

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

Допущено до захисту
на засіданні кафедри журналістики та PR менеджменту
(протокол №10 від 20 травня 2025 року)
Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Подкаст про російську пропаганду в культурі:
особливості планування та реалізації»

Виконав студент 4 курсу, групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Тарчинець Михайло Ярославович

Науковий керівник: доцент,
кандидат філологічних наук
ГОДУНОК Зоряна Валентинівна
Рецензент: доцент,
кандидат наук з державного управління
ШЕРШНЬОВА Олена Володимирівна

Острог, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ ПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ.....	11
1.1 Обґрунтування вибору проблематики аудіоподкасту про російську пропаганду в культурі.....	11
1.2 Проблема російської пропаганди в культурі в джерелах та літературі..	14
1.3 Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики російської пропаганди в культурі.....	17
1.4 Обґрунтування вибору формату аудіоподкасту для медіапроєкту про російську пропаганду в культурі.....	22
1.5 Класифікації проєкту «Культурний детектив».....	24
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ.....	27
2.1 Управління змістом аудіоподкасту «Культурний детектив».....	27
2.2 Управління часом у проєкті «Культурний детектив».....	35
2.3 Управління ресурсами та закупівлями проєкту «Культурний детектив»..	38
2.4 Управління вартістю проєкту «Культурний детектив».....	40
2.5 Управління якістю проєкту «Культурний детектив».....	42
2.6 Управління ризиками проєкту «Культурний детектив».....	44
2.7 Управління командою проєкту «Культурний детектив».....	45
2.8 Управління комунікаціями проєкту «Культурний детектив».....	47
2.9 Моніторинг виконання проєкту «Культурний детектив».....	48
Висновки до 2 розділу.....	49
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АУДІОПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ.....	51

3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту «Культурний детектив»....	51
3.2 Особливості реалізації подкасту про російську пропаганду в культурі....	52
3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації аудіоподкасту «Культурний детектив».....	54
Висновки до 3 розділу.....	56
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	61
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

Актуальність теми медіапроєкту:

Росія активно використовує пропаганду з часів розпаду СРСР як один з основних інструментів впливу на людську свідомість. Їхня пропаганда потрапляє в різні сфери життя українців, зокрема і в культуру. РФ активно інтегрує її в кінематограф, музику, літературу та інші форми мистецтва, щоб формувати «правильні» ідеологічні погляди. Згідно з дослідженням Регіонального центру прав людини, протягом 2013–2021 років у російських медіа часто можна було зустріти наративи, які знецінювали українську культуру та ідентичність, вказуючи на нерозривність зв'язків братніх народів [16]. Це – один із ключових елементів російської пропаганди.

Важливим аспектом дослідження російської пропаганди в культурі є також те, що частина українців не помічає її наявності в культурному контенті. Це відбувається через ретельно сплановану подачу інформації, яка часто маскується під нейтральні наративи. Наприклад, у кінематографі, музиці та літературі може не бути прямих політичних підтекстів, але присутні образи та символіка, які важко розпізнати. Згідно з дослідженням Internews за 2023 рік, 57% опитуваної аудиторії сприймають дезінформацію як ненагальну проблему, а ще 28% не вміють розрізняти дезінформацію [39], а для того, щоб не вестися на пропаганду, потрібно вміти її розпізнавати. Проте є люди, які бачать пропаганду, але не завжди усвідомлюють її шкідливий вплив. Пропаганда не лише викривлює сприйняття дійсності, але й послаблює здатність критичного мислення, сприяючи при цьому «м'якому знищенню» української культури. Згідно зі статистикою музичного проєкту Bezodnya.music, станом на початок вересня 2024 року середня частка російських пісень, які слухають українці на стрімінгових платформах складає 26% [37].

Подкаст «Культурний детектив» створений для того, щоб допомогти аудиторії усвідомити механізми дії російської пропаганди в культурі та як саме завдяки їй можна маніпулювати та викривляти реальність. Глибше занурення з

експертами в цю тему допоможе зрозуміти її вплив на суспільство та шляхи протидії їй на реальних кейсах.

Проблеми, які ми вирішуємо в медіапроекті:

1. Проблема недостатньої обізнаності українців про російську пропаганду в культурі. Через недостатню кількість інформації в медіа, яка ілюструє прояв російської пропаганди в культурі, суспільство не розуміє цієї проблеми. Завдяки обговоренню цих проблем у форматі інтерв'ю в межах подкасту, наш проєкт може підвищити рівень обізнаності українців про пропаганду в культурі, сприяючи розвитку їхнього критичного мислення.

2. Проблема усвідомлення проросійських наративів у мистецтві та їхнього негативного впливу. Відсутність аналізу культурного контенту РФ ускладнює ідентифікацію прихованих меседжів та наративів у різних культурних напрямках. Крім того, суспільство недооцінює масштаб впливу російської пропаганди на культурне середовище в Україні. Через це з'являється недостатнє усвідомлення впливу культурної пропаганди на формування світогляду, ціннісних орієнтирів та національної ідентичності українців. Це робить аудиторію вразливою до маніпуляцій та схильною до споживання проросійських ідеологічних поглядів. У нашому подкасті ми аналізуємо конкретні приклади російської пропаганди в різних сферах культури та показуємо, як ворог використовує мистецтво в якості інструменту «м'якої сили».

3. Проблема відсутності навичок протидії російській пропаганді в культурі. Відсутність теоретичної бази та практичних кейсів протидії пропагандистському впливу в культурній сфері обмежує можливість ефективно реагувати на інформаційні загрози. Цей проєкт може стати джерелом інформації для слухачів та допомогти отримати більше інформації про різні види протидії пропаганді.

4. Проблема недостатньої кількості матеріалів, де висвітлюється тема російської пропаганди в культурі. На медіаринку є дефіцит спеціалізованого

контенту, присвяченого комплексному аналізу проблематики російської пропаганди в культурному просторі. Це обмежує доступ аудиторії до актуальної інформації та експертних думок щодо цієї теми. Наш подкаст може бути прикладом такого інформаційного продукту.

Медіапроект спрямований на розв'язання зазначених проблем шляхом створення подкасту, що сприяє обізнаності слухачів про вплив російської пропаганди в культурі та способи протидії їй.

Обґрунтування вибору формату медіапроекту:

1. Доступність формату. Подкасти дають можливість споживати контент у будь-який час, у будь-якому місці та з будь-якого пристрою. Крім того, подкаст можна слухати навіть під час роботи, за кермом чи інших справ.

2. Зростання популярності подкастів. Згідно з прогнозами німецької онлайн-платформи, яка спеціалізується на зборі та візуалізації даних, до кінця 2024 року подкастів у світі може бути 504,9 млн. Це на 84% більше аніж у 2019 році [47]. В Україні, згідно з дослідженням Суспільного за 2021 рік, кількість українців, які слухають подкасти, складає 8,3% [33]. Це дозволяє залучати активну аудиторію, зацікавлену у форматі аудіоподкасту.

3. Емоційна близькість з аудиторією. Через аудіоформат, ведучий та експерти можуть тримати емоційний контакт зі слухачем. Це дозволяє глибше взаємодіяти з аудиторією, формуючи довіру й залученість.

4. Архівування та повторне прослуховування. Подкасти залишаються доступними навіть після прем'єри, і їх можна прослухати в будь-який момент. Це дозволяє аудиторії повертатися до вже випущених епізодів, переслухувати важливі моменти та зберігати у зручний спосіб.

5. Легка взаємодія з аудиторією. Завдяки можливості обговорення через коментарі, вподобайки та несподобайки можна отримати миттєвий зворотний зв'язок від аудиторії. Такий формат дозволяє побудувати спільноту однодумців, що робить проєкт більш інтерактивним та гнучким.

Отже, вибір формату аудіоподкасту «Культурний детектив» можна обґрунтувати такими п'ятьма тезами: доступність формату, зростання популярності подкастів, емоційна близькість з аудиторією, можливість архівування та повторного прослуховування, а також легка взаємодія з аудиторією.

Мета медіапроєкту:

Метою медіапроєкту є дослідження теми російської пропаганди в культурі, створення подкасту та поглиблення обізнаності слухачів про російську пропаганду в кінематографі, музиці та літературі.

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

1. Проаналізувати ключові проблеми, пов'язані з темою проєкту.
2. Створити концепцію подкасту про російську пропаганду в культурі.
3. Визначити перелік гостей, які будуть запрошені та записати інтерв'ю.
4. Обробити звук та підготувати матеріали до публікації.
5. Опублікувати епізоди на вибраних стрімінгових платформах.
6. Зібрати та проаналізувати кількісні показники (охоплену аудиторію, кількість прослуховувань та коментарі).

Об'єкт дослідження:

Подкаст про російську пропаганду в культурі «Культурний детектив».

Предмет дослідження:

Методи та стратегії, що використовують для реалізації та просування подкастів.

Методологічна база дослідження:

При створенні медіапроєкту ми використали такі **методи дослідження**:

1. **Аналіз.** При розробці концепції та наповненні подкасту ми проаналізували матеріали на подібну тематику, звіти та дослідження різних громадських організацій та медіа.

2. **Синтез.** Завдяки методу синтезу на основі зібраної інформації ми визначили основні аспекти реалізації подкасту та створили детальний план медіапроєкту.

3. **Моніторинг.** Аналіз ринку подкастів дозволив визначити актуальні тенденції, популярні теми та підходи до створення подкастів. Крім того, ми проаналізували потенційних конкурентів та виявили їхні сильні та слабкі сторони.

4. **Контент-аналіз.** Цей метод ми використали для вивчення текстових та аудіовізуальних матеріалів, що містять пропагандистські наративи. За його допомогою ми ідентифікували ключові меседжі, що повторюються в культурних продуктах.

5. **Інтерв'ю.** Ми провели серію інтерв'ю з експертами. Це дозволило нам отримати інформацію з перших рук. Інтерв'ю стали основою кожного епізоду, а також дозволило розглянути тему під іншим кутом.

6. **Узагальнення.** У результаті ми узагальнили весь масив інформації та систематизували власні знання щодо виробництва подкастів та планування медіапроєктів.

Прикладні методи розробки медіапроєкту:

1. Створення концепції подкасту. На цьому етапі ми визначили тему, яка буде основою подкасту, придумали назву та розробили логотип. Визначили оптимальну періодичність виходу епізодів та прописали детальну структуру подкасту.

2. Розробка сценарію епізодів. Ми визначили підтеми для перших трьох епізодів та запросили експертів на запис. Прописали план розмови з експертами та склали список запитань.

3. Зустріч з експертами та запис. На цьому етапі ми зустрілися з експертами та провели запис. Для реалізації цього пункту ми використовували професійну техніку для звукозапису.

4. Монтаж. Після запису ми прослухали записаний матеріал та почистили аудіодоріжки від шумів і зайвих звуків. Після цього додали музичні заставки та звукові ефекти.

5. Публікація та просування подкасту. Після монтажу ми обрали майданчики, на яких опублікували наш подкаст (Spotify, Youtube, Apple Podcasts). Для того, щоб визначити, які платформи підходять під наш проєкт нам допомогла стаття від Izone.media [44].

6. Аналіз охоплень. Після випуску кожного епізоду, за допомогою вбудованих інструментів аналітики стрімінгових платформ ми обробили кількісні показники на майданчиках поширення подкасту. Зробили детальний аналіз кількості прослуховувань, поширень, реакцій, підписок та коментарів.

Наукова значущість подкасту про російську пропаганду в культурі:

1. Дослідження теми російської пропаганди в культурі та розширення знань про її вплив. Подкаст може бути інструментом для аналізу різноманітних аспектів впливу пропагандистських наративів на культурні продукти. Через інтерв'ю з експертами слухачі отримують можливість поглибити своє розуміння поширення та сприйняття пропаганди.

2. Вивчення методів протидії російській культурній пропаганді. Разом з експертами ми проаналізували методи протидії російській пропаганді.

3. Використання подкасту в межах університетських предметів. Для студентів подкаст може слугувати додатковим джерелом інформації про російську пропаганду в культурі у вивченні різних навчальних дисциплін, а саме «Аудіовиробництво», «Інформаційна політика України», «Тематична спеціалізація», «Інформаційні війни та медіабезпека», «Медіабезпека і кризові комунікації» та «Медіабізнес».

Практична значущість аудіоподкасту про російську пропаганду в культурі:

1. Інформаційна протидія пропаганді. Після прослуховування слухачі знатимуть, що таке пропаганда та як їй протидіяти.
2. Розвиток медіаграмотності та критичного мислення. У подкасті ми зі спікерами аналізуємо конкретні прояви пропаганди. Завдяки обговоренню тем, пов'язаних із пропагандою, слухачі отримують можливість навчитися розрізняти факти від маніпуляцій та формувати власні аргументовані думки. Це може сприяти формуванню у слухачів усвідомлення про загрози, що спричиняються пропагандою.
3. Популяризація теми російської пропаганди в культурі. У період повномасштабного вторгнення українці приділяють недостатню увагу темі російської культурної пропаганди. Тому подкаст стимулює суспільний інтерес до цієї теми та дає платформу для обговорення.

Структура роботи:

Кваліфікаційний проєкт складається з практичної та описової частин. Практична частина складається з двох епізодів та одного трейлеру. Описова частина складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури (50), додатків.

Апробація:

Результати кваліфікаційного проєкту було апробовано під час XXX наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в межах круглого столу «Медіапроєкти» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 13 травня 2025) з виступом на тему «Подкаст про російську пропаганду в культурі: особливості планування та реалізації» [4].

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ ПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ

1.1 Обґрунтування вибору проблематики аудіоподкасту про російську пропаганду в культурі.

Ми визначили чотири проблеми, які зможемо розв'язати завдяки подкасту «Культурний детектив».

Першою проблемою є недостатня обізнаність українців про російську пропаганду в культурі. Російська Федерація поширює різні антиукраїнські наративи, наприклад, у музиці. Українська правда, посиляючись на дослідження, яке у жовні 2024 року провела команда Rakuten Viber пише, що 35% українців повністю відмовилися від російськомовної музики. Попри це ще 20%, зізналися, що час від часу слухають пісні російською [18].

Журналісти проєкту Української правди Економічна правда у своєму дослідженні зазначають, що прослуховування українцями російської музики може принести російським авторам приблизно 74 мільйони доларів, а за перегляд відео російських блогерів на стримінгових платформах з українських переглядів всі російські автори можуть отримати 6,6 мільйона доларів. Ці кошти надходять до РФ за допомогою монетизації платформ, де українці споживають такий контент [42].

За результатами опитування, проведеного Internews, 57% громадян сприймають дезінформацію як ненагальну проблему [39]. Така ситуація свідчить про те, що багато українців не усвідомлюють повною мірою масштаби й небезпеку пропагандистського впливу.

Російська культурна експансія не лише формує спотворене бачення історії та суспільно-політичних процесів, а й має чітку економічну складову, що підтримує російський культурний вплив. Фінансування проросійських проєктів та просування вигідних для Кремля наративів створюють інформаційне середовище, у якому маніпуляції стають особливо ефективними. Інформаційне

агенство Укрінформ, покликаючись на Центр протидії дезінформації, пише, що Росія витрачає понад 100 мільйонів доларів щороку на поширення фейків проти України [32].

Наш подкаст з'ясує, як саме працює російська пропаганда в культурі. Ми пояснимо, як російська музика, кіно та література використовуються для маніпуляцій, розберемо історичні й економічні аспекти цього впливу, а також дізнаємося, яку вигоду від цього має Росія.

Другою проблемою є усвідомлення прихованих наративів та їх негативних наслідків. Часто відбувається так, що росіяни майстерно спотворюють інформацію та подають її емоційно забарвленою. У навчальному посібнику Академії української преси йдеться, що неправильне усвідомлення інформації може впливати на прийняття рішень. Тому ухвала рішень під таким впливом може мати негативні наслідки як для однієї людини, так і для суспільства [19].

Дослідження ГО Детектор медіа про індекс медіаграмотності українців свідчить, що чутливість українців до спотвореного контенту зростає. Водночас рівень цифрової компетентності українців знизився з 64% у 2022 році до 55% у 2023 році [13]. Це свідчить про необхідність подальшого підвищення навичок критичного мислення та глибокого аналізу інформації.

Подкаст «Культурний детектив» допоможе аудиторії навчитися розрізняти приховані меседжі в культурі, аналізуючи реальні кейси російської пропаганди. Розмови з експертами дадуть змогу слухачам зрозуміти не лише те, що вони споживають, а й які цінності це транслює.

Третьою є проблема відсутності не лише досліджень, а й реальних механізмів та навичок протидії культурній пропаганді. Якщо політична чи воєнна дезінформація активно досліджується в багатьох наукових працях та навіть у державній політиці, то культурна пропаганда залишається малодослідженою сферою як на рівні індивідуального сприйняття, так і на рівні суспільних та державних стратегій протидії. Це ускладнює не лише процес розпізнавання та усвідомлення маніпулятивних наративів у кіно, музиці чи літературі, а й розробку ефективних практичних кейсів для соціуму, а також

медіа, освітніх програм та культурних інституцій, які б могли сприяти формуванню критичного мислення та стійкості до пропагандистського впливу.

Як з'ясували Internews 28% опитаних зізналися, що не вміють розрізняти дезінформацію [39]. Це означає, що значна частина населення не має базових навичок протидії пропаганді.

Наш медіапроект може стати важливим джерелом як теоретичних знань, так і практичних кейсів. Завдяки залученню експертів: кінокритиків, музикантів та літературознавців – ми зможемо висвітлювати цю тему якісно. Подкаст стане не лише інструментом підвищення обізнаності, а й платформою для напрацювання практичних кейсів у боротьбі з культурною пропагандою.

Четвертою є проблема недостатньої кількості матеріалів, де висвітлюється тема російської пропаганди в культурі.

Під час проведення нашого дослідження ми виявили, що на сучасному медіаринку спостерігається дефіцит контенту, де можна було б більше дізнатися про російську пропаганду в культурі — особливо у форматі подкасту. Це обмежує доступ аудиторії до актуальної інформації та експертних думок із цієї теми.

Враховуючи вищезазначене, можна сказати, що проблема нестачі матеріалів про російську культурну пропаганду є однією із перешкод для формування критичного мислення в суспільстві.

Тож створення цього медіапроекту може заповнити прогалину й допомогти у зміцненні інформаційної безпеки та підвищити рівень медіаграмотності в суспільстві.

Розв'язання цих проблем підвищить обізнаність слухачів про методи культурної пропаганди, допоможе сформувати власні механізми захисту від маніпуляцій та загалом покращить ситуацію в боротьбі з російською культурною пропагандою. Крім того, у подкасті ми створимо базу практичних кейсів, які сприятимуть реагуванню на інформаційні загрози, адже запрошені експерти розкажуть детальніше про прояви культурної пропаганди.

Якщо ігнорувати ці проблеми, то можуть бути такі наслідки:

- Відсутність розуміння того, як працює російська пропаганда в культурі. Це сприятиме її подальшому поширенню серед українців. Авдиторія несвідомо споживатиме контент, що містить різні приховані меседжі, які можуть формувати хибні уявлення про Україну та її культуру.
- Зниження рівня критичного мислення. Якщо не навчити людей розпізнавати пропагандистські прийоми в кіно, музиці чи літературі, вони залишатимуться вразливими до маніпуляцій. Це може бути вигідним державі-агресорці.
- Втрата національної культурної ідентичності. Росія активно використовує культуру як інструмент впливу. Якщо не протидіяти цьому, російські наративи можуть зміщувати нашу культурну спадщину, формуючи уявлення про «спільну історію» та «братні народи».
- Слабка інформаційна безпека держави. Якщо все-таки ігнорувати ці проблеми, то може скластися така ситуація, що певна частина населення України не усвідомлюватиме загрози інформаційної війни. Це ускладнить боротьбу з інформаційними атаками.

Отож, такі медіапроекти приносять не лише особистісну користь слухачу у вигляді підвищення рівня медіаграмотності та інформаційної гігієни, а й загальнодержавну, зміцнюючи інформаційну безпеку країни. Також подібні проекти допомагають захищати національну культурну ідентичність, що є особливо важливим у воєнний період.

1.2 Проблематика російської пропаганди в культурі в джерелах та літературі.

Поняття «російська пропаганда в культурі» є складним та охоплює різні аспекти впливу ворожої державної ідеології на культурний простір. Як зазначають автори статті «Культурна пропаганда РФ: приниження та дегуманізація українців», культурна пропаганда – це розповсюдження певних ідеологічних поглядів та теорій через мистецтво [15].

Неодноразово з боку РФ були негативні сигнали щодо української культури, а ставлення Кремля до неї давно відоме. Ще до 2014 року лідер Росії Володимир Путін стверджував, що Україна — складна держава, а її сучасний вигляд сформувався за часів Радянського Союзу [6]. Аргументує він це тим, що сучасні українські території ми отримали від Польщі, Чехословаччини, Румунії та Росії після Другої світової війни [6]. Крім того, у публічних промовах Путіна також можна зустріти меседжі про те, що українців не існує як нації, а сама Україна штучно створена, тож про якусь окрему культуру говорити не можна [16].

Російська Федерація використовує культуру як засіб пропаганди, щоб формувати вигідні росіянам антиукраїнські наративи. Поширюють їх зазвичай через різні напрямки культури, зокрема музику, кіноіндустрію, літературу та інші сфери мистецтва. У науковій праці МАУП 2023 року про вплив російської пропаганди на суспільно державну стабільність України зазначено, що Росія використовує кінематограф, телесеріали, інформаційні програми, та інші види інформації для того, щоб маніпулювати аудиторією для досягнення своїх цілей [7]. У дослідженні Регіонального центру прав людини пишуть, що Кремль має дві цілі: перша — це знецінення української культури та ідентичності з метою «м'якого знищення», а друга — легітимація скоєних воєнних злочинів, щоб уникнути за них покарання [16].

У контексті війни проти України така практика проявляється в нав'язуванні російської версії історії, популяризації радянської естетики та просуванні російськомовних культурних продуктів. Наприклад, у російському серіалі 2023 року «Слово пацана. Кров на асфальті» показують життя молодіжних банд Казані наприкінці 1980-х років та нав'язують естетику радянського союзу. У матеріалі Детектор медіа йдеться, що цей серіал демонструє ту соціальну дійсність, яка вигідна бандитській путінській Росії, а також допомагає Путіну досягати своїх політичних цілей [30]. Серіал швидко почав набирати популярності серед українців, а саундтрек серіалу потрапив у музичні чарти України, тому це спричинило активні обговорення в мережі стосовно

споживання російського контенту під час війни [34]. Крім того, є серіали, які напряду висміюють українців, а саме російський ситком «Моя прекрасна няня». У телесеріалі висміюють говір головної героїні, родом з Маріуполя, а родичів зобразили як безкультурних. Водночас росіян у серіалі показали як вихованих та інтелегентних. В одній із серій головна героїня сказала, що вона є найбільшою фанаткою президента РФ. У результаті росіянам нав'язували ілюзію, що українці нібито захоплюються Росією та прагнуть там жити в той час, як українцям нав'язували комплекс меншовартості [15].

Крім кіноіндустрії, проблему культурної пропаганди віднаходимо і в музиці. У ході нашого дослідження було проаналізовано треки російських виконавців та виявлено, що там наявні ідеї «великої російської культури» та «братніх народів». Прикладом цього є пісня російського виконавця Miyagi, де лунають рядки: «Поки брат іде на брата. Шурхотить папір по кишнях. Кому це треба для навару. Те, що нам пхають так нахабно всім, — вата» (переклад наш — М. Т.). Ці слова, замасковані під критику, насправді підтримують наратив про «братні народи» та війну, економічно вигідну політикам, тим самим непомітно просуваючи небезпечні ідеї в маси.

Ба більше, росіяни завжди намагалися привласнювати українську культуру та її діячів і видавали це все за російське. Наприклад, у дослідженні Регіонального центру прав людини йдеться, що Путін в одному зі своїх есе написав, що Котляревський, Шевченко та Сковорода були представниками російського дому, бо збагатили російську мову своїм говором, а Гоголя взагалі назвав патріотом Росії [16].

Колишній генеральний прокурор України Андрій Костів під час конференції, присвяченої захисту культурної спадщини та протидії культурному стиранню у збройних конфліктах сказав, «Російський імперіалізм вже не одне століття намагається знищити українську культуру та стерти українську ідентичність. З початком війни проти України у 2014 році ці спроби стали очевидними всьому світові. Росія понад 10-річчя грабує та привласнює

українську культурну спадщину на тимчасово окупованих територіях Криму, Донецької, Луганської областей, ще до повномасштабного вторгнення» [14].

У статті Texty.org.ua пишуть, що російська сторона подає українську культуру як сільську, обмежену та маргінальну. А після приходу Путіна до влади Росія почала заохочувати бізнесменів просувати російську культуру за кордоном. Так, співпрацювали російські державні інституції, напівофіційні фонди, прокремлівські медіа, кіноіндустрія та бізнес. Вони намагалися нав'язати на західні країни сприйняття Росії як правонаступниці Радянського Союзу, а також ілюзію впливу на світ [22].

У матеріалі Радіо Свобода про використання Росією культури в гібридній війні мистецтвознавиця Олена Живкова каже: «Російська імперія завжди робила політику на мистецтві: на виставках, на концертах, на театральних програмах, взагалі на будь-чому. Ця сама політика була властива Радянському Союзу, а наразі і Росії як його правонаступниці. Така політика продовжується до сьогодні» [11].

Одним зі шляхів боротьби з цими проблемами став подкаст «Культурний детектив». Експерти в галузі пропаганди в культурі зможуть компетентно пояснити аудиторії, які існують загрози та якими є наслідки російської пропаганди в культурі.

1.3 Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики російської пропаганди в культурі.

Для аналізу форматів та практичних кейсів з вирішення окремих аспектів проблематики аудіоподкасту ми опрацювали подкасти, дотичні до теми російської пропаганди в культурі. Під час аналізу ми звертали увагу на їхню тематику, змістове наповнення, звуковий дизайн, тривалість епізодів, платформи публікації та згадки про тему російської пропаганди в культурі. Для аналізу ми обрали такі подкасти: «Культурний трибунал» [26], «Наразі без назви» [28],

«MINCULTPRYVIT» [27], «Культура проти агресії» [25], «Анатомія пропаганди» [5].

Першим ми проаналізували подкаст «Культурний трибунал». Це подкаст від The Ukrainians про українську культуру, мистецтво, науку та витвори мистецтва, які привласнювала Російська Імперія. Авторкою подкасту є українська журналістка Яна Супоровська. Це наративний подкаст – одна історія від одного оповідача. Авторка використала цікавий прийом: один епізод – одне засідання трибуналу, яке вона проводить. Завдяки цьому утримується увага слухача. У подкасті всього 6 епізодів та трейлер. Середня тривалість епізодів від 16 до 22 хвилин. Ведуча говорить одна, і це якраз хороший відрізок часу для такого формату. Підібрано вдалий звуковий дизайн, який підсилює атмосферу. Подкаст опублікований на декількох стримінгових платформах зокрема, YouTube Music, Spotify, Apple Podcasts, Sound Cloud та Google Podcasts. Деякі елементи розповіді авторки можуть бути корисними для нашого медіапроєкту, коли будемо говорити про привласнення Росією українських культурних діячів та витворів. Це сприятиме глибшому аналізу інформації.

Оскільки подкаст публікується на YouTube-каналі The Ukrainians, виділити окрему аудиторію саме цього подкасту не можливо. Водночас варто врахувати, що цей YouTube-канал має близько 40 тисяч підписників, що забезпечує потенційно широку аудиторію для проєкту. Наразі вийшло п'ять повноцінних епізодів і трейлер. Прослуховування на YouTube варіюються від 2,8 до 8,1 тисячі, із поступовим зменшенням динаміки переглядів після перших випусків. Точні дані щодо прослуховувань на Spotify відсутні. Інші платформи: Apple Podcasts середня оцінка становить 5 балів на основі 1030 відгуків (кількість прослуховувань не доступна); на Sound Cloud загальна кількість підписників становить 2414 осіб (кількість прослуховувань також не доступна).

Другим ми аналізували подкаст «Наразі без назви». Це також подкаст від The Ukrainians. Ведучими подкасту є літературознавиця Анастасія Євдокимова та журналістка Богдана Неборак. Як зазначають авторки, вони ставлять одна одній складні питання про культуру та інколи читають книжки [23]. Цей проєкт

у форматі діалогу в дружньому та теплому стилі, тому він легко сприймається, є ненав'язливим. Усього тут 22 епізоди, а тривалість коливається від 50 хвилин до півтори години. Попри довготривалість випусків увага слухача утримується завдяки формату та звуковому супроводу. Цей подкаст так само, як і попередньо аналізований, опублікований на YouTube Music, Spotify, Apple Podcasts, Sound Cloud та Google Podcasts. У подкасті зачіпається тема привласнення Росією українських митців, що може бути корисним під час реалізації нашого медіапроєкту. Подібний формат розповідей у дружньому та теплому стилі може бути використаний у нашому подкасті під час розмов з експертами, щоб цікаво й доступно пояснювали складні теми.

Цей подкаст публікується на тих самих платформах, що й попередньо аналізований. Прослуховування на YouTube варіюються від 1,7 до 6,3 тисячі, з переважно стабільними показниками в межах 2-3 тисяч прослуховувань на епізод. Дані щодо прослуховувань на Spotify відсутні. На інших платформах: середня оцінка на Apple Podcasts становить 4,9 бала на основі 536 відгуків; на SoundCloud кількість підписників складає 2414 осіб, інформація про кількість прослуховувань не доступна.

«MINCULTPRYVIT» — політематичний подкаст. Його автором є український режисер та сценарист Наріман Алієв. Подкаст присвячений різним сферам культури, а сам автор описує ідею проєкту так: «Запрошую до себе цікавих людей, з якими говоримо «безкультурно про культуру» [50]. Цей подкаст створений ще у 2020 році, а останній випуск був опублікований у 2024. Від двох попередніх подкастів цей відрізняється тим, що в декількох випусках використовується ненормативна лексика, а також те, що декілька разів було змінено формат. До 2022 року це були інтерв'ю з різними діячами культури, а після початку повномасштабного вторгнення ведучий почав записувати випуски-монологи, де ділився думками щодо війни, а також порушував питання російської експансії та ролі митців у воєнний час. Згодом подкаст повернувся до попереднього формату інтерв'ю. Загалом спосіб подачі розмови з гостями змістовний та цікавий, але не завжди вдається утримувати увагу слухача. У

середньому тривалість одного випуску від однієї години, а є епізоди й по 2 години. Зазвичай записи без музичного супроводу. Цей подкаст опубліковано на чотирьох стрімінгових платформах: YouTube, Spotify, Apple Podcasts та Google Podcasts. Завдяки цьому проєкту ми зрозуміли, що не варто робити епізоди довшими ніж одна година, тому що не завжди вдасться утримати увагу слухача, а особливо коли це стосується складної теми.

На відміну від попередніх проєктів, цей подкаст має власний YouTube-канал із 16,4 тисячами підписників. Загалом опубліковано 70 випусків, які сумарно набрали понад 647 тисяч переглядів. Епізоди збирають від 1 до 41 тисячі прослуховувань. Точні дані щодо прослуховувань на Spotify відсутні. На інших платформах: середня оцінка на Apple Podcasts становить 5 балів на основі 848 відгуків.

Четвертий подкаст, який ми аналізували це «Культура проти агресії». Це дослідницький, документальний подкаст від Радіо Сковорода. Ведучою є Марта Троцюк. У ньому вона зачіпає теми культурної дипломатії та спротиву, а також того, як функціює українська культура від часу повномасштабного вторгнення. Цей подкаст реалізовано у форматі діалогу (інтерв'ю) із запрошеними гостями. Тут зачіпаються важливі теми впливу Росії на культуру та засоби протидії російській культурній пропаганді. Публікують цей подкаст на Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts та Sound Cloud. Подкаст має три сезони, а тривалість одного випуску від 40 хвилин. Запис не має фонової музики, але має джінгли на початку та в кінці випуску. У цьому подкасті ведуча має певний перелік запитань та ставить їх запрошеному гостю. Отож, кожен експерт, який приходить на інтерв'ю розповідає про свою сферу діяльності, а ведуча питаннями скеровує його за планом епізоду. Такий формат ми можемо застосувати і в нашому медіапроєкті, адже в нас будуть експерти з різних сфер культури.

На YouTube-каналі Gallery 101 доступні 5 епізодів із кількістю переглядів від 3,1 до 4,3 тисячі. Розширена версія подкасту представлена на Spotify, однак точні дані прослуховувань там недоступні. На інших платформах: середня

оцінка на Apple Podcasts становить 5 балів на основі 16 відгуків); на Sound Cloud загальна кількість підписників сягає 2896 осіб (кількість прослуховувань не доступна).

П'ятий проєкт, який ми аналізували, — це «Анатомія пропаганди». Авторами є проєкт NEED та агенція соціальних змін nudge. Це наративний подкаст з одним ведучим. Він є частиною проєкту про російську та світову пропаганду. Загалом порушується тема пропаганди та поточної ситуації в різних країнах світу, наприклад, у Сербії, Білорусі, КНР, Росії та інші. Проєкт має 10 випусків (одна країна – один випуск). Середня тривалість епізоду від 10 хвилин. Такий формат дозволяє легко утримувати увагу слухача. Стиль подачі серйозний та доступний. Є музичний супровід протягом усього запису. Тонкощами такого формату подкасту є детально продумана історія, а також свобода у звуковому оформленні. Перевагою такого формату є невелика конкуренція, порівняно з іншими форматами. Проєкт опублікований на двох стримінгових платформах: Spotify та Apple Podcasts, а ще на сайті NV Подкасти. Такі практичні кейси ми можемо використати в нашому подкасті, щоб створити атмосферу, яка привертатиме увагу слухачів. Також ми можемо використати інформацію з подкасту, щоб мати детальне уявлення про пропаганду не тільки в Росії, а й у світі загалом.

Дані щодо прослуховувань на Spotify не доступні. На Apple Podcasts середня оцінка 5 балів на основі 13 відгуків. Крім того, варто зауважити, що на YouTube доступний однойменний документальний серіал, створений у межах цього проєкту.

Проаналізувавши ці подкасти ми зрозуміли, які формати та практичні кейси використовуються зараз. Ми можемо використати ті кейси, які найкраще відповідають нашій концепції (платформи для публікацій, музичний супровід протягом усього запису та формат інтерв'ю), щоб створити оригінальний контент. Також ми виявили, що тематика нашого подкасту тільки частково зачіпається в цих проєктах. Проте жоден із проаналізованих матеріалів не

охоплює всіх аспектів цієї теми комплексно. Тому наш подкаст може бути унікальним, адже він заповнює цю інформаційну нішу.

1.4 Обґрунтування вибору формату аудіоподкасту для медіапроєкту про російську пропаганду в культурі.

Ми визначили п'ять ключових критеріїв, за якими обрали формат подкасту для цього медіапроєкту.

Перший — це доступність формату. Подкасти дають можливість споживати контент будь-коли і в будь-якому місці. Їх можна слухати під час виконання хатніх справ, занять спортом, за кермом або ж під час роботи. Завдяки цьому не потрібна повна залученість слухача до споживання контенту, адже достатньо увімкнути аудіо та слухати на фоні. Журналісти Суспільне Культура пишуть, що людина, витрачаючи 30 хвилин на день у дорозі або ж за хатніми справами, може отримати більше трьох годин на тиждень, щоб зосередитися на прослуховуванні подкасту [21]. Крім того, для споживання подкастів не потрібно спеціального обладнання, а достатньо смартфона, планшета або ж комп'ютера/ноутбука. Також варто зауважити, що аудіоконтент доступний для людей із вадами зору, що робить його інклюзивним.

Другою причиною є зростання популярності подкастів. Згідно з дослідженням компанії Wired Clip, кількість подкастів на Apple Podcasts із червня 2021 року до червня 2024 року зросла з 52 мільйонів епізодів подкастів до 95 мільйонів. Тобто за три роки кількість випусків різних подкастів збільшилася на 44% [48]. У дослідженні йдеться, що у 2022 році світовий ринок подкастів оцінювався в майже 19 мільярдів доларів й очікується, що до 2030 року він зростатиме щорічно на 27,6% [48].

Щодо ситуації з подкастами в Україні видання Український тиждень пише, що станом на жовтень 2023 року в країні існує понад 2,5 тисячі подкастів [29]. У дослідженні «Радіо як медіа та джерело новин» йдеться, що 9% опитаних слухають подкасти щодня, 24% щотижня, а ще 32% – щомісяця [10]. Компанія

MEGOGO AUDIO провела дослідження «Портрет українського подкастера». Згідно з даними дослідження, найбільше авторів є чоловіками – 52.6%, а жінок – 45,9%. Вік усіх подкастерів варіюється від 23 до 59 років [9].

Третій критерій – емоційна близькість з аудиторією. Аудіоформат створює ефект особистого спілкування між ведучим та слухачем, адже голосом можна передати емоції, інотації, павзи та звернути увагу на нюанси, які важче передавати через текстовий формат. Крім того, звуковий дизайн також впливатиме на сприйняття інформації. Як зазначається в матеріалі Bazilik.media, ефективність такої комунікації проявляється саме через встановлення тісного контакту зі слухачем, тому що коли людина регулярно чує голос, а ведучий демонструє професіоналізм, то довіра слухача зростає [43]. Завдяки цьому критерію ми з експертами зможемо створити відчуття присутності, ніби слухач перебуває в одній кімнаті з нами. Це допомагає легше сприймати інформацію, яку ми подаємо.

Четвертим є критерій архівування та повторне прослуховування. На відміну від радіоетерів і телепередач, подкасти завжди доступні до повторного прослуховування, оскільки після прем'єри випуски залишаються на платформах. Тому слухачі можуть повернутися до цікавих тем у будь-який момент. Це особливо важливо в нашому медіапроекті, адже ми говоримо про складні теми, які можуть потребувати повторного осмислення та аналізу. Крім того, подкаст може стати архівом із зафіксованими практичними кейсами про вплив російської пропаганди в культурі.

Останнім критерієм є легка взаємодія з аудиторією. Завдяки можливості обговорення через коментарі, вподобайки та невподобайки можна отримати миттєвий зворотний зв'язок. Це дозволить нам покращувати якість контенту та вдосконалювати його під потреби аудиторії. Крім того, подкаст може сприяти створенню спільноти однодумців, які зможуть обмінюватися досвідом, думками та підтримувати одне одного.

Платформою для публікування ми обрали дві з найпопулярніших серед слухачів стрімінгових платформ – YouTube та Spotify.

Враховуючи ці критерії, формат подкасту для нашого проєкту є найоптимальнішим. Оскільки ми доносимо до аудиторії важливу та складну тему, то для нас вони важливі, щоб прослуховування нашого медіапродукту було ефективним та корисним.

1.5 Класифікації проєкту «Культурний детектив».

«Культурний детектив» – це пізнавальний, аналітичний проєкт у форматі аудіоподкасту. Медіапроєкт розкриває, як пропагандистські наративи проникають у різні сфери мистецтва, впливають на творчий процес, формують суспільні погляди та маніпулюють аудиторією. Оскільки подкаст зосереджений винятково на російській пропаганді в культурній сфері, він є монотематичним.

За форматом проєкт є аудіоподкастом. Це робить його доступним та оптимальним варіантом для споживання контенту. Подкаст не потребує зорової уваги слухача, тому його можна слухати будь-коли й будь-де. Крім того, завдяки формату аудіо ми зможемо створити ефект присутності.

За тематикою подкаст належить до напрямку культурної журналістики. Основна увага зосереджена на проявах російської пропаганди в кіноіндустрії, музиці та літературі.

За цільовою аудиторією подкаст спрямований на чоловіків та жінок віком від 16 років. Це активні користувачі інтернету, які цікавляться сучасним мистецтвом, культурологією, медіаграмотністю, суспільно-політичними процесами, історією, подкастами, пропагандою в культурі та мають запит на аналіз цієї теми. Подкаст орієнтований як на жителів України, так і на представників української діаспори.

За платформами поширення подкаст є комбінованим. Епізоди будуть публікуватися на стримінгових платформах YouTube та Spotify. Це дозволяє нам забезпечити слухачів зручним доступом до контенту з можливістю обговорення, збереження та повторного прослуховування. Ці майданчики є популярними серед споживачів подкастів. Згідно з дослідженням Cumulus Media та Signal Hill

Insights' Podcast Download – Fall 2024 Report від компаній Cumulus Media та Signal Hill Insights', YouTube та Spotify є найпопулярнішими платформами для прослуховування подкастів серед усіх вікових категорій. YouTube обирають 34% слухачів, а Spotify – 17% [46]. Крім того, завдяки алгоритмам рекомендацій цих майданчиків ми розраховуємо залучити додатковий сегмент аудиторії, який може зацікавитися нашим контентом.

За способом організації наш медіапроект є серійним та складається з декількох епізодів, кожен із яких присвячений окремому напрямку культури. Ведучий та запрошені експерти аналізуватимуть певні кейси та прояви пропаганди в ньому. Це дозволяє вибудувати логічну структуру епізодів, поступово розкриваючи тему.

Висновки до розділу 1.

Тема російської пропаганди в культурі актуальна, проте залишається недостатньо вивченою. Попри зростання рівня медіаграмотності українців, значна частина аудиторії досі споживає російський контент та може несвідомо піддаватися впливу пропаганди. Однією з ключових причин цього є брак доступної та структурованої інформації на цю тему.

Наш медіапроект сприятиме розвитку критичного мислення, допомагаючи слухачам аналізувати контент і розпізнавати приховані маніпуляції.

Унікальність медіапроекту «Культурний детектив» полягає в тому, що він детально висвітлює питання російської пропаганди в культурі. У процесі дослідження ми з'ясували, що наразі відсутні медіапроекти, які б комплексно охоплювали питання російської культурної пропаганди. Таким чином, ми заповнюємо інформаційну прогалину та пропонуємо ексклюзивний контент.

Залучення до подкасту експертів: кінокритиків, музикантів та літературознавців – сприятиме широкому суспільному обговоренню цих проблем та підвищенню інтересу до них.

Обраний формат подкасту є не лише зручним для споживання, оскільки не потребує якогось спеціального обладнання, а і є доступним для людей із вадами зору, що розширює нашу потенційну аудиторію. Крім того, взаємодія зі слухачами на стримінгових платформах дозволить адаптувати контент відповідно до їхніх потреб і запитів.

Отже, подкаст «Культурний детектив» є важливим медіапроектом, що сприятиме підвищенню обізнаності про російську культурну пропаганду та стане ефективним інструментом протидії маніпуляціям.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ

2.1 Управління змістом аудіоподкасту «Культурний детектив».

Процес управління змістом та життєвий цикл аудіоподкасту «Культурний детектив» включає декілька етапів: ініціація, планування, виробництво, моніторинг, звершення або продовження. Для легшої реалізації проєкту ми працювали за методикою управління проєктами Lean [24]. Ця методика передбачає розподіл проєкту на дрібніші пакети роботи для ефективної та плавної роботи.

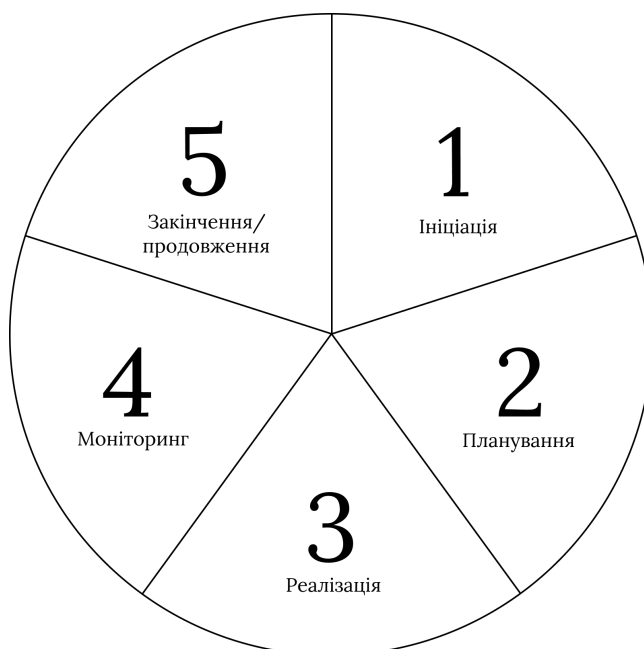


Рис. 2.1.1 Життєвий цикл медіапроєкту

- 1. Ініціація:** визначення основної проблеми, ідеї, ризиків та ресурсів (технічних та людських).
- 2. Планування:** формулювання головної мети та визначення основних завдань.
- 3. Реалізація:** розробка концепції, переговори з експертами, переговори з партнерами, написання сценаріїв, запис та проведення інтерв'ю, монтаж, створення креативів, публікація випусків та просування.

4. Моніторинг: контроль за виконанням робіт та аналіз показників.

5. Закінчення/продовження: рефлексія та визначення подальшого розвитку медіапроєкту.

Першою фазою життєвого циклу медіапроєкту була ініціація. В цій частині ми створили загальну стратегію реалізації проєкту. Визначили основну проблему та ідею — дослідити вплив російської пропаганди на культуру через приму трьох сфер: літератури, кіно та музики, визначити часові рамки фаз реалізації, потенційні ризики, приблизний список ресурсів (технічних та людських) та провели їх оцінку. Також на цій стадії ми дослідили цільову аудиторію та можливі формати проєкту. На цьому етапі ми заклали фундамент усього медіапроєкту. Завдяки чітко сформульованій ідеї вдалося уникнути розмитості у подальшій роботі та зменшити ризики неорганізованості. Для підготовки цієї частини ми використовували статтю Оксани Романенко «Як готувати свій медіапроєкт: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA.Life» [41], матеріал для платформи Skillsetter Анастасії Борисюк про ризики проєкту [31], матеріал на платформі Stfalcon про 5 фаз життєвого циклу управління проєктами [3], статтю Суспільне Культура про те як створювати подкасти [40], а також матеріал від Інтерньюз Україна про просування подкастів [20].

Другою фазою життєвого циклу було планування. На цьому етапі ми сформулювали головну мету медіапроєкту — дослідити прояви російської пропаганди в культурі та поглибити обізнаність аудиторії про російську пропаганду в літературі, кінематографі та музиці, а також головну ціль та підцілі (рис. 2.1.2).

Крім того, ми прописали основний перелік наших завдань:

- створити концепцію подкасту: продумати загальну структуру епізодів, тривалість, тональність, потенційних гостей та приблизне наповнення кожного випуску;
- провести переговори з експертами;

- прописати питання та приблизний сценарій кожного випуску, щоб зорієнтувати запрошених спікерів.

Третьою фазою нашої роботи було виконання поставлених завдань. Весь процес розпочався зі створення детальної концепції нашого подкасту. Ми написали опис проєкту, який будемо публікувати на стрімінгових платформах (див. Додаток 2), прописали приблизне наповнення епізодів (див. Додаток 1) та розбили подкаст на 3 рубрики: «За лаштунками кіно», «Музичний код», «Читати заборонено». В наступному етапі ми визначили список експертів, яких будемо запрошувати на інтерв'ю. Для епізоду про пропаганду в кіно ми обрали українського кінознавця та кінокритика Лук'яна Галкіна. Також він є співзасновником тематичного онлайн-видання про кіно «Moviegram» [12]. Процес переговорів почався у жовтні 2024 року. Оскільки автор подкасту Михайло Тарчинець співпрацював з Лук'яном Галкіним протягом декількох місяців домовитися із ним було легко. Проте, дату самого запису було визначити важко. Для епізоду про літературу спершу ми вирішили запросити літературознавицю та професорку Національного університету «Острозька академія» Олександру Вісич. Проте під час листування із нею вона повідомила, що не спеціалізується у питаннях про російську пропаганду в літературі. Тому ми вирішили шукати нового експерта. Новою експерткою ми обрали українську журналістку, літературознавицю та виконавчу продюсерку радіо Культура Ірину Славінську. Процес переговорів із нею почався на початку березня 2025 року. Вона погодилася одразу. Про музику ми вирішили поговорити з відомим українським телеведучим, громадським діячем та музикантом Миколою Сергою. Процес переговорів із ним почався теж в березні 2025 року. Оскільки артист часто перебуває у відрядженнях в зоні бойових та закордоном запис епізоду із ним було перенесено на червень-липень 2025 року.

Після етапу переговорів з експертами ми почали процес написання сценаріїв. Для цього ми провели дослідження матеріалів, які можуть бути корисними під час розмови із нашими гостями. Особливо доречним у підготовці сценаріїв був матеріал Izone.media про створення сценаріїв [45] та

документальний цикл «Велика російська брехня» від Суспільне Культура [8]. Загалом в сценаріях ми прописали вітання з експертом, короткий анонс теми епізоду, основний блок запитань до гостя, прощання з експертом, заклик підписатися на наші стрімінгові платформи та анонс наступного епізоду. Кінцеву версію запитань ми надсилали експертам, аби вони могли зорієнтуватися в темі розмови та підготуватися до інтерв'ю. Гостя епізоду про літературу Ірина Славінська запропонувала внести кілька правок, зокрема змінити фокус деяких запитань. Одне з них спочатку звучало так: «Які автори російських письменників, на вашу думку, працювали в інтересах імперії? І як їхні тексти впливали на сприйняття Росії?». Експертка порадила замінити «сприйняття Росії» на «сприйняття України» — і ця зміна виявилася цілком логічною та доречною. Завдяки її зауваженню нам вдалося вдосконалити сценарій і глибше зануритися в суть теми. Експерт епізоду про пропаганду в кіно Лук'ян Галкін також висловив низку пропозицій. Зокрема, він запропонував скоротити кількість запитань, адже їх виявилось надто багато. Проявивши ініціативу, Лук'ян запропонував провести онлайн-зустріч для обговорення сценарію та внесення правок. Завдяки попереднім обговоренням з експертами нам вдалося суттєво вдосконалити сценарії та забезпечити змістовне наповнення майбутніх епізодів.

Після цього розпочався процес запису. Першим ми записали трейлер подкасту — у студії Українсько-данського молодіжного дому. Одразу після цього стартував етап монтажу. Далі ми записали епізод з Іриною Славінською. Попередньо запис також планувався в Українсько-данському домі, однак через неможливість гості приїхати туди, він відбувся у центральному офісі Суспільного в Києві — у студії Радіо Культура. Епізод з Лук'яном Галкіним ми записали також у студії Радіо Культура, де також заплановано запис третього епізоду з Миколою Сергою. Одразу після записів ми перейшли до монтажу та створення обкладинок до кожного епізоду. Всі готові матеріали були опубліковані на Spotify та YouTube-каналі проєкту «Культурний детектив» [35; 36] згідно із нашим контент-планом (див. Додаток 3).

Четвертою фазою життєвого циклу нашого проєкту став моніторинг. На цьому етапі ми здійснювали контроль за виконанням запланованих робіт та дотриманням ключових показників якості. Зосередилися на перевірці якості звуку епізодів та відповідності графіку публікацій матеріалів згідно з контент-планом (див. Додаток 3). Окрім технічного моніторингу, ми аналізували рейтинги випусків на стрімінгових платформах: кількість підписників, прослуховувань, вподобань, дизлайків, коментарів і поширень. Аналітика дозволила нам оцінити рівень зацікавленості аудиторії. На основі цього аналізу ми дійшли висновку, що проєкт успішно розв’язує проблеми, які ми визначили на початку.

П’ята, завершальна фаза стосувалася завершення чи продовження реалізації проєкту. З огляду на результати моніторингу, ми ухвалили рішення продовжити роботу над подкастом «Культурний детектив» і надалі наповнювати його новими епізодами. Таким чином, проєкт зможе перейти у фазу сталого розвитку з потенціалом подальшого масштабування.

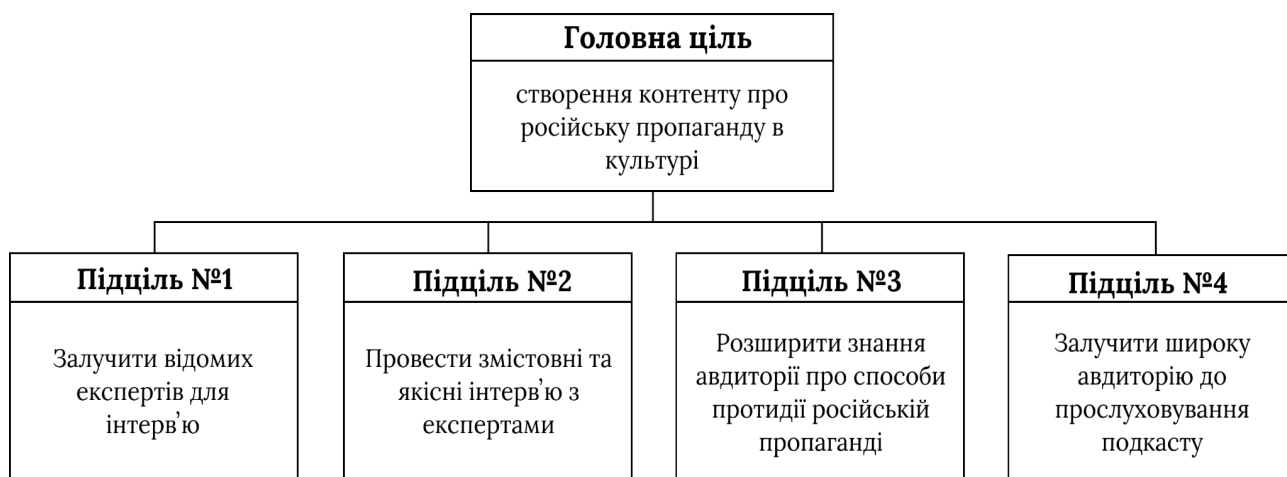


Рис. 2.1.2 Дерево цілей медіапроєкту

Головна ціль медіапроєкту «Культурний детектив» – створення контенту про російську пропаганду в культурі. Щоб реалізувати головну ціль, ми сформулювали декілька додаткових підцілей.

Перша підціль – залучення відомих експертів для інтерв'ю. Виконання цієї підцільі включає в себе: запрошення журналістів, літературознавців, музикантів, кінокритиків тощо, переговори з ними, визначення зручної дати, часу і локації. Ми знайшли фахівців, які можуть цікаво пояснити, як працює пропаганда в культурі. Їхні знання та досвід допомагають глибше розкрити тему та додають подкасту авторитетність.

Друга підціль – провести змістовні та якісні інтерв'ю з експертами. Ми прагнули, щоб розмови із гостями не були сухими чи занадто академічними. Навпаки – вони мали бути живими, глибокими та доступними для будь-якої аудиторії. Для кожного експерта ми підготували окремі сценарії та список запитань, подбали про комфортну атмосферу під час інтерв'ю та подбали про якісний звук.

Третя підціль – розширити знання аудиторії про способи протидії російській пропаганді. Наш подкаст має не просто інформувати, а й навчати. Ми хочемо, щоб слухачі розуміли не лише суть проблеми, а й те, як її розпізнати й на що звертати увагу. Для реалізації цієї підцільі ми дослідили приклади російської пропаганди в літературі, кіно та музиці, поговорили з експертами і створили простір для обговорення теми, водночас просуваючи українські культурні продукти.

Четверта підціль – залучити широку аудиторію до прослуховування подкасту. Щоб подкаст почула якомога більша кількість слухачів, ми розробили власну айдентику, склали стратегію просування та написали анонси. Випуски публікуються на популярних платформах Spotify та YouTube, щоб бути максимально доступними.

Для ефективного планування та досягнення поставлених цілей (рис. 2.1.2) ми проаналізували всі можливі завдання, поділили їх на дрібніші складові для зручності виконання та впорядкували їх у вигляді ієрархічної структури Work Breakdown Structure (рис. 2.1.3). Це дозволило чітко розподілити відповідальність, уникнути плутанини та забезпечити контроль на кожному етапі. Для того, щоб правильно розбити список робіт за структурою WBS нам

допомогла стаття генерального директора компанії FlexiProject про ефективне управління проектами [49].

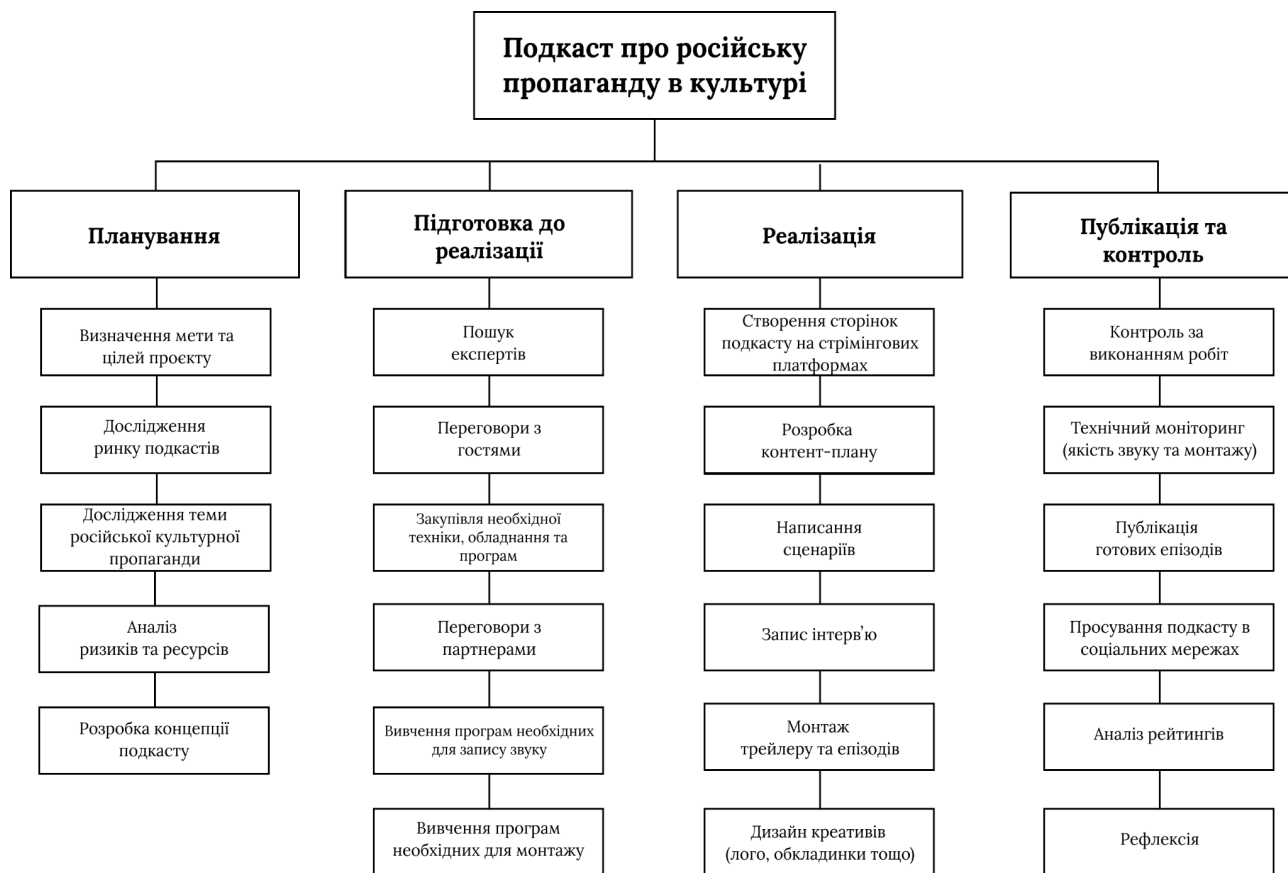


Рис. 2.1.3 Розбиття робіт по структурі WBS

Основою наших робіт це медіапроект у формі подкасту про російську культурну пропаганду.

Перший рівень робіт – планування. Цей етап включає всі підготовчі дії, які необхідні для чіткої концепції подкасту та оцінки середовища в якому він публікуватиметься. Загалом ми прописали п'ять окремих завдань: визначення мети та цілей проекту – формулювання головної ідеї, мети, цілей, підцілей та завдань; дослідження ринку подкастів – аналіз конкурентів, популярних каналів та запитів аудиторії; дослідження теми російської культурної пропаганди – збір інформації, прикладів пропаганди та наративів; аналіз ризиків та ресурсів – оцінка часових, фінансових і технічних обмежень, а також можливих проблем,

які можуть з'явитися в ході роботи; розробка концепції подкасту – вибір формату, тем для випусків, тональності тощо.

Другий рівень робіт по структурі – підготовка до реалізації. цей блок охоплює всі дії, спрямовані на забезпечення технічної готовності до запуску медіапроєкту. У цьому блоці ми прописали шість завдань: пошук експертів – підбір релевантних гостей, які спеціалізуються у сферах літератури, кіно та музики; переговори з гостями – узгодження запитань для інтерв'ю, локації та зручного часу; закупівля необхідної техніки, програм та інших ресурсів – придбання ноутбука, навушників, програм для монтажу та дизайну, а також інших ресурсів, які необхідні для поїздок в інші міста; переговори з партнерами – налагодження співпраці з Українсько-данським молодіжним домом, які мають студію для запису подкастів та обговорення можливості запису в них; вивчення програм для запису звуку – освоєння Audacity та Reaper; вивчення програм для монтажу – ознайомлення з Adobe Audition та Izotope.

Третій рівень робіт – реалізація (створення епізодів подкасту). Цей етап теж має шість етапів: створення сторінок подкасту – налаштування акаунтів на стрімінгових платформах (YouTube та Spotify) [35; 36]; розробка контент-плану – формування розкладу публікації епізодів, а також тем і гостей; написання сценаріїв – підготовка ключових тез, запитань, вступу і закінчення епізодів; запис інтерв'ю – зустріч з експертами на офлайн запис; монтаж трейлера та епізодів – технічна обробка аудіо: звуковий дизайн, чистка звуку та музичний супровід; дизайн креативів – створення логотипа подкасту та обкладинок для кожного епізоду.

Четвертий рівень робіт – публікація та контроль. Цей етап охоплює публікацію епізодів та моніторинг різних показників медіапроєкту. Загалом для виконання теж шість завдань: контроль за виконанням робіт – дотримання графіку публікацій та загалом готовність завдань; технічний моніторинг – перевірка якості звуку та монтажу; публікація готових епізодів; просування подкасту в соціальних мережах – дописи та сториз на особистих сторінках автора та ведучого подкасту у Facebook та Instagram; аналіз рейтингів –

статистика прослуховувань, реакцій, підписок та фідбеку; рефлексія – внутрішня оцінка, труднощів висновків та планів на майбутнє.

Деякі завдання можна виконувати одночасно, оскільки вони не залежать одне від одного. Наприклад, запис інтерв'ю, монтаж готових файлів або ж створення обкладинок для випусків.

Завдяки пропрацьованим етапам управління змістом медіапроєкту реалізовано системно й поетапно. Побудова життєвого циклу проєкту дозволила визначити ключові фази – від ініціації до завершення/продовження. Це дозволило нам забезпечити логічність та послідовність проєкту. Розробка ієрархічної структури WBS допомогла розбити загальні цілі на конкретні завдання, тому процес реалізації був керованим та прозорим. Такий підхід дав змогу не лише оцінити обсяг і складність робіт, а й ефективно розподілити час та ресурси. Також варто зауважити, що попереднє обговорення сценаріїв з експертами було надзвичайно корисним. Завдяки їхнім правкам ми глибше зрозуміли суть теми, вдосконалили сценарій та краще підготувалися до інтерв'ю.

2.2 Управління часом у проєкті «Культурний детектив».

Перед визначенням кількості часу на реалізацію медіапроєкту ми використали ієрархічну структуру WBS (рис. 2.1.3). Вона допомогла поділити великий обсяг завдань на менші частини. Завдяки цьому нам вдалося визначити тривалість виконання кожного завдання. Загалом ми працювали за двома методами: емпіричним – базуючись на власному досвіді, а також аналітичним – опираючись на статті та різні поради з тайм-менеджменту. Дуже корисними виявилися матеріали від кар'єрної платформи Harry Monday про поради для тих хто нічого не встигає [38] та лайфхаки про управління часом [2].

Роботи тривали з вересня 2024 року по травень 2025 року (рис. 2.2.1). Першим етапом стала ініціація, далі – планування, реалізація і фінальна частина. Тривалість кожного етапу визначалася залежно від його складності,

доступності ресурсів, а також логіки робіт (деякі завдання можна було виконувати паралельно, а інші послідовно).

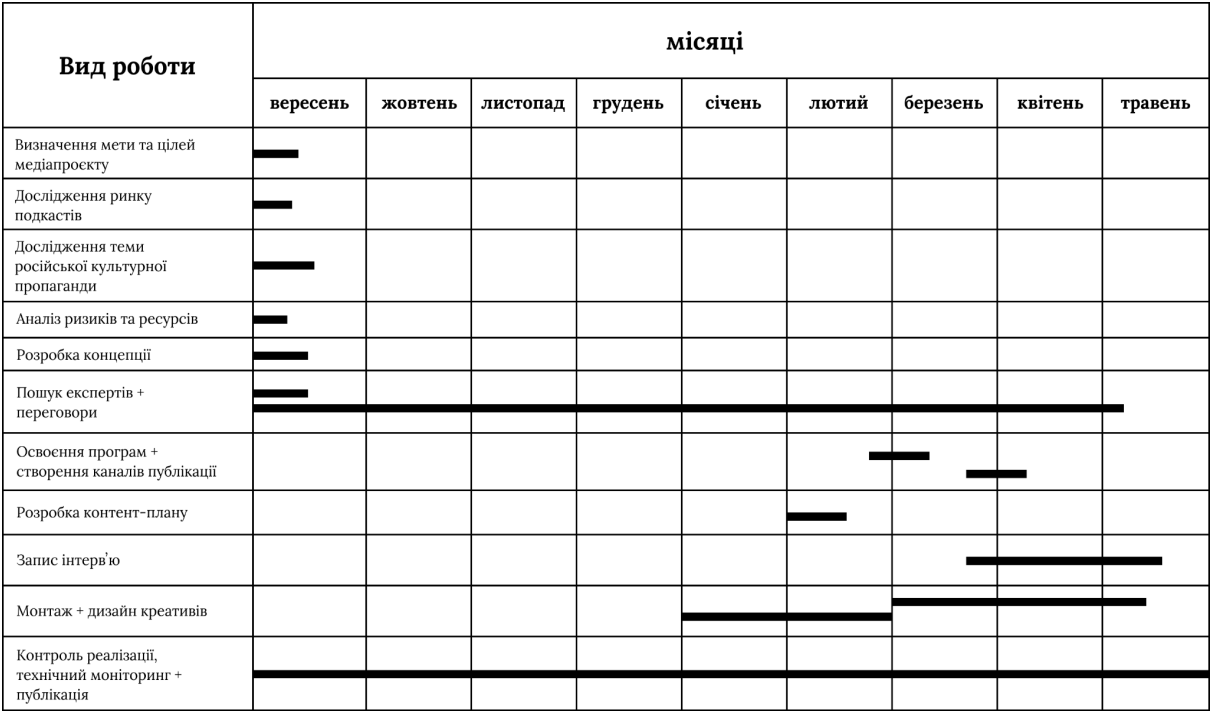


Рис. 2.2.1 Діаграма Ганта

Першим етапом реалізації медіапроєкту було планування. Цей процес тривав один місяць (вересень 2024 року). Насамперед ми визначили мету та цілі проєкту, на що ми витратили 1 день. Далі розпочалося дослідження ринку подкастів, на яке ми витратили 2 тижні. Цей процес виявився трудомістким, адже потребував аналізу великої кількості тематичних подкастів, їхніх форматів, структури, тривалості, стилю подачі інформації та візуального супроводу. Це допомогло краще зрозуміти, що можна адаптовувати під наш подкаст, а чого варто уникати. Наступним кроком стало вивчення теми російської культурної пропаганди – 1 тиждень. У межах цього блоку ми зібрали базову інформацію, приклади проявів пропаганди в літературі, кіно та музиці, а також проаналізували характерні ворожі наративи. Підетап аналізу ризиків та ресурсів тривав 4 дні. Завершальним штрихом стала розробка концепції подкасту. На це ми витратили 2 дні. За цей місяць нам вдалося закласти міцний фундамент нашого проєкту.

Другий етап робіт сумарно зайняв 8 місяців, але реалізовувався паралельно з іншими фазами робіт. Ключовим етапом був пошук експертів для участі в інтерв'ю. Загалом він тривав 1 тиждень. Найдовше за тривалістю були переговори з експертами, що розтягнулися на 8 місяців. Така тривалість зумовлена низкою факторів – зокрема, зайнятістю гостей та складністю погодження дат. Переговори з Лук'яном Галкіним стали найдовшими. Через його щільний графік узгодження зручної дати для запису тривало понад 6 місяців. Зрештою вдалося знайти вікно у травні 2025 року. Переговори з Миколою Сергою тривають вже понад два місяці. Ситуація аналогічна до попередньої. Водночас у нас ведеться постійне листування, і участь гостя залишається можливою. Переговори з Іриною Славінською стали найкоротшим за часом – 5 днів. Для якісного виконання технічних завдань ми окремо виділили час на опанування необхідних програм. Вивчали програми для запису звуку Audacity та Reaper – 2 години, а також програми для монтажу Adobe Audition та iZotope – 6 годин.

Третій етап – реалізація. Частина завдань виконувалася паралельно з іншими процесами. Все розпочалося зі створення стрімінгових платформ. Цей процес тривав близько двох годин. Наступним кроком була розробка контент-плану. Загалом вона тривала 5 днів. Протягом наступних трьох тижнів ми писали сценарії для кожного епізоду. Запис інтерв'ю з експертами складався з двох часових компонентів: запис інтерв'ю та дорога до Києва. Безпосередньо кожна розмова з експертом тривала близько двох годин. У цей час входили перевірка звуку, сам запис та начитування окремих фрагментів. Водночас через географічну віддаленість (записи відбувалися в Києві, а ведучий проживає в Закарпатській області), логістика забрала близько трьох днів у сукупності (дорога туди й назад). Монтаж трейлеру та двох епізодів тривав два місяці та складався із кількох послідовних процесів: очищення звуку від шумів, нарізки матеріалу відповідно до сценаріїв та звукового дизайну. Завершальним етапом третьої фази став дизайн візуального оформлення, який тривав приблизно один тиждень. Цей блок виконувався паралельно із другим етапом робіт.

Четвертий етап робіт також один із найдовших. Контроль за виконанням робіт охоплював весь період реалізації проєкту: від моменту запуску до публікації крайнього епізоду (вересень 2024 – травень 2025). Технічний моніторинг зайняв приблизно 3 години. Кожен епізод після монтажу ми прослуховували від початку до кінця з метою виявлення можливих технічних помилок. Фінальним кроком була публікація готових епізодів на стрімінгові платформи. Процес тривав близько однієї години. Завдяки попередньо підготованим шаблонам описів і креативів, цей процес відбувся швидко та без затримок.

Підсумовуючи, хочемо відзначити, що одну із ключових ролей зайняв тайм-менеджмент. Ефективне планування часу, чітка послідовність завдань, встановлення дедлайнів і постійний контроль за дотриманням графіку стали основою того, що наш проєкт виконано у межах запланованих строків. Правильно розставлені пріоритети та об'єктивна оцінка тривалості кожного виду роботи дозволили уникнути перенавантаження. Завдяки заздалегідь передбаченому часовому резерву й можливості гнучко виконувати завдання, ми зберегли загальний темп роботи. Без чіткого тайм-менеджменту реалізація подкасту «Культурний детектив» не була б такою злагодженою, ефективною та результативною.

2.3 Управління ресурсами та закупівлями проєкту «Культурний детектив».

Для успішної реалізації медіапроєкту надзвичайно важливим є правильне планування та ефективне управління ресурсами. На цій стадії ми визначили, які ресурси необхідні на різних етапах створення подкасту: людські, фінансові, технічні та інформаційні. Також ми створили RBS структуру розподілу ресурсів. Вона охоплює наші чотири основні категорії.

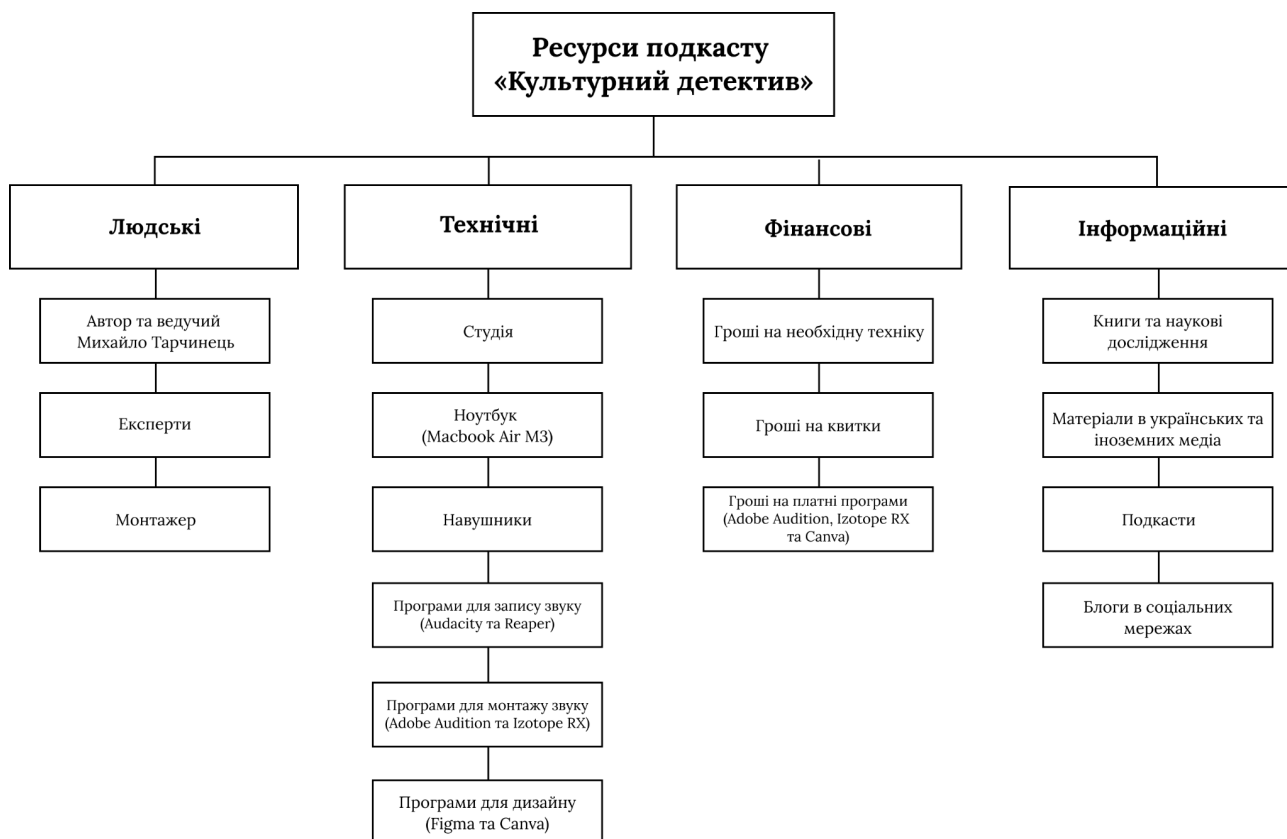


Рис. 2.3.1 RBS структура ресурсів

Насамперед для реалізації потрібно людські ресурси. Автором та ведучим є Михайло Тарчинець. Він відповідальний за ідею, концепцію, структуру, проведення інтерв'ю, написання сценаріїв і координацію усіх етапів виробництва. Також до створення подкасту залучено експертів, які беруть участь в інтерв'ю: літературознавиця Ірина Славінська, кінокритик Лук'ян Галкін та музикант Микола Серга. Крім того, до реалізації ми залучили монтажера, який допомагав створювати звуковий дизайн для наших епізодів.

Не менш важливими є технічні ресурси. Це засоби, без яких запис, монтаж і публікація були б неможливими. Запис інтерв'ю відбувався у професійних студіях. Можливість працювати із професійним обладнанням нам дали Українсько-данський молодіжний дім та радіо Культура. Вибір саме цих студій зумовлений їхнім великим технічним забезпеченням. Для обробки аудіо нам знадобився ноутбук (MacBook Air M3). Це потужний професійний комп'ютер з широким функціоналом. Також нам потрібно було навушники для монтажу.

Крім того, до нашого технічного арсеналу входять спеціальні програми для запису звуку (Audacity та Reaper), монтажу (Adobe Audition та Izotope RX) та дизайну (Figma та Canva).

Окремою категорією ми встановили фінансові ресурси. Вони необхідні як для одноразових витрат (придбання ноутбука), так і для операційних витрат (поїздки до Києва, передплата на деякі програми монтажу та дизайну). Усі фінансові витрати планувалися завчасно, а їх кількість залежала від поставлених завдань.

Інформаційні ресурси. Вони потрібні для аналізу та надивленості. До цієї категорії ми віднесли книги, наукові дослідження, статті, інтерв'ю, блоги в соціальних мережах та подкасти. Ці джерела стали основою для розробки сценаріїв, формулювання питань експертам та загального поглиблення в тему. Без достатнього інформаційного підґрунтя проєкт не мав би основи.

2.4 Управління вартістю проєкту «Культурний детектив».

На етапі планування ми склали кошторис нашого медіапроєкту. У ньому ми прописали перелік необхідних ресурсів (рис. 2.4.1) та визначили орієнтовну вартість проєкту.

Усі витрати покривалися власним коштом автора та ведучого подкасту – Михайла Тарчинця. Ми не мали зовнішнього фінансування, не зверталися по фінансову підтримку чи гранти. Через це нам було важливо максимально раціонально визначити перелік технічного обладнання та необхідних послуг для злагодженої реалізації проєкту. Проте, ми отримали технічну підтримку для запису подкасту (студійні мікрофони та рекордер) від партнерів з радіо «Культура» та Українсько-данського молодіжного дому. Вони дозволили проводити записи у своїх студіях. завдяки цій підтримці нам вдалося суттєво зекономити кошти.

Якби у нас були додаткові джерела фінансування, ми б змогли створити повноцінну команду, наприклад звукорежисера, дизайнера тощо. Такий розподіл обов'язків значно спростив би реалізацію проєкту.

Товар/послуга	Вартість
Ноутбук Apple MacBook Air 13 M3 16/512GB	83 500 грн.
Навушники	1200 грн.
Послуги перевізника АТ «Укрзалізниця»	3000 грн.
Послуги перевізника КП «Київський метрополітен»	1 квиток / 8 грн. всього 9 кв. = 72 грн.
Підписка на Canva	1 місяць / 830 грн. всього 1 міс. = 830 грн.
Підписка на Adobe Audition	1 місяць / 1150 грн. всього 2 міс. = 2300 грн.
Загальна вартість медіапроєкту: 90 900 гривень	

Рис. 2.4.1 Бюджет медіапроєкту «Культурний детектив».

Під час вибору техобладнання та інших ресурсів ми керувалися трьома ключовими критеріями: доцільність, якість та довгострокова користь. Основним робочим інструментом для виконання технічних завдань (монтаж, дизайн та публікація) став ноутбук Apple MacBook Air. Цю модель ми обрали через її високу продуктивність, надійність, портативність та тривалий час автономної роботи. Ці чинники були для нас критично важливими, адже працювати доводилося в різних локаціях. На ноутбук ми витратили 83 500 грн. Для якісної роботи зі звуком ми придбали навушники. Їхня вартість 1200 грн. Для обробки аудіо ми оформили передплату на програму Adobe Audition (2300 грн за 2 місяці). Також для створення креативів ми скористалися розширеним функціоналом платформи Canva (830 грн за 1 місяць). Для організації поїздок

на інтерв'ю нам знадобилися послуги перевізників. Для цього ми витратили 3072 грн. Таким чином усі витрати були чітко спланованими та обґрунтованими.

Загальна вартість медіапроєкту склала 90 900 грн. Оскільки фінансування було виключно з особистих коштів автора, ми намагалися максимально виважено підходити до кожної покупки. Якби проєкт мав додаткове фінансування, то ми змогли б замовити рекламу, а також винаймати працівників.

2.5 Управління якістю проєкту «Культурний детектив».

Якість нашого проєкту була одним із головних пріоритетів у реалізації. Для того, щоб проєкт відповідав нашим вимогам ми виокремили декілька пунктів, які безпосередньо впливають на якість: планування, обізнаність автора у тематиці подкасту, запис у професійних студіях, монтаж, аудіодизайн, візуальний супровід епізодів (обкладинки), залучення експертів та очний формат запису.

1. Планування. Завчасне визначення завдань, термінів та розподілу обов'язків дозволило уникнути розпорошеності та дезорієнтації в процесі реалізації. Завдяки такому підходу ми мали чітке бачення кожного епізоду та послідовність дій, що посприяло підвищенню ефективності команди та якості підсумкового результату.

2. Обізнаність автора у тематиці подкасту. До початку записів ми провели аналіз нашого робочого поля: опрацювали книги, наукові роботи, статті, огляди, інтерв'ю, подкасти тощо. Це допомогло нам сформуванню чітку картину поточної ситуації, правильно сформулювати запитання до експертів, а також вести розмову з гостями у професійному руслі. Таким чином ми досягнули якісного наповнення наших випусків.

3. Звукозапис у професійних студіях. Це один із найважливіших факторів технічної якості проєкту. Завдяки нашим партнерам ми могли

використовувати якісне студійне обладнання: мікрофони, навушники та звукові карти. Завдяки цьому ми змогли записати чистий звук без сторонніх шумів.

4. Монтаж та звуковий дизайн. Кожна аудіодоріжка була детально оброблена. Ми провели технічну чистку, вирівнювання звуків, видалення зайвих пауз, повторень та невдалих моментів. Так ми досягли приємного та якісного звучання. Разом із цим, аудіодизайн. На цьому етапі ми підбирали музичний супровід та інтершуми. Таким чином ми зробили подкаст не лише естетичним, а й подбали про впізнаваність стилю. Крім того, вибрана нами музика впливає на емоційне сприйняття та створює потрібну атмосферу. Перед публікацією ми прослуховували кожен епізод, щоб запевнитися, що ніяких помилок немає.

5. Дизайн обкладинок. Не менш важливим аспектом якості є і візуальний супровід кожного випуску. Ми створили унікальні обкладинки для кожного епізоду. На кожную тематику ми підбирали відповідний фон (література – книга, кіно – камера/кінострічка, музика – ноти тощо), а також додавали фото ведучого та експерта для впізнаваності. Креативи створені в однаковій стилістиці. Це допоможе створити нам впізнаваний образ.

6. Залучення експертів. Розмови з людьми, які мають досвід у сфері культури, літератури, кіно, музики та медіа загалом допомогли ширше розкрити тему, поділилися своїми думками та корисними прикладами. Цей фактор також впливав на якість наповнення випусків.

7. Очний запис. Попри зручність онлайн-формату, адже нікуди їхати не потрібно та й загалом це економія коштів ми свідомо відмовилися від нього. Ми прагнули зберегти максимальну якість звуку та живий контакт із гостями. Завдяки очному формату ми уникнули можливих технічних збоїв, затримок у звуці та й загалом проблем із якістю запису.

2.6 Управління ризиками проєкту «Культурний детектив».

Управління ризиками стало невіддільною частиною нашого проєкту. У процесі роботи можуть виникати різноманітні непередбачувані ситуації, які здатні вплинути на загальну динаміку, якість або строки реалізації. Визначення потенційних ризиків у нашому медіапроєкті потребувало ретельності, адже ми частково залежимо від зовнішніх чинників: участі експертів, технічних ресурсів, партнерської підтримки та фінансів. Для того, щоб передбачити можливі сценарії розвитку подій ми склали перелік ймовірних ризиків та розробили стратегії запобігання їм або мінімізації негативних наслідків.

Одним з основних ризиків є технічний. Він пов'язаний із неякісним або повністю втраченим записом інтерв'ю. Така ситуація могла виникнути через технічні збої, неправильне підключення обладнання або програмну помилку під час запису. Щоб запобігти цьому, кожен запис ми розпочинали із пробного тесту звуку. Таким чином ми перевіряли загальні налаштування, збереження файлів і загальну якість звуку. Після завершення інтерв'ю ми одразу прослуховували фрагменти звукової доріжки та зберігали його на основному та резервному носії, щоб оперативно реагувати у разі проблеми.

Фінансові ризики пов'язані із непередбачуваними витратами або змінами у бюджеті проєкту. Для їх подолання ми проаналізували можливий розвиток подій та сформували бюджет із додатковим резервом. Такий підхід дав нам змогу не лише покрити планові витрати, а й швидко реагувати на непередбачувані обставини (наприклад, подорожчання або повернення квитків тощо).

Оскільки наш подкаст у формі інтерв'ю з експертами, то одним із найголовніших ризиків є скасування або перенесення запису. Щоб мінімізувати вплив цього ризику ми намагалися працювати з експертами максимально гнучко, погоджуючи графік записів з урахуванням інтересів обох сторін. Водночас ми заздалегідь сформували резервний список можливих спікерів, які могли б оперативно замінити когось у разі відмови або непередбаченої ситуації.

У випадках, коли експерт просив перенести зустріч, ми мали два основні сценарії реагування: якщо час дозволяв, то ми повертали квитки та переносили запис, якщо ж часу не вистачало, то розглядали варіант термінового запрошення іншого експерта або організувати онлайн-запис (що ми не хотіли робити, адже прагнули забезпечити високу якість звуку). Завдяки цьому ми були готові до форс-мажорів. Подібна ситуація трапилася з нами на практиці: один з експертів попросив перенести інтерв'ю на інший день всього за декілька годин до відправлення до Києва, де планувався очний запис у студії. Попри складність, ми оперативно відреагували – скасували поїздку та повернули квитки. Через це ми втратили 50% вартості квитків. Однак завдяки створеним фінансовим резервам нам вдалося мінімізувати збитки та перенести запис без шкоди для графіка та загальної реалізації проєкту.

Ще одним ризиком є порушення термінів виконання завдань через можливі зовнішні чинники (хвороба, повітряна тривога, форс-мажор тощо). Для мінімізації такого ризику ми заклали часовий резерв між записом епізодів та запланованою датою публікації. Таким чином нам вдалося дотриматися контент-плану (див. Додаток 3).

Завдяки аналізу потенційних ризиків та розробленим стратегіям реагування нам вдалося уникнути більшості загроз. Ми передбачили найімовірніші проблеми, продумали алгоритми дій та заклали необхідні часові й фінансові резерви. Один з прорахованих ризиків стався, але завдяки готовності до подібної ситуації, ми спокійно та злагоджено відреагували й мінімізували наслідки.

2.7 Управління командою проєкту «Культурний детектив».

Ефективність команди є одним із ключових чинників успішної реалізації. З огляду на формат подкасту (інтерв'ю з експертами) важливо чітко координувати всі процеси – від підготовки сценарію до публікації готового продукту. Тому управління командою охоплює низку зон відповідальності: організацію

робочого процесу, комунікацію, технічні завдання, візуальний супровід та моніторинг. Для того, щоб зрозуміти як правильно керувати командою ми прочитали статтю про ефективне управління командою на платформі Worksection [1].

За наявності фінансування команда проєкту могла б включати окремих спеціалістів. Це б значно полегшило реалізацію подкасту та дало змогу розподілити навантаження. Команда могла б складатися із таких фахівців:

1. Проєктний менеджер. Відповідає за планування, контроль, комунікацію з експертами, управління ресурсами та координацію всього проєкту.
2. Монтажер. Відповідає за обробку звуку, музичне оформлення та фінальне звучання кожного епізоду
3. Дизайнер. Відповідає за створення обкладинок до випусків, брендову айдентику та інший візуальний контент.
4. Дослідник. Відповідає за збір інформації для кожного епізоду.
5. SMM-менеджер. Для роботи із соціальними мережами подкасту.

Однак у нашому випадку всі ці функції були сконцентровані в руках одного учасника – автора медіапроєкту. Саме він займався продюсуванням, розробкою сценаріїв, підготовкою питань, організацією записів, комунікацією з експертами, створенням дизайнів, монтажем (чистка звуку) та моніторингом. Такий підхід дозволив повністю контролювати кожен етап роботи, але водночас значно ускладнив процес реалізації. Відсутність можливості делегувати частину завдань призводила до надмірного навантаження та постійної необхідності перемикатися між різними видами діяльності. Проте на етапі монтажу нам вдалося залучити волонтера, який зайнявся частиною монтажу та допоміг створити музичне оформлення для кожного епізоду. Завдяки цьому нам вдалося спростити цей процес.

Частину обов'язків, а саме планування та контроль ми розділили із науковою керівницею проєкту – Годунок З. В.

Попри труднощі та самостійне виконання більшості функцій ми змогли глибше зануритися в кожен процес виробництва подкасту, краще зрозуміти специфіку роботи на різних етапах та сформувані універсальні навички управління медіапроектами. Водночас ми зрозуміли, що для подальшого масштабування і стабільності проєкту доцільним є залучення вузькопрофільних фахівців. Так ми підвищимо ефективність і якість проєкту.

2.8 Управління комунікаціями проєкту «Культурний детектив».

Правильна комунікація позитивно впливає на реалізацію та злагоджену взаємодію між усіма учасниками процесу: аудиторія, експерти, партнери та наукова керівниця. Продумана система комунікацій дає змогу підтримувати стабільний обмін інформацією, будувати довіру, своєчасно отримувати зворотний зв'язок та досягати цілей. Для того, щоб ефективно вибудувати комунікацію нам допомогла стаття про лайфхаки спілкування на платформі Happy Monday [17].

Усі ключові комунікації відбувалися через автора проєкту. Спілкування з аудиторією відбувалося переважно через коментарі під публікаціями на YouTube, а також через особисті повідомлення в месенджерах. Так ми змогли підтримувати тісний зв'язок зі слухачами, оперативно реагувати на відгуки, а також відповідати на пропозиції чи запитання. Стиль комунікації з підписниками був відкритим, доброзичливим і доступним. У стратегії комунікації зі слухачами ми враховували специфіку цільової аудиторії: люди віком від 16 років, які цікавляться культурою, медіаграмотністю та суспільно-політичними процесами.

З гостями подкасту комунікація здійснювалася через Telegram, Instagram і Messenger. Загалом спілкування було доброзичливим, ненав'язливим та водночас чітким. Такий підхід сприяв формуванню довіри між автором та експертами, а також комфортній атмосфері співпраці. Через ці канали ми узгоджували дати та час записів, а також обговорювали деталі інтерв'ю.

Комунікація із партнерами з Радіо Культура та Українсько-данського молодіжного дому була в Telegram та на електронній пошті. Спілкування з ними мало офіційніший і стриманіший характер. Загалом ми обговорювали організаційні питання.

Спілкування з науковою керівницею відбувалося через особисті повідомлення в месенджерах. Обговорення були регулярними, а стиль спілкування професійний, довірливий і доброзичливий. Зазвичай ми узгоджували сценарії та інші деталі проєкту.

Завдяки індивідуальному підходу до кожного виду комунікації ми досягли своїх цілей. Для спілкування ми обирали максимально зручні канали зв'язку, підтримували відкриту, теплу й активну комунікацію та вчасно відповідали на повідомлення.

2.9 Моніторинг виконання проєкту «Культурний детектив».

Моніторинг виконання проєкту ми організували системно та послідовно. Оскільки основну частину завдань автор виконував самостійно, це значно спростило процес контролю. Усі ключові етапи ми попередньо спланували, проаналізували та прописали. Таким чином ми слідували чітко визначеному плану й уникали хаосу.

Кожен етап роботи контролював автор. Під час запису ми перевіряли якість звуку; під час монтажу контролювали дотримання структури випуску та звуковий дизайн; під час створення обкладинок ми контролювали колірну гаму, читабельність та адаптивність під різні платформи. До монтажу ми залучили волонтера, який допомагав зі звуковим дизайном. Співпраця із ним була чітко регламентованою, адже ми прописали детальне технічне завдання. Так ми досягли бажаної якості аудіо.

Окрему роль моніторингу проєкту зайняла наукова керівниця. Вона консультувала нас щодо всіх аспектів роботи. Завдяки регулярному спілкуванню з нею ми досягли високого рівня якості проєкту.

Крім внутрішнього контролю, ми також відстежували показники прослуховувань на стрімінгових платформах, аналізували коментарі слухачів та повідомлення у приватних чатах. Ці дані дозволили нам краще зрозуміти інтереси аудиторії та врахувати їхні побажання.

Завдяки чіткому плануванню та моніторингу всіх процесів ми змогли ефективно та успішно реалізувати наш медіапроект.

Висновки до 2 розділу.

Реалізація медіапроекту «Культурний детектив» тривала дев'ять місяців. За цей період ми виконали низку важливих завдань: визначили життєвий цикл, сформували дерево цілей, розподілили роботи по структурі WBS, визначили необхідні ресурси та бюджет проекту, проаналізували можливі ризики та загалом почали роботу над проектом.

По-перше, завдяки заздалегідь визначеним ризикам, наприклад можливе скасування інтерв'ю, технічні проблеми чи нестача фінансів, ми змогли заздалегідь підготуватися. У кризовій ситуації ми ефективно відреагували на непередбачувану ситуацію, зберегли контроль над процесами та не вийшли за часові рамки.

По-друге, попри відсутність повноцінної команди нам вдалося забезпечити ефективне управління всіма процесами – від планування й запису до монтажу та публікації. Таким чином ми довели, що за умови обмежених людських ресурсів можливо створити якісний медіапродукт. Але це за умови, якщо всі етапи реалізації будуть ретельно сплановані.

Окремо відзначимо, що продумана комунікаційна стратегія є дуже цінним ресурсом. Адаптація тону спілкування з різними групами (експертами, аудиторією, партнерами) допомогла нам побудувати довірливу та продуктивну співпрацю.

Постійний моніторинг усіх процесів дав нам можливість ефективно використовувати час та ресурси, оперативно виявляти сильні та слабкі сторони й коригувати подальші дії за потреби.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ АВДІОПОДКАСТУ ПРО РОСІЙСЬКУ ПРОПАГАНДУ В КУЛЬТУРІ

3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту «Культурний детектив».

Під час реалізації медіапроєкту «Культурний детектив» ми зіткнулися із певними проблемами. Вони вимагали продуманих рішень, гнучкості та високого рівня самоорганізації. Попри попередній аналіз ризиків і завчасне планування, повністю уникнути проблем не вдалося — деякі з них сповільнювали робочий процес і потенційно впливали на якість кінцевого продукту. Водночас саме завдяки попередній підготовці нам вдалося своєчасно реагувати на проблеми та мінімізувати їхній вплив. Серед основних проблем були такі:

1. Перенесення інтерв'ю експертами. Через щільний графік запрошених гостей та різні непередбачувані обставини нам кілька разів доводилося переносити інтерв'ю. Зокрема, Лук'ян Галкін просив перенести зустріч тричі. Попри труднощі ми все-таки записали інтерв'ю та випустили епізод. Якби запис з Лук'яном Галкіним не відбувся, ми планували запросити іншого фахівця — Ігоря Кромпфа. Гість епізоду про музику Микола Серга перебуває у відрадженні. Інтерв'ю з ним заплановано на кінець червня – початок липня. Ці обставини вплинули на графік реалізації проєкту. Щоб мінімізувати ці ризики в майбутньому, треба заздалегідь погоджувати графіки з експертами, а також закладати резервний час. Завдяки цьому підходу ми дотрималися контент-плану.

2. Відсутність повноцінної команди. Більшість роботи над проєктом виконував автор подкасту. Через це ми не могли ефективно розподілити обов'язки, що в результаті призвело до надмірного навантаження. Обмеженість людських ресурсів ускладнила дотримання загального графіка та вимагала великих зусиль на всіх етапах виробництва. Частково проблему вдалося

подолати завдяки залученню монтажера, який допомагав зі звуковим дизайном. У результаті нам вдалося забезпечити якісну реалізацію подкасту. Водночас ми зрозуміли, що навіть для невеликих медіапроектів потрібно сформувати хоча б мінімальну команду, щоб уникати перенавантаження.

3. Обмежений бюджет. Ми не мали додаткового фінансування, тому всі витрати доводилося планувати з максимальною обережністю та з урахуванням наявних ресурсів. Через брак коштів ми не змогли закупити рекламу для просування подкасту. Не вдалося сформувати повноцінну команду, оскільки не було грошей для оплати праці. Для розв'язання цієї проблеми в майбутньому потрібно залучати спонсорів, подаватися на гранти та шукати альтернативні джерела фінансування, такі як краудфандинг або ж колаборації з різними організаціями.

4. Недостатня кількість україномовних джерел про подкасти. Під час досліджень та підготовки до створення проекту ми зрозуміли, що на українському ринку бракує матеріалів про подкастинг. Більшість потрібної нам інформації було англійською мовою. Переклад матеріалів потребував додаткового часу та зусиль, які ми могли спрямувати на практичну частину проекту. Для вирішення цієї проблеми потрібно перекладати іноземні матеріали на українську мову або ж проводити власні дослідження.

Попри низку труднощів, із якими ми зіткнулися під час роботи над проектом, нам вдалося успішно втілити задумане. Завдяки плануванню, аналізу ризиків та правильному управлінню ресурсами ми досягнули наших цілей (рис. 2.1.2).

3.2 Особливості реалізації подкасту про російську пропаганду в культурі.

Реалізація медіапроекту «Культурний детектив» включає в себе декілька складових: дослідницьку (аналіз ринку подкастів, конкурентів та тему російської пропаганди в культурі), планування (пошук експертів, переговори з

партнерами та гостями), реалізація (створення сценаріїв, формулювання питань до гостей, дизайнування обкладинок, запис інтерв'ю, чистка звуку, створення музичного дизайну й публікація готових епізодів) та моніторинг.

Для досягнення головної цілі та підцілей ми провели аналіз ринку подкастів та дослідили тему російської пропаганди в культурі. Основною проблемою на цьому етапі став брак україномовних джерел про подкастинг. Більшість матеріалів була англійською мовою. Через це ми витратили більше часу на дослідницьку частину. Попри це, ми змогли зібрати достатню кількість інформації для повноцінного запуску проєкту. Цей виклик змотивував нас і надалі працювати з цим форматом та розвивати його в українському медіапросторі.

Планування та реалізація стали найвідповідальнішими етапами роботи над проєктом. Щоб оптимізувати процес, ми розбили завдання відповідно до структури WBS (рис. 2.1.3). Так ми змогли ефективно розподілити час та обсяг робіт і виконати їх навіть за відсутності команди. Через брак людей у команді більшість робіт автор подкасту виконував самостійно. Це спричинило надмірне навантаження.

Для кожного епізоду ми ретельно добирали фахівців, дотичних до теми російської пропаганди в культурі. Важливо було не лише знайти гостя, а й вибудувати з ним ефективну комунікацію: провести переговори, узгодити графік та підготувати сценарій. Ми залучили експертів, які працюють або працювали у сфері медіа та є впізнаваними. Основною проблемою на цьому етапі стали часті перенесення інтерв'ю через зайнятість гостей. Проте нам вдалося домовитися з кожним експертом та записати інтерв'ю. Крім того, ми запровадили фірмову рубрику з експертами, яка органічно вписується в нашу концепцію. Наприклад, Ірина Славінська порадила слухачам твори, які варто почитати з української літератури. У випуску про кінематограф експерт поділився добіркою фільмів, що заслуговують на увагу. Завдяки цій рубриці ми сприяємо популяризації українського культурного продукту. Це особливо важливо в умовах гібридної війни, коли культура теж є частиною фронту.

У процесі написання сценаріїв ми придумали універсальну пораду, яку озвучуємо наприкінці кожного епізоду: «Моя порада незмінна: вмикайте свого внутрішнього культурного детектива щоразу, коли (теза під конкретну тему випуску). Аналізуйте, сумнівайтеся, перевіряйте!». Це фірмова особливість, яка робить наш подкаст впізнаваним та асоціюється саме з нашим проєктом.

Обкладинки подкастів ми розробляли в єдиному стилі з урахуванням специфіки теми. Епізоди публікувалися на відкритих онлайн-платформах Spotify та YouTube [35; 36]. Через відсутність стабільного фінансування ми не змогли запустити рекламну кампанію. Проте ми знайшли альтернативу: активно поширювали інформацію про випуски через власні соціальні мережі та особисті контакти. Ми створювали сториз та закликали підписників до прослуховування. Крім того, у нашому випадку спрацювало «сарафанне радіо». Завдяки цьому нам вдалося досягнути першої сотні прослуховувань без залучення платного просування. Ми зрозуміли, що навіть з обмеженнями в ресурсах можна знайти шляхи просування, однак вони не матимуть такої ефективності, як добре продумана рекламна кампанія.

Попри всі труднощі, подкаст «Культурний детектив» вдалося реалізувати успішно. Ми досягнули мети та виконали всі цілі. Крім того, у процесі роботи над проєктом ми розвинули низку практичних навичок, які є універсальними для реалізації подібних проєктів. Серед них контент-менеджмент (управління змістовним наповненням проєкту), самостійна організація та виконання завдань, дотримання принципів тайм-менеджменту й антикризового управління.

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації аудіоподкасту «Культурний детектив».

Ми успішно запустили подкаст «Культурний детектив» та проаналізували кожен етап реалізації. Спираючись на власний досвід і саморефлексію, ми сформулювали рекомендації, які допоможуть удосконалити проєкт і забезпечать його сталий розвиток у майбутньому.

1. Завчасне планування кожного епізоду. Розробка структури епізоду, формулювання запитань для гостей та підготовка сценаріїв мають бути пріоритетом у процесі виробництва. Від цього безпосередньо залежить якість кожного випуску. Крім того, варто узгоджувати дату запису з експертами щонайменше за два тижні до інтерв'ю. Це дозволить зменшити ризики зриву інтерв'ю та дедлайнів, а також допоможе якісніше підготуватися до розмови.

2. Запрошення впізнаваних експертів. Це підвищує рівень довіри аудиторії до подкасту.

3. Розширення каналів дистрибуції. Для охоплення ширшої аудиторії варто поширювати подкаст не лише через Spotify та YouTube, але й додатково на платформі Apple Podcasts. Це відкриє нам доступ до нового сегменту слухачів.

4. Завчасне створення обкладинок. Потрібно розробляти обкладинки до кожного епізоду заздалегідь, з урахуванням вимог до різних платформ (Spotify, YouTube, Apple Podcasts). Це дозволить уникнути затримок на етапі публікації.

5. Присутність у соціальних мережах. Потрібно створити окрему сторінку подкасту в Instagram для анонсів, тематичних дописів, опитувань та взаємодії з аудиторією. Крім того, слід показувати залаштунки нашої роботи, щоб бути ближчими з підписниками. Такий підхід підвищить рівень залученості слухачів і дозволить сформувати спільноту навколо проєкту.

6. Пошук фінансування. Необхідно шукати грантову підтримку з боку культурних фондів, медіа або інших організацій, які допомагають подібним проєктам, та розглянути варіант колаборації з медіа або блогерами. Також варто звернути увагу на відкриття рахунку для добровільної фінансової підтримки від слухачів.

7. Створення повноцінної команди. Для підвищення ефективності та розподілу обов'язків варто залучити окремих фахівців: проєктного менеджера, монтажера, дизайнера, SMM-менеджера та дослідника.

8. Аналіз потреб аудиторії. Для покращення якості контенту потрібно постійно взаємодіяти зі слухачами: читати коментарі, проводити опитування та

аналізувати статистику прослуховувань. Це допоможе краще зрозуміти інтереси слухачів та коригувати тематику випусків до їхніх очікувань.

9. Запуск рекламної кампанії. У разі залучення фінансування доцільно закупити таргетовану рекламу в Instagram, а також замовити рекламу в блогерів та медіа. Так ми зможемо залучити нових слухачів та суттєво збільшити впізнаваність подкасту.

10. Ведення електронного журналу. Проєктному менеджеру проєкту варто створити документ, у якому будуть чітко прописані етапи роботи, відповідальні особи, дедлайни та поточний статус виконання кожного завдання. Такий інструмент допоможе не лише систематизувати роботу, а й контролювати темпи реалізації, своєчасно виявляти затримки та оперативно реагувати на можливі виклики.

Висновки до 3 розділу.

У процесі реалізації нашими основними проблемами були обмежене фінансування, відсутність команди та перенесення інтерв'ю. Проте завдяки продуманій концепції та плануванню нам вдалося успішно впоратися з цими викликами.

Нам вдалося залучити відомих експертів. Ми зрозуміли, що робота з відомими людьми вимагає гнучкості та завчасного планування, адже їхні графіки дуже щільні. Тому домовленості про запис інтерв'ю потрібно узгоджувати щонайменше за два тижні до самої зустрічі. Крім того, завжди потрібно мати «запасного» експерта, який зможе допомогти в критичній ситуації.

Загальний темп реалізації відповідав нашій концепції. Однак через обмежені ресурси та переважно індивідуальну роботу нам вдалося випустити два епізоди та запланувати третій. Ми дійшли висновку, що повноцінна команда суттєво пришвидшила б роботу.

Сформовані нами рекомендації дозволять вдосконалити якість контенту, оптимізувати робочі процеси та забезпечити сталий розвиток проєкту в майбутньому.

ВИСНОВКИ

Отже, під час проведення дослідження ми реалізували мету та виконали всі завдання нашого медіапроєкту. Це дозволяє підсумувати результати теоретичної та практичної частин подкасту «Культурний детектив»:

1. Ми дослідили тему російської пропаганди в культурі, зосередившись на сферах літератури, кінематографу та музики. Працюючи з різноманітними джерелами ми з'ясували, що Росія системно використовує культуру як інструмент впливу на свідомість. Росіяни формують вигідні їм наративи, щоб нав'язати образ великої та сильної держави, а також щоб легітимувати свої дії. Аналіз культурних продуктів (літературних творів, фільмів / серіалів та музики) дозволив оцінити масштаби проблеми. Росія використовує культуру у різних форматах як інструмент впливу на свідомість. Мета — нав'язати вигідні для агресора наративи, легітимізувати свої дії, викривити правду та сформувати позитивний образ держави-окупанта. У цих продуктах можна простежити сталі меседжі: «українці та росіяни — один народ», «українці не здатні на прогрес, і їхній єдиний шанс на «краще життя» — служити росіянам», «Україна це частина Росії» тощо.

2. Наш проєкт ми реалізували у форматі подкасту. Випуски побудували у формі інтерв'ю з експертами. Це дозволило нам цікаво та змістово розкрити тему. Авдіоформат виявився оптимальним для нас із кількох причин. По-перше, подкаст є доступним форматом: його можна слухати незалежно від локації, часу та пристрою. По-друге, ефект присутності зі слухачем: завдяки інтонації, павзам та акцентам аудиторія краще споживає інформацію. По-третє, легка взаємодія з аудиторією через коментарі, реакції та зворотний зв'язок. По-четверте, архівування та повторне прослуховування: після прем'єри можна послухати в будь-який момент. Важливим чинником також стало зростання популярності подкастів. Отож, цей формат найбільше відповідає нашим вимогам, цілям та очікуванням. Робота над проєктом дала нам змогу розвинути

важливі професійні компетентності: самостійно організовувати робочий процес, ефективно планувати час та швидко реагувати на кризові ситуації.

3. Відповідно до концепції, наш подкаст орієнтований на людей віком від 16 років — активних споживачів культурного контенту, зацікавлених у мистецтві, медіаграмотності та суспільно-політичних процесах. Формат інтерв'ю з експертами дозволяє не лише доступно доносити складні теми, а й створює ефект живої розмови, яка підсилює емоційний контакт зі слухачем. Наш подкаст виконує інформативну, аналітичну й просвітницьку функції: з одного боку, ми знайомимо аудиторію з проявами російської пропаганди в культурі, а з іншого — формуємо навички критичного мислення та розпізнавання маніпуляцій.

4. Робота над кожним епізодом складалася із кількох послідовних етапів: написання сценаріїв та формулювання питань, переговорів з експертами та партнерами, запису інтерв'ю, монтажу та підбору звукового дизайну, створення обкладинок для кожного епізоду та публікації.

5. Однією з найбільших проблем стало перенесення інтерв'ю через графіки експертів. Це впливало на загальний темп роботи. Проте завдяки тому, що на етапі планування ми заздалегідь проаналізували потенційні ризики, нам вдалося вчасно адаптуватися до змін та мінімізувати їхні негативні наслідки. Ми зрозуміли, що робота з відомими людьми вимагає гнучкості, завчасних домовленостей та готовності змінювати графік публікацій.

6. Проект фактично реалізовувався без повноцінної команди. Це вповільнило процес, але водночас допомогло зрозуміти всі етапи створення подкастів. Однак ми дійшли висновку, що для сталого розвитку та масштабування проекту в майбутньому необхідно створити команду. Нам вдалося залучити волонтера, який допоміг із монтажем.

7. Візуальне оформлення було різне для кожного епізоду. Ми створювали індивідуальні обкладинки, які відображали тематику: наприклад, для епізоду про літературу ми використовували зображення книги, а для випуску про кіно — кіноплівку. Водночас ми дотримувалися однієї стилістики

оформлення для впізнаваності проєкту та візуальної цілісності. Після публікації епізодів ми отримали фідбек від однієї з експерток, яка звернула увагу на те, що фотографії гостей на обкладинках замалі. Ми зрозуміли помилку і в майбутньому врахуємо цей момент.

8. Загальна вартість проєкту складає — 90 900 гривень. Усі витрати ми покрили особистими коштами автора, без зовнішнього фінансування. Через це нам довелося суттєво оптимізувати бюджет, обмежити витрати та сконцентруватися винятково на найнеобхідніших ресурсах (рис. 2.4.1). Повноцінне фінансування розкришило б наші можливості. Попри позитивну статистику переглядів і зацікавлення аудиторії без фінансування подальша реалізація є під загрозою. Тому для стабільної роботи та масштабування необхідно залучати додаткові джерела фінансування.

9. На поточному етапі ми маємо продуману стратегію, налагоджені внутрішні процеси, позитивну динаміку прослуховувань (див. Додаток 4), два опубліковані випуски та один запланований запис. Це хороші показники для подальшої реалізації проєкту. Станом на 3 червня 2025 року загальна аудиторія подкасту становить: на YouTube — 36 підписників та 204 прослуховування (див. Додаток 5), а на Spotify — 7 прослуховувань, а середня оцінка подкасту 5 зірок (див. Додаток 6).

Ці висновки дають чітке уявлення про всі етапи створення подкасту «Культурний детектив». Ми прописали рекомендації, які необхідні для подальшого існування проєкту та хочемо продовжити роботу над ним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. 13 секретів для ефективного управління командою проєкту 2023 році. *Worksection*. URL: <https://worksection.com/ua/blog/secrets-of-effective-team-management.html> (дата звернення: 03.05.2025)
2. 3 лайфхаки з управління часом від Анни Мазур. *Happy Monday*. URL: <https://happymonday.ua/tajm-menedzhment-anna-mazur> (дата звернення: 03.05.2025)
3. 5 фаз життєвого циклу управління проєктами, які вам потрібно знати. *Stfalcon*. URL: <https://stfalcon.com/uk/blog/post/project-management-life-cycle> (дата звернення: 06.05.2025)
4. XXX наукова викладацько-студентська конференція. *Нац. ун-т. «Острозька академія», 2025. 132 с.* URL: https://www.oa.edu.ua/assets/files/news/2025/science_days_program.pdf
5. «Анатомія пропаганди». *NV Подкасти*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/465-anatomia-propahandy.html>
6. Виступ Володимира Путіна на саміті НАТО (Бухарест, 4 квітня 2008 року). *УНІАН*. URL: <https://www.unian.ua/politics/110949-vistup-volodimira-putina-na-samiti-nato-buharest-4-kvitnya-2008-roku.html> (дата звернення: 03.03.2025)
7. Вплив Російської пропаганди на суспільно-державну стабільність України: аналіз методів та наслідків. *Наукові праці МАУП, 2023*. URL: <https://journals.maup.com.ua/index.php/political/article/view/2827> (дата звернення: 05.03.2025)
8. Документальний цикл «Велика російська брехня». *YouTube*. URL: <https://youtube.com/playlist?list=PLa6RrfylRW7SpU0y4VkCUXkmzOYOOJRJQ&si=r6jllIyUhu4G1hga> (дата звернення: 29.04.2025)
9. Дослідження «Портрет українського подкастера». *Megogo Audio*. URL:

https://drive.google.com/file/d/1ie1N722fiVfJ0ScZ7zpYX59V8HFEJ1yd/view?fbclid=IwAR1Ma9UO0sjfnotC2See2XVow5zjluLisBhcoTucjGXkKN7X5rMIm_gfISU

10. Дослідження «Радіо як медіа та джерело новин». *Суспільне*. URL: https://corp.suspilne.media/media/documents/zagalni-dokumenti/PR_Prezentatsiia_ra_dio_doslidzhen_.pdf (дата звернення: 06.03.2025)

11. Для Росії мистецтво стало елементом гібридної війни – експерти. *Радіо Свобода*. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/28311592.html> (дата звернення: 06.03.2025)

12. Інтернет-видання Moviegram. URL: <https://moviegram.com.ua/> (дата звернення: 08.03.2025)

13. Індекс медіаграмотності українців 2020–2023 (четверта хвиля). *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/225738/2024-04-22-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-20202023-chetverta-khvylya/> (дата звернення: 04.03.2025)

14. Конференція «Захист культурної спадщини та протидія культурному стиранню у збройному конфлікті». *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/watch?v=XbpvZtRU0bo&ab_channel=%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%BC%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82%D1%83%D1%82%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B8%D1%85%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%96%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%8C%7C%D0%9A%D0%86%D0%A1%D0%94 (дата звернення: 05.03.2025)

15. Культурна пропаганда РФ: приниження та дегуманізація українців. *Круглий стіл КНЕУ*, 2023. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8b6f9721-7b6e-4fab-907b-2de2ef2282fa/content> (дата звернення: 14.03.2025)

16. «Культурна спецоперація», або як Росія використовує свою культуру у війні проти України. *Регіональний центр прав людини*. URL:

<https://rchr.org.ua/wp-content/uploads/2023/03/kulturna-cpetsoperatsiia-.pdf> (дата звернення: 09.10.2024)

17. Лайфхаки для ефективного спілкування: як комунікувати, що читати та яких помилок уникати. *Happy Monday*. URL: <https://happymonday.ua/jak-rozvynuty-komunikatyvni-navychky>

18. Майже половина українців відмовилася від російської музики – опитування Viber. *Межа Media*. URL: <https://mezha.media/2024/10/29/viber-half-ukrainian-listens-to-ru-music/> (дата звернення: 04.03.2025)

19. Медіаграмотність під час війни: теорія, методика та інтерактив. *Академія Української Преси*, 2023. 68 с. URL: https://www.aup.com.ua/uploads/Mediagramotnost_pid_chas_viyny_web.pdf (дата звернення: 04.04.2025)

20. Медіалайфхак. 10 кроків для просування подкасту. *Інтерньюз Україна*. URL: <https://internews.ua/opportunity/10-steps-to-promote-a-podcast> (дата звернення: 13.05.2025)

21. Міжнародний день подкастів: як напрямок розвивається у світі та в Україні. *Суспільне*. URL: <https://suspilne.media/culture/167845-miznarodnij-den-podkastiv-ak-napramok-rozvi-vaetsa-u-sviti-ta-v-ukraini/> (дата звернення: 06.03.2025)

22. Мова і культура: російська «м'яка сила» в Україні. Частина друга. *Texty.org*. URL: https://texty.org.ua/articles/46395/Mova_i_kultura_rosijska_mjaka_syla_v-46395/ (дата звернення: 06.03.2025)

23. Наразі без назви. Трейлер | Богдана Неборак | Анастасія Євдокимова. *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oLDVqle8OzY&list=PLpXNW3lwgte-k6p5iw3pJuvLk9UPDD1yV&index=1>

24. Наталія Блага. «Управління проектами». Навчальний посібник. *ЛДУВС МВС України*, 2021. 152 с. URL:

<https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3870/1/%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%B0%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8.pdf>

25. Подкаст «Культура проти агресії». *YouTube*. URL: <https://open.spotify.com/show/4BJU60hwT1VpSsviac90w7>

26. Подкаст «Культурний трибунал». *YouTube*. URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLpXNW3lwgte_uJ4C3OvZlu-SUCn10fje1

27. Подкаст «MINCULTPRYVIT». *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/@mincultpryvit>

28. Подкаст «Наразі без назви». *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLpXNW3lwgte-k6p5iw3pJuvLk9UPDD1yV>

29. Подкасти в Україні: люди, цифри та проблеми. *Український тиждень*. URL: <https://tyzhden.ua/podkasty-v-ukraini-liudy-tsyfry-ta-problemy/> (дата звернення: 06.03.2025)

30. Пропаганда криміналу: як російський серіал штовхає нас до насильства й авторитаризму. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/221387/2024-01-05-propaganda-kryminalu-y-ak-rosiyskyy-serial-shtovkhaie-nas-do-nasylstva-y-avtorytaryzmu/> (дата звернення: 15.03.2025)

31. Ризики проекту: аналіз, оцінка та стратегії управління. *Skillsetter*. URL: <https://skillsetter.io/blog/risk-management-ua> (дата звернення: 10.05.2025)

32. Росія щороку витрачає понад \$100 мільйонів на фейки і пропаганду проти ЄС та України — ЦПД. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3962747-rosia-soroku-vitracae-ponad-100-miljoniv-na-fejki-i-propagandu-proti-es-ta-ukraini-cpd.html> (дата звернення: 15.03.2025)

33. Скільки українців слухають подкасти — дослідження Суспільного. *Суспільне*. URL:

<https://suspilne.media/176455-skilki-ukrainciv-sluhaut-podkasti-doslidzenna-suspilno-go/> (дата звернення: 18.10.2024)

34. Слово пацана. Кров на асфальті. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BE_%D0%BF%D0%B0%D1%86%D0%B0%D0%BD%D0%B0._%D0%9A%D1%80%D0%BE%D0%B2_%D0%BD%D0%B0_%D0%B0%D1%81%D1%84%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%96 (дата звернення: 05.03.2025)

35. Сторінка проєкту «Культурний детектив» на Spotify. URL: <https://open.spotify.com/show/5oA3JbEA110yI1YKLNsoqc>

36. Сторінка проєкту «Культурний детектив» на YouTube. URL: <https://www.youtube.com/@%D0%9A%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%B9%D0%94%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2>

37. Статистика кількості українських, російських та світових пісень в наших чартах на стрімінгах станом на початок вересня 2024 року. Bezodnya.music. Instagram. URL: https://www.instagram.com/p/C_ikh4aMTaw/ (дата звернення: 10.10.2024)

38. Тайм-менеджмент: 5 порад для тих, хто нічого не встигає. *Happy Monday*. URL: <https://happymonday.ua/jeffektivnyj-tajm-menedzhment-5-sovetov> (дата звернення: 10.05.2025)

39. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. InMind на замовлення міжнародної організації «Internews». *Інтерньюз Україна*. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf> (дата звернення: 27.02.2025)

40. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроектів. *Суспільне*. URL: <https://suspilne.media/culture/287105-miznarodnij-den-podkastiv-hto-i-naviso-ih-stv-orue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkastiv/> (дата звернення: 10.04.2025)

41. Як готувати свій медіапроект: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA.Life. Кейс LIGA.Life. *The Lede*. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/07/10/1868/> (дата звернення: 10.04.2025)
42. Як і скільки росіяни заробляють на українцях? *Економічна правда*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yCZUSPPg3BQ> (дата звернення: 04.03.2025)
43. Як і чому подкасти стали ефективним способом комунікації. *Bazilik Media*. URL: <https://bazilik.media/iak-i-chomu-podkasty-staly-efektyvnym-sposobom-komunikatsii/> (дата звернення: 06.03.2025)
44. Як обрати платформу для ваших подкастів? *Izone Media*. URL: <https://izone.media/how-to-choose-a-platform-for-your-podcasts/> (дата звернення: 24.11.2024)
45. Як писати сценарії для подкастів та з чого почати. *Izone Media*. URL: <https://izone.media/%d1%8f%d0%ba-%d0%bf%d0%b8%d1%81%d0%b0%d1%82%d0%b8-%d1%81%d1%86%d0%b5%d0%bd%d0%b0%d1%80%d1%96%d1%97-%d0%b4%d0%bb%d1%8f-%d0%bf%d0%be%d0%b4%d0%ba%d0%b0%d1%81%d1%82%d1%96%d0%b2-%d1%82%d0%b0-%d0%b7-%d1%87/> (дата звернення: 27.02.2025)
46. Cumulus Media та Signal Hill Insights' Podcast Download – Fall 2024 Report. *Westwood one*. URL: <https://www.westwoodone.com/blog/2024/12/02/youtube-expands-its-lead-as-the-1-platform-for-podcasts-according-to-brand-new-cumulus-media-and-signal-hill-insights-podcast-download-fall-2024-report/> (дата звернення: 15.03.2025)
47. Number of podcast listeners worldwide from 2019 to 2024. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/1291360/podcast-listeners-worldwide/> (дата звернення: 18.10.2024)

48. What Is The Future Of Podcasting: Trends and Predictions. *Wired clip*.
 URL: <https://wiredclip.com/what-is-the-future-of-podcasting/> (дата звернення: 06.03.2025)

49. Work Breakdown Structure (WBS): Ключ до ефективного управління проектами. *FlexiProject*. URL:
<https://flexi-project.com/uk/%D1%89%D0%BE-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B5-work-breakdown-structure-wbs/> (дата звернення: 08.05.2025)

50. #0 Intro. *YouTube*. URL:
<https://youtu.be/kuv0SEAlSSY?si=j9ZeHFs7A9dUoFRx>

ДОДАТКИ

Додаток 1

№	Про що епізод?	Гість
1	Трејлер. Вступ. Коротко про ведучого, подкаст та чого варто очікувати.	Михайло Тарчинець
2	Пропаганда в літературі, проросійські наративи в сучасній та класичній літературі, вплив на книговидання, вплив Росії на українських авторів, чому ж Росія так намагається знищити українську літературу.	Ірина Славінська
3	Пропаганда в кіно, що таке взагалі пропаганда, як вона впливає на людей, як змінює свідомість та викривляє дійсність, вплив Росії на українську кіноіндустрію, приклади. Пропаганда в кіно, російська пропаганда у фільмах/серіалах українського виробництва, обговорення популярних колись в Україні серіалів/фільмів «Татусеві доньки», «Моя прекрасна няня» і т.д.	Лук'ян Галкін
4	Пропаганда в музиці, як вона проявляється, чи впливає на свідомість, маніпуляції в піснях, вплив Росії на українську музичну індустрію, вплив Росії на діяльність українських артистів, приклади. Як змінилася українська музична індустрія після 2014 року та 2022. Приклади російської пропаганди у піснях російських та українських виконавців, як ці пісні впливали.	Коля Серга

Додаток 2

Опис подкасту:

Ми всі любимо хороші фільми, книги та пісні, але не завжди замислюємося, які ідеї вони нам нав'язують. Деякі історії просто розважають, а деякі — формують наше сприйняття, і часто це відбувається непомітно. Але як зрозуміти, де закладено приховані смисли, що маніпулюють, і як від них захиститися?

Культурний детектив – це подкаст, про російську пропаганду в культурі. Без зайвої паніки, з фактами, прикладами та експертами ми поговоримо, як працюють ці механізми, чому вони ефективні й, головне, як навчитися їх розпізнавати та не давати їм впливати на свідомість.

Якщо тобі цікаво – залишайся. Тут ми розберемо складне та побачимо те, що від нас намагаються приховати.

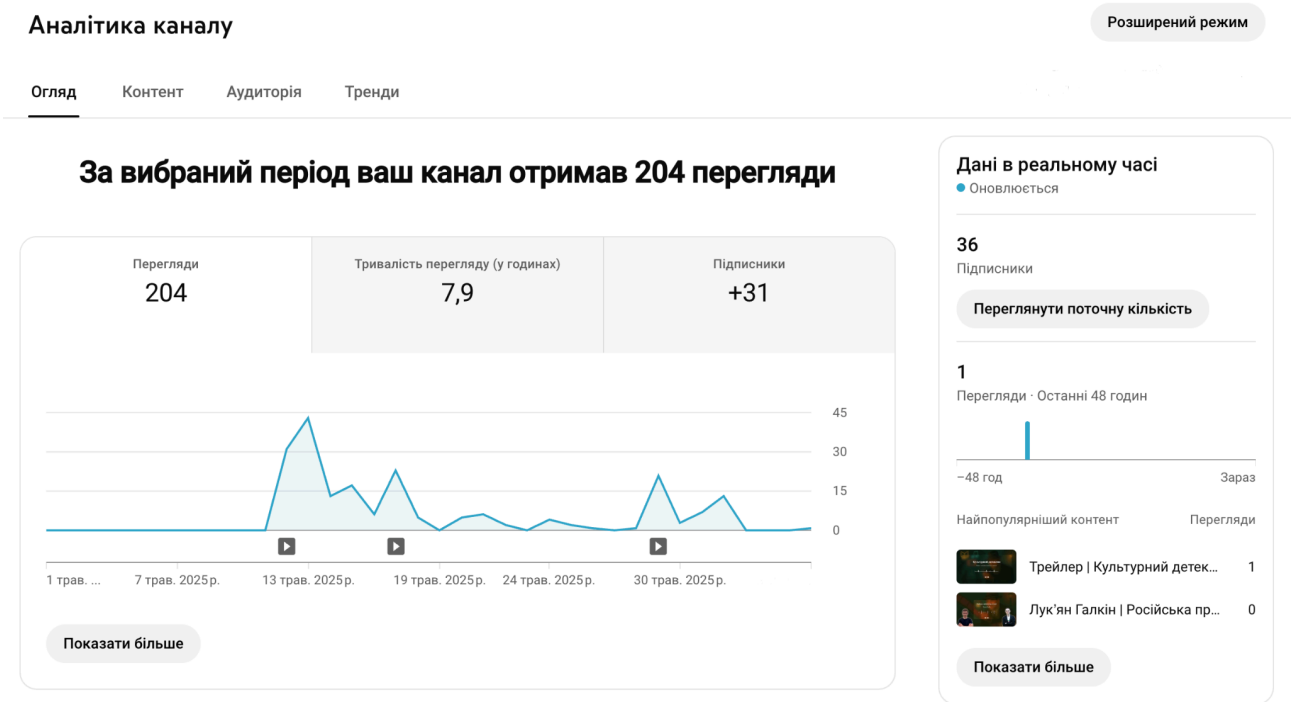
Додаток 3

Контент-план

Дата	Рубрика	Платформа	Гість
12.05.25	Трейлер	YouTube та Spotify	ведучий
17.05.25	Читати заборонено	YouTube та Spotify	Ірина Славінська
29.05.25	За лаштунками кіно	YouTube та Spotify	Лук'ян Галкін
30.06.25	Музичний код	YouTube та Spotify	Коля Серга

Додаток 4

Знімок з екрана із загальною статистикою на YouTube станом на 03.06.2025.

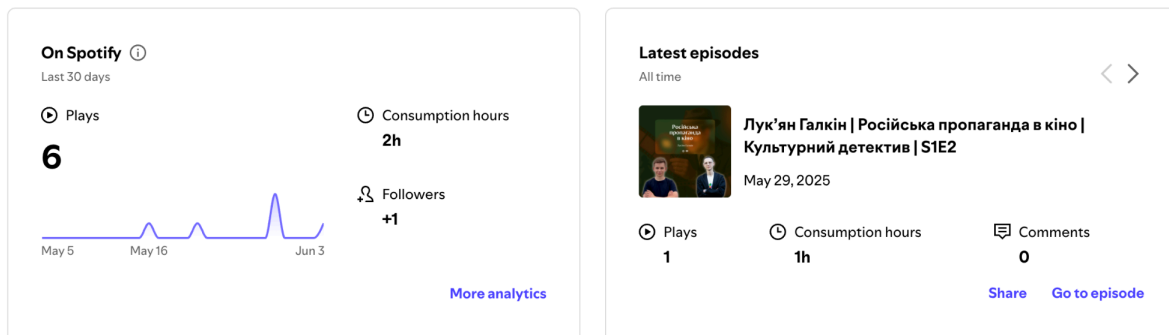


Додаток 5

Знімок з екрана із загальною статистикою на Spotify станом на 03.06.2025.



Overview



Додаток 6

Обкладинки для епізодів

