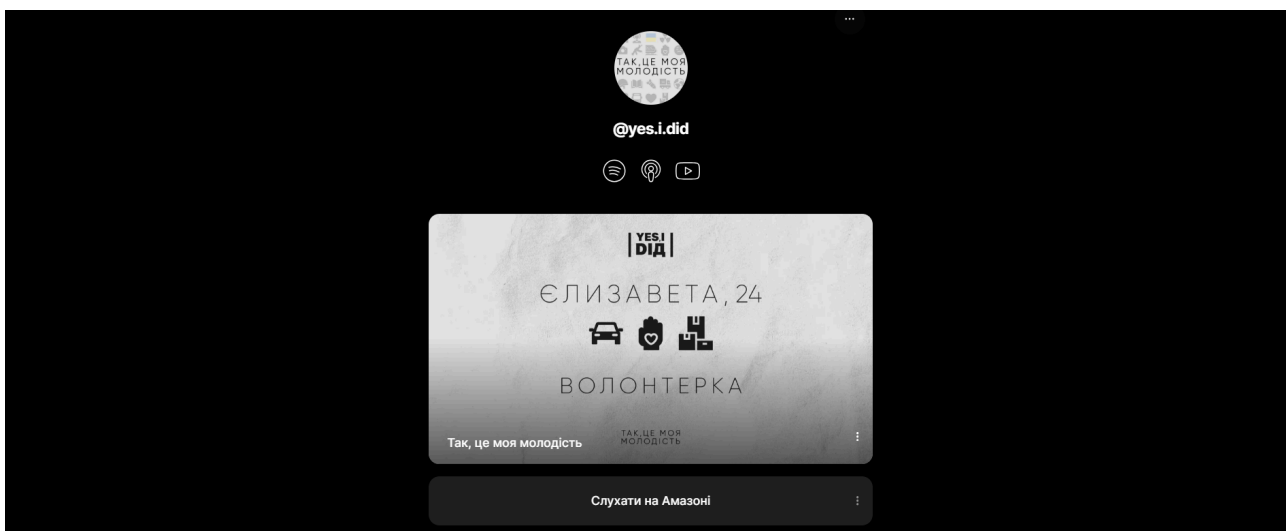
Як випускниця Острозької академії з Краматорська двічі стала переселенкою. Подкаст “Так, це моя молодість”

👤 Богдана Торба // 🎧 Інтерв'ю, Історії, Війна, Острозька академія, Подкасти // 📅 04.03.2024

📊 Переглядів: 3 049

Зображення 3.5. Заголовок матеріалу про наш подкаст на Ostroh.info

Також на особистій сторінці автора залишене посилання на Linktree подкасту, де розміщені усі можливі платформи, де можна прослухати подкаст та останній випуск на ютубі.



Зображення 3.6 Вигляд Linktree подкасту «Так, це моя молодість»

В ідеальній варіації тижня, у якому плануємо записати і випустити епізод, де автор працює самостійно, у понеділок він записує подкаст, дає день відпочити собі та відсторонитися від матеріалу. У середу автор переходить до монтажу. У четвер він готує обкладинку епізоду, у п'ятницю нагадує аудиторії, що завтра вийде новий подкаст, а також просить героя чи героїню поширити матеріал у себе на сторінці. У суботу автор публікує подкаст на всіх платформах та ще раз оголошує про вихід випуску.

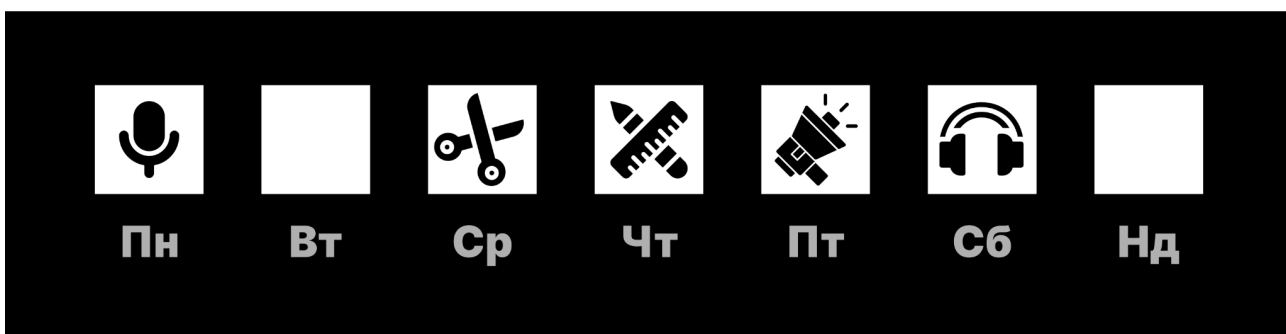


Схема 3.3. Ідеальний порядок робіт для випуску епізоду одного подкасту

Тут варто зауважити про проблеми, з якими стикався автор при створенні подкасту:

1) Втрата даних від поломки ноутбука. Через пошкодження контролера на SSD-диску пристрою автора, втратились два записи подкасту, усі макети анімацій для ютуб-версії та усі чотири вихідні аудіофайли опублікованих епізодів. Попри це, є великий шанс отримати ці дані назад у середині грудня.

2) Часто записи доводилося переносити через велику навантаженість гостей. Також, під час онлайн-зустрічей, у героїв та героїнь бували проблеми з інтернетом, що не просто ускладнювало комунікацію, а й погіршувало якість запису.

3) Багато поставлених задач автора доводилося переносити через його високу завантаженість і відсутність достатніх навичок тайм-менеджменту.

На цьому місці варто сказати про кількість прослуховувань контенту. Очевидним фактом є те, що вони досить невисокі.

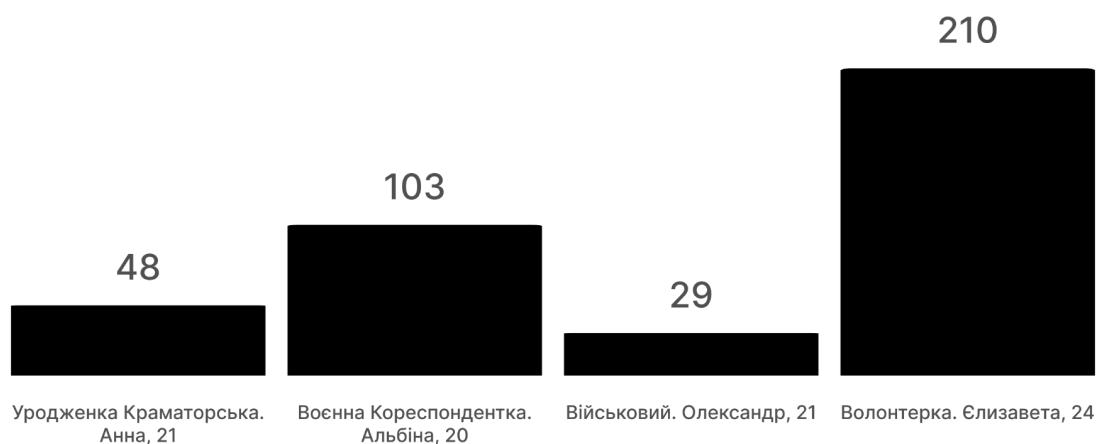


Схема 3.4. Кількість прослуховувань подкасту «Так, це моя молодість» за епізодами

Проте варто розуміти, що подкаст не мав високого рівня просування, він новий, а тема війни може нерідко відштовхувати середньостатистичну аудиторію. Із закономірностей варто зазначити, що чим публічнішими були герой чи героїня, тим більшою є кількість переглядів на епізоді.

3.2. Рекомендації стосовно покращення та майбутнього подкасту

Для покращення та подальшого розвитку подкасту необхідно врахувати низку аспектів, які стосуються змісту, технічного виконання, взаємодії з аудиторією та стратегічного планування. Ці аспекти дозволять не лише підвищити якість продукту, а й забезпечити його довготривалий успіх.

Одним із ключових напрямків удосконалення є детальніший аналіз аудиторії та адаптація контенту до її потреб. Для цього важливо провести дослідження, спрямоване на вивчення демографічних, соціальних та поведінкових характеристик слухачів. Наприклад, визначити найбільш популярні теми або формати подачі. Це дозволить урізноманітнити наявний формат. Також потрібно більше експериментувати з інтерактивними елементами, як-от запитання слухачів до гостей або прями ефіри з можливістю ставити запитання в реальному часі, що створює відчуття залученості та підвищує лояльність аудиторії, а такі формати дозволяють подкасту стати не просто медіапродуктом, а платформою для спілкування.

Наступним важливим аспектом є підвищення технічної якості виконання подкасту: якісніший звук, професійніший монтаж і авторські музичні перебивки, підкладки, тощо. Немає межі ідеалу, як то кажуть. Для досягнення професійного рівня звуку необхідно використовувати краще обладнання. Особливу увагу слід звернути на акустичну обробку приміщення та мінімізацію фонового шуму під час запису. Потенційно, це може вилитись у пошук студії. Технічні деталі можуть здаватися дрібницями, але вони значно впливають на загальне сприйняття.

Робота з гостями також потребує системного підходу. Варто задуматися над запрошенням відомих людей, що може створити інформаційний прецедент.

Просування подкасту вимагає активного використання сучасних маркетингових інструментів. У соціальних мережах можна створити власну сторінку для подкасту, публікувати анонси випусків, створювати тизери та навіть меми на основі цитат героїв та героїнь. Залучення партнерів для

кроспромоції також сприятиме розширенню охоплення аудиторії. Ще було би добре формувати прес-релізи для розсилки медіа, аби розширити аудиторію за рахунок їх читачів. Наприклад, співпраця з іншими подкастами, медіа або медіаплатформами може стати ефективним способом привернення нових слухачів. Звісно варто також задуматися і про таргетовану рекламу. Просування подкасту – ще один ключовий напрямок для вдосконалення. Плануємо активніше використовувати соціальні мережі, короткі відеоуривки з епізодів і колаборації з іншими подкастерами чи блогерами. Це, на мою думку, допоможе збільшити впізнаваність бренду та залучити нових слухачів.

Взаємодія зі слухачами є важливим аспектом, що сприяє формуванню лояльної аудиторії. Для цього варто впроваджувати інтерактивні елементи, такі як опитування, військові збори або сесії запитань і відповідей. Зворотний зв'язок від слухачів дозволяє не лише вдосконалювати формат подкасту, а й демонструє аудиторії її важливість у процесі створення продукту.

Монетизація подкасту відкриває можливості для його довготривалого розвитку. Розгляд різних моделей монетизації, таких як підписка на Buy Me a Coffee, грантова підтримка або продаж тематичного мерчу, дозволить забезпечити додаткове фінансування.

Нарешті, постійне навчання та вдосконалення компетенцій автора подкасту сприятимуть його розвитку. Слід відстежувати нові тренди в подкастингу, відвідувати тренінги та майстер-класи, а також обмінюватися досвідом із колегами в індустрії. Залучення представників різних сфер – від творчих професій до соціальних активістів – сприятиме розширенню аудиторії подкасту. Це допоможе знайти нові точки дотику між слухачами і героями, зробивши подкаст більш особистим і надихаючим. Особливо цікавими можуть стати епізоди з міжнародними гостями, що нададуть глобальної перспективи темі молодіжного досвіду.

Крім того, важливо впроваджувати інтерактивні формати, які дозволять слухачам брати участь у створенні контенту. Наприклад, голосування за теми майбутніх випусків чи запитання, що слухачі хотіли б поставити гостям. Це не

лише посилить залучення аудиторії, але й зробить подкаст більш інноваційним. Разом з тим, планується активний розвиток мультимедійного формату подкасту. Зокрема, особлива увага буде приділена створенню текстових версій випусків. Це дозволить зробити контент доступнішим для людей з вадами слуху або тих, хто віддає перевагу читанню замість прослуховування. Додатково, передбачається розширення відеоформату подкасту. ВідеOVERсії випусків будуть доповнені анімаційними вставками, які слугуватимуть для візуалізації ключових моментів розмови або підкреслення важливих акцентів. Такі вставки можуть включати графічні елементи, діаграми чи навіть ілюстрації, що зробить контент динамічнішим і привабливішим для глядачів. Відеоконтент можна розповсюджувати через платформи YouTube, TikTok або Instagram Reels, орієнтуючись на аудиторію, що споживає медіа через ці канали. Розширення промоційних стратегій через соціальні мережі, короткі відео-нарізки та спільні проекти з іншими платформами також сприятиме розвитку подкасту. У перспективі подкаст може стати майданчиком для важливих соціальних дискусій, які об'єднують молодь навколо спільних ідей і цінностей.

Загалом, щоб покращити подкаст, важливо постійно оновлювати формат і враховувати зворотній зв'язок від слухачів. Наприклад, регулярні опитування чи коментарі на платформах можуть дати розуміння, які теми найбільше цікавлять аудиторію, адже невеликі зміни можуть суттєво вплинути на ваш успіх.

У майбутньому можна запрошувати більше експертів із різних галузей, щоб розширити тематичне коло подкасту. Це не лише допоможе охопити нову аудиторію, але й забезпечить глибину дискусій. Крім того, плануємо створити серію епізодів, об'єднаних спільною темою, що дозволить глибше зануритися в певні аспекти.

Завжди варто пам'ятати про розвиток власних навичок. Курси з комунікації, роботи з аудіо або навіть акторської майстерності можуть допомогти стати кращим ведучим.

Отже, подкаст «Так, це моя молодість» має значний потенціал для розширення, що відкриває нові перспективи в його розвитку. Одним із основних

напрямів є запис нових епізодів із залученням інших героїв та героїнь, які представляють різні соціальні, професійні й культурні групи. Це дозволить створити більш багатогранний контент, що відображає різноманітність досвіду молодого покоління.

3.3. Специфіка роботи з героями та героїнями подкастів. Рекомендації по роботі з гостями

Висвітлення травматичних подій є невід'ємною частиною нашого подкасту. Однак, цей процес супроводжується низкою викликів та проблем, які безпосередньо впливають на якість інформації, емоційний стан аудиторії та опитаних людей. Звісно не всі наші гості є травмованими, але у всіх є певний травматичний досвід і варто працювати з ними дещо обережно.

У посібнику «Як викладати журналістику конфлікту» [33] автори дають наступні поради для спілкування з людьми із травмою:

- *«адекватно мотивувати героя чи героїню погодитися на інтерв'ю з вами, дати йому/їй всю необхідну інформацію;*
- *грунтовно підготуватися до інтерв'ю;*
- *коректно, м'яко, з емпатією запропонувати людині розповісти свою історію;*
- *співчувати та проявляти емпатію;*
- *бути щирим, не боятися уточнювати та перепитувати;*
- *знати основи психологічної кризової допомоги;*
- *мати базу контактів, куди можна спрямувати героя чи героїню, якщо він потребуватиме підтримки та заспокоєння: психологів, що працюють саме з такими травмами, груп підтримок, волонтерів;*
- *дати запис на узгодження до його оприлюднення;*
- *вміти вчасно і м'яко звести спілкування з героєм до мінімуму;*
- *розвивати емоційний інтелект та чуйність;*
- *бути терплячим, толерантним, неупередженим».*

Також вони вказують на речі, яких варто уникати при розмовах із цими людьми:

- *«використовувати термін «жертва», краще – «людина, що пережила травму»;*
- *узагальнювати, що всі, хто був або перебуває зараз у зоні конфлікту, є травмованими особами. Наприклад, професійні військові краще підготовлені до стресів та роботи на війні;*
- *виражати жаль у будь-який спосіб: словами, мімікою, поведінкою. Співчувати – можна, жаліти – ні;*
- *тиснути на людину, маніпулювати її почуттями;*
- *випитувати шокуючі подробиці;*
- *інтерпретувати емоції та почуття замість самої людини;*
- *вирішувати за людину, наскільки важкими чи ні були обставини, в яких вона опинилася;*
- *навмисно драматизувати розповідь;*
- *відповідати агресією на агресію» [33].*

З досвіду підготовки подкасту «Так, це моя молодість» варто додати, що ці люди бувають дуже різні і їх ставлення до своєї травми буває різне. У будь-якому випадку, попри бажання закарбувати емоцію цієї людини в моменті, варто все-таки витримати певний час, щоб людина могла прийти в себе, а її психіка б заспокоїлась.

Також при формуванні питань, старалися не робити їх надто песимістичними. Це дозволило гостям говорити про свої травми досить легко, навіть з усмішкою на лиці чи навіть жартуючи.

Крім цього серед гостей нашого подкасту присутній військовий, тому тут варто зважати також на певні особливості комунікації із ними. Виділили їх із інтерв'ю соціального та військового психолога Олега Покальчука виданню varosh.com.ua [37]:

- *Якщо помітно, що військовий емоційно закритий, не тисніть і дайте час для встановлення контакту.*

- Акцентуйте увагу на позитивних емоціях. Дайте зрозуміти, що їхня праця цінується суспільством.
- Підтримуйте тему поступового повернення до мирного життя, але не натискайте. Наприклад, цікавтеся загальними планами без детального розпитування про труднощі адаптації.
- Спілкуйтеся щиро та з розумінням. Військові відчувають фальш і чутливі до справжніх емоцій.
- Висловлюйте вдячність: «Дякую за те, що ви робите». Це показує підтримку і визнання їх внеску.
- Уникайте різких рухів і говоріть спокійно. Це важливо, особливо якщо військовий має посттравматичний досвід.
- Варто в цілому узгодити питання, які будуть ставитися, теми, які будуть обговорюватися та обов'язково обговорити табу.
- Не варто ставити питань, які можуть здаватися надмірно особистими, примітивними.
- Не використовуйте фрази, які знецінюють їхню працю, наприклад, про недосвідченість ворога чи необхідність «навчити їх»
- Якщо військовий сам відкривається, слухайте уважно і без оцінок.

У цілому, коли працюємо з героями подкастів, перше, що робимо, – це намагаємось створити атмосферу довіри. Важливо знайти спільні теми, щоб зняти напругу. Гості завжди відчувають фальш, тому щирість і увага до деталей є основою для успішного діалогу.

Підготовка до розмови передбачає ретельне вивчення біографії гостя, його досягнень і тем, які його хвилюють. Це дозволяє уникнути поверхневих питань і знаходити моменти, які можуть викликати емоційну відповідь чи зацікавити слухача. Особисті історії чи несподівані факти часто стають найбільш пам'ятними. Ми складаємо попередній план розмови, але залишаємо простір для імпровізації, щоб гість залишався автентичним. Також враховуємо поточний контекст і уникаємо повторення питань, які вже лунали в інших інтерв'ю. Це створює відчуття ексклюзивності для гостя і слухачів і не злить його зайвий раз.

Під час запису важливо підтримувати баланс між контролем і свободою розмови. Гість має відчувати, що його уважно слухають, але розмова повинна зберігати фокус. Ми намагаємось не перебивати, але водночас скеровуємо діалог у потрібне русло. Можемо робити це шляхом додаткових запитань, уточнень власних фраз чи узагальнень.

Якщо гість хвилюється, допомагаємо йому розкритися через прості й комфортні запитання на початку. Коли співрозмовник надто активний, слідкуємо за структурою розмови, щоб вона залишалася зрозумілою для слухачів.

Після запису важливо підтримати контакт із гостем, подякувати йому за участь і зусилля. Це допомагає зміцнити стосунки й підвищує ймовірність майбутньої співпраці. Ми також можемо надіслати короткі підсумки епізоду або цитати, які плануємо використати для промоції. Це створює залученість гостя до фінального результату. За можливості запрошуємо наших гостей на додаткові активності, як-от панельні дискусії, стріми, тощо. Якщо виникли негативні моменти, намагаємось їх вирішити через відкриту комунікацію та компроміси. Варто також розглянути можливість повторних записів за деякий час для спостереження динаміки у житті нашого героя чи розвитку певної, історії, яка розкривалася у першому епізоді.

Аналіз кожного інтерв'ю допомагає покращувати майбутні випуски. Ми прослуховуємо записи, щоб оцінити тон, темп і емоції розмови, а також зафіксувати, що спрацювало добре, а що потребує доопрацювання. Слухачі часто дають цінний зворотний зв'язок, який допомагає зрозуміти, чи була розмова цікавою та інформативною. Монтаж також вдосконалюється: ми краще обираємо, що залишити, а що скоротити. Порівнюючи свої випуски з іншими подкастами, знаходимо нові ідеї для формату та підходу до тем.

Наша мета – створювати якісний контент, який буде цікавий слухачам і до якого вони захочуть повертатися. Тому варто звертати увагу на нові тренди, інструменти та засоби і використовувати їх, навіть якщо це подкаст про війну,

адже кожен продукт має бути почутим, особливо голоси тих, хто були свідками цієї війни, життя яких кардинально змінилось після 24 лютого.

Висновки до Розділу III

Розділ III досліджує практичну реалізацію подкасту, зокрема особливості його створення та розвитку. На етапі розробки концепції вдалося сформулювати чітку ідею проєкту: задокументувати автентичні історії молодих людей, які переживають війну, з метою збереження цих спогадів для майбутніх поколінь. Основний формат подкасту – інтерв'ю-діалог, що дозволяє передати голоси та емоції героїв без цензури чи прикрашання.

Однією з ключових переваг проєкту є багаторівневий підхід до розуміння аудиторії. Виділено три сегменти: молодь віком 16–30 років, яка може рефлексувати над власним досвідом; старшу аудиторію віком 30–45 років, яка цікавиться переживаннями молоді; а також дослідників і майбутні покоління, для яких важливо створити доступний і структурований контент. Такий підхід забезпечує різноманітність і довготривалі перспективи розвитку подкасту.

На практичному етапі було визначено платформи для публікації, серед яких Spotify Podcasts, Apple Podcasts, YouTube та Amazon Music. Ці платформи гарантують широку доступність подкасту. Особливістю процесу є ручна дистрибуція, що зумовлює додаткові зусилля з боку автора, проте дозволяє краще контролювати якість представленого контенту.

У контексті продакшну акцент зроблено на якісному звуковому оформленні, структурованих питаннях та приємною візуальному пакуванні проєкту. Для просування подкасту передбачено залучення партнерів і використання аудиторії гостей для поширення.

Порівняння з іншими подкастами про війну, такими як «Повнолітні» та «The Blue Eyed Podcast», показало актуальність та унікальність концепції. Вибір формату, цінностей та орієнтація на майбутні покоління додають проєкту важливої культурної та соціальної значущості.

Реалізація подкасту базується на глибокому розумінні цільової аудиторії, дотриманні автентичності та системному підході до створення і поширення контенту, що забезпечує потенціал для його сталого розвитку.

ВИСНОВКИ

Ця кваліфікаційна робота присвячена створенню подкасту «Так, це моя молодість», який документує автентичні історії молодих людей, що переживають війну в Україні. У дослідженні розглянуто базові теоретичні засади подкастингу, проведено велике дослідження українських подкастів на тему сучасної російсько-української війни, описано теоретично практичні особливості розробки аудіопроекту, а також описаний авторський досвід продакшну та просування подкасту.

Поставлена мета – створення подкасту, який задокументує історії молодих людей у період війни – була досягнута. Подкаст «Так, це моя молодість» реалізований у інтерв'ю-діалогів, що дозволяє зберегти емоції та автентичність героїв. Було записано чотири епізоди, які охоплюють різні аспекти життя під час війни, записано ще два епізоди, а ще два – заплановано.

Проект виконано з дотриманням високих стандартів якості. Критерії оцінки, зазначені у пункті 2.6. На їх основі можна виділити наступне:

1) Змістовна складова: подкаст чітко дотримується заявленої концепції, яка спрямована на висвітлення досвіду молоді в умовах повномасштабної війни. Назва, опис та зміст випусків гармонійно пов'язані, що сприяє залученню цільової аудиторії. Темі випусків є актуальними, зокрема, висвітлення персональних історій та емоційних викликів, що допомагає слухачам знаходити точки ідентифікації з героями. Глибина аналізу доповнюється якісним підбором героїв та джерел інформації.

2) Технічна якість: звук подкасту відповідає професійним стандартам: він чистий, без сторонніх шумів чи технічних перешкод. Монтаж відзначається динамічністю, що створює приємний досвід прослуховування. Саунд-дизайн підсилює атмосферу випусків, допомагаючи краще передати емоційне забарвлення тем.

3) Охоплення: подкаст показав задовільний інтерес аудиторії, що підтверджується кількістю прослуховувань. Враховуючи нішеву тематику, новий локальний проєкт без високого рівня просування, можна вважати показники непоганими, як для старту

4) Візуальна айдентика та просування: айдентика подкасту відповідає заявленій концепції: обкладинки випусків і логотип є впізнаваними, стилістика витримана та естетична.

Подкаст «Так, це моя молодість» відповідає високим стандартам якості за всіма критеріями оцінки, окрім охоплення. Змістовна складова, технічне виконання, візуальна презентація та просування створюють цілісний продукт, який не лише виконує свої комунікаційні функції, але й демонструє потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення.

Задекларований план дій реалізований успішно, хоча виникли певні труднощі, пов'язані з технічними збоями (втрата даних через поломку ноутбука) та завантаженістю героїв. Попри це, всі заплановані епізоди були записані й опубліковані. Гнучкий підхід до графіку записів дозволив мінімізувати вплив цих факторів.

Процес розробки подкасту включав у себе розробку концепції, окреслення аудиторії, аналіз ринку, створення айдентики, формування контент-плану, підготовку до записів, запис подкастів, монтаж і саунд-дизайн, публікацію випусків та просування в соціальних мережах. Процес продакшну самого епізоду включав у себе запис, монтаж, створення саунд-дизайну та візуального оформлення.

Подкаст «Так, це моя молодість» вирізняється серед конкурентів, таких як «Повнолітні» чи «The Blue Eyed Podcast», акцентом на різну молодь у різних ампуах. Також варто говорити про іншу геолокацію героїв. Оригінальна концепція та формат інтерв'ю створюють унікальну цінність, яка поєднує документальність і близькість до слухача.

У взаємодії з героями враховувалися їхні психологічні особливості. Інтерв'ю проводилися в атмосфері довіри, з дотриманням етичних стандартів.

Це сприяло відкритості героїв і дозволило глибше розкрити їхні історії. Використання рекомендацій із роботи з травмованими особами допомогло уникнути емоційного перенавантаження героїв.

Подкаст має потенціал для розширення. Планується запис нових епізодів з іншими героями та героїнями, а також розвиток мультимедійного формату – створення текстових версій, більше анімаційних вставок у відеOVERSII випусків.

Також є інші нові вектори розвитку дослідження подкастів про війну:

- 1) глибший аналіз наявних матеріалів: порівняння саунд-дизайну проєктів, порівняння стабільності їх виходу, тощо;
- 2) провести інтерв'ю з авторами частини подкастів, щоб обговорити деталі розробки, продакшну;
- 3) більше дослідити іноземні подкасти, зокрема не тільки про війну в Україні;
- 4) окремим сегментом розглянути подкасти про історію України. де розглядати російсько-українську війну як довший процес.

Результати роботи підтверджують, що подкаст «Так, це моя молодість» є важливим соціально-культурним проєктом, який сприяє документуванню історій молодих людей під час війни. Він відповідає критеріям якості, має позитивний вплив на аудиторію та героїв і демонструє перспективи для подальшого розвитку. Ця робота є цінним внеском у сучасну документалістику та медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

Джерела

1. Афанасьєв Д. Психологія злочину, сирена, кров і любов. Добірка українських подкастів про війну. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/395261-psihologia-zlocinu-sirena-krov-i-lubov-d-obirka-ukrainskih-podkativ-pro-vijnu/> (дата звернення: 25.11.2024).
2. Бабич Є. В. Культурно-історична проблематика в українському подкастингу під час війни : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник П. В. Мірошніченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 28 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/12686> (дата звернення: 25.11.2024).
3. Білоус Ю. Українські подкасти про війну - Sensormedia. *Sensormedia*. URL: <https://sensormedia.com.ua/culture/ukrainski-podkasty-pro-viynu/> (дата звернення: 25.11.2024).
4. Бліндюк М., Кушнір О. Платформи підлаштуються. Як розвивається український ринок подкастів. *Суспільне новини*. URL: <https://suspilne.media/culture/232280-platformi-pidlastuutsa-ak-rozvivaetsa-ukrainskij-rinok-podkativ/> (дата звернення: 25.11.2024).
5. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. № 16. С. 97–101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2017_16_16 (дата звернення: 25.11.2024).
6. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. № 14. С. 149154. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_21 (дата звернення: 25.11.2024).
7. Дні науки 13 – 17 травня 2024 р. XXIX наукова викладацько-студентська конференція (до 30-річчя відродження Острозької академії). Острог : Нац. ун-т «Острозька акад.», 2024. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/9203/1/Prohrama_2024.pdf (дата звернення:

- 25.11.2024).
8. Єршоменко А. Як українці виборюють свою незалежність: слухаємо про історію та війну у подкастах (добірка). *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/556829-ak-ukrainci-viboruut-svou-nezaleznist-sluhaemo-pro-istoriu-ta-vijnu-u-podkastah-dobirka/> (дата звернення: 25.11.2024).
 9. Звягінцева А. А. Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник Ю. В. Любченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 68 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/18105> (дата звернення: 25.11.2024).
 10. Круглій О. Подкасти, як інструмент для формування спільнот навколо медіа. Київ : Нац. ун-т «Києво-Могилянська акад.», 2023. 73 с. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/d1ea9483-fb2d-4b15-8c43-156b7d625688> (дата звернення: 25.11.2024).
 11. Лисенко В. В. Проблематика прав і свобод людини в умовах війни в українських радіо/подкастпроєктах : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник П. В. Мірошниченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 42 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/12692> (дата звернення: 25.11.2024).
 12. Любченко Ю. В. Ринок подкастів в Україні: основні тенденції. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив матеріали II всеукраїнської науково-практичної конференції*, 31 трав. 2021 р. С. 46–50. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi65/0048128.pdf#page=46> (дата звернення: 25.11.2024).
 13. Маймур І. 10 українських подкастів: про війну, відбудову, книги і ментальне здоров'я. *Журнал великого міста*. URL: <https://bzh.life/ua/mesta-i-veshi/1708366965-10-ukrayinskih-podkastiv-viynu->

- vidbudovu/ (дата звернення: 25.11.2024).
14. Міський В., Соколенко Н. «Теперішні подкастери стануть маркетмейкерами», – Катерина Котвіцька, MEGOGO Audio, в подкасті «Медіуми». *detector.media*. URL: <https://detector.media/mediumy/article/224864/2024-03-31-teperishni-podkasteru-stanut-marketmeykeramy-kateryna-kotvitska-megogo-audio-v-podkasti-mediumy/> (дата звернення: 25.11.2024).
 15. Мороз А. О. Подкаст як формат, що стрімко набирає популярності в Україні. Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики: матеріали III Всеукраїнської студентської наукової конференції. Розвиток сучасної науки: актуальні питання теорії та практики: матеріали III Всеукраїнської студентської наукової конференції, м. Харків, 19 трав. 2023 р. Вінниця, 2023. С. 323–324. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/29631> (дата звернення: 25.11.2024).
 16. Мрук М. Топ-15 нових українських подкастів. Про війну, бізнес та новини, від яких не хочеться здохнути. *ШоТам*. URL: <https://shotam.info/top-15-novykh-ukrainskykh-podkastiv-pro-viynu-biznes-ta-novynu-vid-iakykh-ne-khochetsia-zdokhnuty/> (дата звернення: 25.11.2024).
 17. Мунтянов В. Ю. Подкасти в воєнний час: специфіка створення і розповсюдження : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник Н. А. Виговська. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 39 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/handle/12345/12675> (дата звернення: 25.11.2024).
 18. Павлій І. В. Подкастинг в системі сучасного радіомовлення України. Маріуполь : Маріуп. держ. ун-т, 2021. URL: <https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/3205> (дата звернення: 25.11.2024).
 19. Подкасти про війну та людей на ній. Що послухати, щоб краще зрозуміти захисників України?. *Радіо Свобода*. URL:

- <https://www.radiosvoboda.org/a/pidbirka-podkativ-pro-viynu/32354907.html>
(дата звернення: 25.11.2024).
20. Портрет українського подкастера. Megogo Audio, 2023. URL: <https://drive.google.com/file/d/1ie1N722fiVfJ0ScZ7zpYX59V8HFEJ1yd/view>
(дата звернення: 25.11.2024).
21. Рибак С. С. Аналіз тенденцій розвитку подкастингу за кордоном та в Україні. *Матеріали міжнародних науково-практичних конференцій, 18 черв. 2018 р. С. 47–49.* URL: https://ugi.edu.ua/wp-content/uploads/2020/07/збірник-конференції_УГІ_2018-рік_НПП-і-СТУД.pdf#page=47 (дата звернення: 25.11.2024).
22. Соін А. С. Життєві історії про війну в українських радіопрограмах : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник П. В. Мірошніченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 39 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/12731> (дата звернення: 25.11.2024).
23. Термінал українських подкастів. URL: <https://podcaster.in.ua/> (дата звернення: 25.11.2024).
24. Тестова Д. В., Мельнікова Ю. О. Типологія подкастів в сучасному медіапросторі. *VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція*, м. Запоріжжя, 20–21 квіт. 2023 р. С. 352–353. URL: https://www.bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2023/05/Testova-Daryna-Volodymyrivna-Melnikova-YUliia-Oleksandrivna.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 25.11.2024).
25. Топ 14 подкастів про війну від September. *September journal. Жіночий журнал для натхнення.* URL: <https://september.ua/recommendation/top-13-podkativ-pro-vijnu> (дата звернення: 25.11.2024).
26. Учасники проєктів Вікімедіа. Подкаст. *Вікіпедія.* URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Подкаст> (дата звернення: 25.11.2024).

27. Федорняк О. А. Подкаст як нова форма журналістики в Україні. - Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістр спеціальності «Журналістика» як нова форма журналістики в Україні. Київ : Нац. авіац. ун-т, 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/53844> (дата звернення: 25.11.2024).
28. Хуцану С. Не тільки про війну. 15 нових українських подкастів 2022 року. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/life/knowledge-2022/334757-15-novih-ukrayinskih-podkastiv-2022> (дата звернення: 25.11.2024).
29. Царик Г. М. Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. *South archive (philological sciences)*. 2023. № 95. С. 66–72. URL: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2023-95-8> (дата звернення: 25.11.2024).
30. Шевцов О. В. Російсько-українська війна у матеріалах інформаційно-аналітичних жанрів на радіо : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник Ю. В. Костюк. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 35 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/12733> (дата звернення: 25.11.2024).
31. Шишков Д. Ф. Український подкастинг в умовах війни : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 061 «Журналістика» / Наук. керівник П. В. Мірошниченко. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 51 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/10441> (дата звернення: 25.11.2024).
32. Шутяк Л. Звідки звук: хто створює подкасти в Україні. *Перше медіа про благодійність*. URL: <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/zvidky-zvuk-hto-stvoryuye-po-dkasty-v-ukrayini/> (дата звернення: 25.11.2024).
33. Як викладати журналістику конфлікту. Посібник для викладачів факультетів журналістики / Заг. ред. Д. Р. Дуцик. ГО «Укр. ін-т медіа та

- комунікації», 2019. 112 с. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2021/02/Conflict-journalism_A41-small.pdf (дата звернення: 25.11.2024).
34. Як випускниця Острозької академії з Краматорська двічі стала переселенкою. Подкаст «Так, це моя молодість» - Ostroh.info. *Ostroh.info*. URL: <https://ostroh.info/istorii/yak-vypusknysia-ostrozkoii-akademii-z-kramatorska-dvichi-stala-pereselenkoiiu-podkast-tak-tse-moia-molodist/> (дата звернення: 25.11.2024).
35. Які подкасти слухати під час війни. Огляди Хмельницький. ГО «Жіночий Антикорупційний Рух». URL: <https://zhar.org.ua/podkasty-pro-vijnu-polityku-ta-psyhologiyu-chym-zajnyatyvuha-i-rozum/> (дата звернення: 25.11.2024).
36. Яковенко І. Behind Blue Eyes створили подкаст про дітей з прифронтових і деокупованих сіл. *The Village Україна*. URL: <https://www.village.com.ua/village/life/edu-news/349657-behind-blue-eyes-stvorili-podkast-pro-ditey-z-prifrontovih-i-deokupovanih-sil> (дата звернення: 25.11.2024).
37. Як спілкуватися з військовими? Аби не зачепити, не зробити боляче?. *Varosh*. URL: <https://varosh.com.ua/vijna/yak-spilkuvatysya-z-vijskovymy-aby-ne-zachepyty-ne-zrobyty-bolyache/> (дата звернення: 25.11.2024).
38. Havryliuk I. Podcasts in the system of Ukrainian Internet-media. *Obraz*. 2022. Vol. 38, no. 1. P. 72–79. URL: [https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1\(38\)-72-79](https://doi.org/10.21272/obraz.2022.1(38)-72-79) (date of access: 25.11.2024).
39. NV подкасти. URL: <https://podcasts.nv.ua/> (дата звернення: 25.11.2024).
40. Skurtul H. Як звучить війна: нарративні подкасти як продукт медіаконвергентності. *State and Regions. Series: Social Communications*. 2024. № 4(56). С. 50. URL: [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.4\(56\).6](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.4(56).6) (дата звернення:

26.11.2024).

41. Skurtul H. S. Podcasting in Ukraine after the Russia's full-scale military invasion of Ukraine. *The european development trends in journalism, pr, media and communication*. 2023. URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-342-2-8> (дата звернення: 26.11.2024).

Подкасти

42. Армія FM. URL: <https://podcasts.apple.com/ee/podcast/армія-fm/id1706524443> (дата звернення: 25.11.2024).
43. Армія TV. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/армія-tv-на-зв'язку/id1750293052> (дата звернення: 25.11.2024).
44. Без оголошення війни / ведучі: О. Аврамчук, І. Кабачинський. *BOV Media*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/без-оголошення-війни/id1617407150> (дата звернення: 25.11.2024).
45. Бо любов [крапка] війна / ведуч. В. Станчишин. *Радіо Скворода*. URL: <https://open.spotify.com/show/1QNOs0Gk432wg2kzUWapuG> (дата звернення: 25.11.2024).
46. Бруд і кров | На межі. *IZONE Media*. URL: <https://pod.link/1546497470> (дата звернення: 25.11.2024).
47. Відбій тривоги. *Суспільне мовлення*. URL: <https://open.spotify.com/show/3YuJepoJBvrgqn4Wnf3x41K> (дата звернення: 25.11.2024).

48. Відкриті знову. *Urban Space Radio*. URL: <https://open.spotify.com/show/442DNaKxNOrEdEldbGhVY7> (дата звернення: 25.11.2024).
49. Війна в Україні. *Радіо NV*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/322-viyna-v-ukraini.html> (дата звернення: 25.11.2024).
50. Війна. Інформаційний марафон. *Громадське радіо*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/війна-інформаційний-марафон/id1613178308> (дата звернення: 25.11.2024).
51. Вільні / ведуч. Л. Тягнирядно. *Суспільне Подкасти*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/m8juvppforg> (дата звернення: 25.11.2024).
52. Воєнкор / ведуч. О. Махов. URL: <https://open.spotify.com/show/5zE67lFgg0D0HiszjLkBVq> (дата звернення: 25.11.2024).
53. Воїни / ведуч. Г. Стрижко. *Veteran Hub*. URL: <https://open.spotify.com/show/0fMt3T46JKaJbbhatOcDF8> (дата звернення: 25.11.2024).
54. Волонтерська шахта / ведуч. Н. Безпалько. *Радіо Сковорода*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpx1vKJAyw3AygdcCsVICpUuXubz2NZZv> (дата звернення: 25.11.2024).
55. Голоси мирних. *Музей «Голоси Мирних» Фонду Ріната Ахметова*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/413-golosy-myrnyh.html> (дата звернення: 25.11.2024).
56. Давайте після війни. *Urban Space Radio*. URL: <https://podcasts.apple.com/lv/podcast/давайте-після-війни/id1620013108> (дата звернення: 25.11.2024).
57. Добровольці / ведуч. А. Сарнацька. *Громадське радіо*. URL: <https://open.spotify.com/show/0aT3uuluh2wzh27RaAzqbM> (дата звернення: 25.11.2024).

58. До дому. *Бабель.* URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/до-дому/id1694351308> (дата звернення: 25.11.2024).
59. Жити під час війни. *Радіо NV.* URL: <https://podcasts.nv.ua/ru/podcast/324-zhyty-pid-chas-viyny.html?page=2> (дата звернення: 25.11.2024).
60. Загальні збори / ведуч. В. Андрєєв. *Радіо Сковорода.* URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/загальні-збори/id1713725911> (дата звернення: 25.11.2024).
61. Згідно/відповідно / ведуч. А. Кошляк. URL: <https://open.spotify.com/show/3XZAdD1vo733P004G5r6xh> (дата звернення: 25.11.2024).
62. Інструкція. Війна / ведуч. І. Семесюк. *Суспільне Мовлення.* URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/instruction-war> (дата звернення: 25.11.2024).
63. Історії з вікна. *Urban Space Radio.* URL: <https://open.spotify.com/show/30g3KTTszWgLxaDHtMDdDM> (дата звернення: 25.11.2024).
64. Кохані / ведуч. А. Зухвала. *Veteran Hub.* URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/477-khan.html> (дата звернення: 25.11.2024).
65. Культура: війна / ведуч. А. Агаджанова. URL: <https://open.spotify.com/show/5TeUspq57Fj4PQvSzv6zv0> (дата звернення: 25.11.2024).
66. Людина в окупації. *Радіо Треба.* URL: <https://www.podcastrepublic.net/podcast/1636546192> (дата звернення: 25.11.2024).
67. Людина в пікселі / ведуч. В. Крилів. *Радіо Сковорода.* URL: <https://open.spotify.com/show/4sn1AePSQuoCpPr2N2Ug2P> (дата звернення: 25.11.2024).

- 68.Маріуполь: зневоднення. *Громадське радіо*. URL: <https://podcasts.apple.com/ru/podcast/маріуполь-зневоднення/id1666242382> (дата звернення: 25.11.2024).
- 69.Мати рацію / ведучі: С. Найда, Р. Ганжа. *Urban Space Radio*. URL: <https://open.spotify.com/show/6hGZNspYv9YeWLwUNPJ8vv> (дата звернення: 25.11.2024).
- 70.Мілітарний / ведучі: Т. Чмут, О. Аргата. URL: <https://pod.link/1550576365> (дата звернення: 25.11.2024).
- 71.Моя історія війни. *Твій подкаст | Суспільне запоріжжя*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/моя-історія-війни/id1646601990> (дата звернення: 25.11.2024).
- 72.Музиканти і війна. *Суспільне мовлення*. URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/музиканти-і-війна/id1663666288> (дата звернення: 25.11.2024).
- 73.Напалм. *Бабель*. URL: <https://podcasts.nv.ua/ru/podcast/327-napalm-podcast.html?page=1> (дата звернення: 25.11.2024).
- 74.На своєму полі / ведуч. П. Троць. *Urban Space Radio*. URL: <https://open.spotify.com/show/3H86t1qp17jcpmzoB23r9r> (дата звернення: 25.11.2024).
- 75.(Не)Безпечна країна / ведуч. А. Фролова. *Українська правда*. URL: <https://pod.link/1643335900> (дата звернення: 25.11.2024).
- 76.Небо на плечах. *The Ukrainians*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/небо-на-плечах/id1719297412> (дата звернення: 25.11.2024).
- 77.Один одному. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/mariia-ocheretiana> (дата звернення: 25.11.2024).
- 78.Переможеньки. *VoxCheck*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/voxcheck> (дата звернення: 25.11.2024).

79. Повнолітні / ведуч. В. Панасенко. *Свої.City*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLOCzBxAS6WnDnI8x4Wk3hlrygAfYifp5B> (дата звернення: 25.11.2024).
80. Подкаст на відстані. З Мелітополем в серці / ведуч. В. Майоров. *радіо Сковорода*. URL: <https://soundcloud.com/radioskovoroda/sets/podkast-na-vidstani> (дата звернення: 25.11.2024).
81. Подкаст на ротації / ведучі: О. Круглій, М. Рівчаченко. *Радіо Сковорода*. URL: <https://soundcloud.com/radioskovoroda/sets/podkast-na-rotatsiyi> (дата звернення: 25.11.2024).
82. Подкаст Ярослава Грицака / ведуч. Я. Грицак. *The Ukrainians Radio*. URL: <https://pod.link/1546083745> (дата звернення: 25.11.2024).
83. ++ Подкаст. *hromadske*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/подкаст/id1712684234> (дата звернення: 25.11.2024).
84. Поплава / ведучі: Т. Чмут, О. Новіков. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/323-pravo-na-poplavu.html?page=41> (дата звернення: 25.11.2024).
85. Пошрамований. Подкаст про місто нескорених. *Твій подкаст | Суспільне Харків*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/poshramovan> (дата звернення: 25.11.2024).
86. Правда через історії. *Освітній дім прав людини в Чернігові*. URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/правда-через-історії/id1713001687> (дата звернення: 25.11.2024).
87. Прийом / ведуч. А. Осипян. *The Village Україна*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/прийом/id1653827934> (дата звернення: 25.11.2024).
88. Психологія злочину. *Суспільне мовлення*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/13795> (дата звернення: 25.11.2024).

- 89.Раїдостанція Твоє Радіо. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/раїдостанція-твоє-радіо/id1678063802?l=uk> (дата звернення: 25.11.2024).
- 90.Рішучі. *Радіо NV*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/404-rishuchi.html> (дата звернення: 25.11.2024).
- 91.Розквітай / ведуч. А. Вишня. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/alisa-wishnya> (дата звернення: 25.11.2024).
- 92.Русській фейк: стукіт з дна / ведуч. В. Міський. *Детектор медіа*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/русскій-фейк-стукіт-з-дна/id1613169454> (дата звернення: 25.11.2024).
- 93.Свої розмови / ведуч. Г. Авакян. *Свої*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLOCzBxAS6WnCzWoSN4d2itHG-QrdB286U> (дата звернення: 25.11.2024).
- 94.Свої серед своїх. *Радіо Свобода*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/свої-серед-своїх/id1674835134> (дата звернення: 25.11.2024).
- 95.Сирена / продюсерка А. Кравець. *Graty Podcast*. URL: <https://pod.link/1612951425> (дата звернення: 25.11.2024).
- 96.Сміх та гріх / ведуч. О. Колмен-Сердюк. *Радіо Накупіло*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/смiх-та-грiх/id1640318762> (дата звернення: 25.11.2024).
- 97.Стилет чи стилос. *Ukrainer*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/стилет-чи-стилос/id1635536576?l=uk> (дата звернення: 25.11.2024).
- 98.Суспільне розслідування. *Суспільне Мовлення*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/87184> (дата звернення: 25.11.2024).
- 99.Так, це моя молодість / ведуч. Б. Сімонов. URL: <https://open.spotify.com/show/6KCJbgRarFd0mOwzdknZrQ> (дата звернення: 25.11.2024).

100. Точка повернення / ведуч. Д. Бура. *The Ukrainians*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/точка-повернення/id1545388511> (дата звернення: 25.11.2024).
101. Тут-і-тепер. *The Ukrainians Radio*. URL: <https://pod.link/1622964183> (дата звернення: 25.11.2024).
102. Фронт креативних індустрій. *CASES*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/325-front-kreatyvnykh-industriyi.html> (дата звернення: 25.11.2024).
103. Цей дощ надовго / ведуч. А. Римарук. *Свідомі медіа*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/цей-дощ-надовго/id1633449323?l=ru> (дата звернення: 25.11.2024).
104. Човен. *Бабель*. URL: <https://open.spotify.com/show/0hf0nvvoHsIF2hQrDg6k07> (дата звернення: 25.11.2024).
105. Шо там переможеньки? Новини, від яких не хочеться здохнути. *ShoTam*, *VoxCheck*. URL: <https://creators.spotify.com/pod/show/shotam-voxcheck> (дата звернення: 25.11.2024).
106. Ще один день. *Urban Space Radio*. URL: <https://podcasts.apple.com/ru/podcast/ще-один-день/id1617989045> (дата звернення: 25.11.2024).
107. Щоденник війни / ведуч. Д. Коломієць. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/329-schodennyk-vijny.html> (дата звернення: 25.11.2024).
108. Щоденник Чеки Цибух / ведуч. І. «Чека» Цибух. *Свідомі медіа*. URL: <https://open.spotify.com/show/6zrkpsvPRLXBJEPL61T4Dr> (дата звернення: 25.11.2024).
109. Що це було. *BBC Ukrainian Radio*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/що-це-було/id1569801762> (дата звернення: 25.11.2024).

110. Я тебе... війна / ведуч. Х. Біляковська. *Радіо Сковорода*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpx1vKJAyw3CzBEF3KkhXpOXwHun6yFK9> (дата звернення: 25.11.2024).
111. Я тут – за тебе / авторка М. Кравченко. *IZONE Media*. URL: <https://open.spotify.com/show/34s9UywU2P46L7TfZaECjw> (дата звернення: 25.11.2024).
112. 24.02: реконструкція. *Українська правда*. URL: <https://pod.link/1674254261> (date of access: 25.11.2024).
113. Battleground. *Goalhanger*. URL: <https://pod.link/1617276298> (date of access: 25.11.2024).
114. Explaining Ukraine. *Internews Ukraine*. URL: <https://pod.link/1333090403> (date of access: 25.11.2024).
115. Healed Lands. *The Ukrainians Audio*. URL: <https://pod.link/1695545500> (date of access: 25.11.2024).
116. Power Lines: From Ukraine to the World. *The Kyiv Independent, Message Heard*. URL: <https://pod.link/1643726015> (date of access: 25.11.2024).
117. Privateer Station: War In Ukraine / hosts: M. Feygin, O. Arestovych. *Privateer*. URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/privateer-station-war-in-ukraine/id1648603352> (date of access: 25.11.2024).
118. Putin, take your pills. URL: <https://podcasts.apple.com/tr/podcast/putin-take-your-pills/id1617116727> (date of access: 25.11.2024).
119. Rebuilding / ведуч. В. Гаврюшова. *Суспільне Мовлення*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/rebuilding/id1661847958?l=uk> (дата звернення: 25.11.2024).
120. Rights Now! Podcast. *Радіо Сковорода*. URL: <https://open.spotify.com/show/1ghEYiXtHxBEOkdfsrvxcx> (date of access: 25.11.2024).

121. The Blue Eyed Podcast. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/the-blue-eyed-podcast/id1740279633> (дата звернення: 25.11.2024).
122. This Week in Ukraine / host A. Lapatina. *The Kyiv Independent*. URL: <https://pod.link/1680041460> (date of access: 25.11.2024).
123. UA: The day that we survived. *Urban Space Radio*. URL: <https://open.spotify.com/show/7q7N09RX8fqlp2v4AGwNnV> (date of access: 25.11.2024).
124. Ukrainecast. *BBC News*. URL: <https://pod.link/1611568441> (date of access: 25.11.2024).
125. Ukraine: The Latest. *The Telegraph*. URL: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/ukraine-the-latest/id1612424182> (date of access: 25.11.2024).
126. Ukrainians: Identity in Dignity. *PolitClub UCU*. URL: <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/ukrainians-identity-in-dignity/id1612331070> (date of access: 25.11.2024).
127. War-life balance / ведучі: А. Полякова, Ю. Кос. *Українська правда*. URL: <https://pod.link/1664170900> (дата звернення: 25.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток 1. Посилання на подкаст «Так, це моя молодість»



Додаток 2. Посилання на інтерв'ю з авторкою подкасту
«Повнолітні» Валерією Панасенко

