

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 р.)
Завідувач кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Подкаст про українське кіно:
особливості планування та реалізації»

Виконала студентка 4 курсу,
групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Шилан Вікторія Іванівна

Керівник – кандидат філологічних
наук, доцент
ГОДУНОК Зоряна Валентинівна
Рецензент – кандидат наук з
державного управління, доцент
ШЕРШНЬОВА Олена Володимирівна

Острог, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ	
АВДІОПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ КІНО	14
1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту	14
1.2. Проблема підкасту в джерелах та літературі.....	19
1.3. Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроєкту	22
1.4. Обґрунтування вибору формату медіапроєкту	26
1.5. Класифікаційні характеристики подкасту «ПроКіно».....	28
Висновки до першого розділу.....	29
РОЗДІЛ 2 . ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ Й ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	
РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ КІНО	31
2.1. Управління змістом аудіоподкасту про українське кіно	31
2.2. Управління часом у процесі створення подкасту	35
2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту	37
2.4. Управління вартістю медіапроєкту	39
2.5. Управління якістю медіапроєкту.....	40
2.6. Управління ризиками медіапроєкту.....	42
2.7. Управління командою медіапроєкту	44
2.8. Управління комунікаціями медіапроєкту.....	46
2.9. Моніторинг виконання медіапроєкту	47
Висновки до другого розділу	49
РОЗДІЛ 3. СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ	
КІНО	50
3.1. Проблеми з практичною реалізацією подкасту	50
3.2. Особливості реалізації подкасту про українське кіно.....	54
3.3. Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації подкасту про українське кіно	59

Висновки до третього розділу	61
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	68
ДОДАТКИ.....	74

ВСТУП

Актуальність теми медіапроєкту: Українське кіно за останні роки набирає значного розвитку, отримуючи міжнародне визнання та привертаючи увагу глядачів не лише в Україні, а й за її межами. Однією з основних причин цього стало використання кіномистецтва як інструменту осмислення та документування історичних подій, зокрема повномасштабної війни росії проти України. Українські фільми та серіали остаточно перейшли на державну мову, а російськомовні стрічки, зняті до війни, активно дублюють і локалізують українською. Це стало важливим кроком у зміцненні національної ідентичності та розвитку власного культурного продукту.

Фільми, що висвітлюють воєнні реалії, отримали значний резонанс у світі, що підтверджує премія «Оскар» за найкращий документальний фільм. У 2024 році стрічка «20 днів у Маріуполі» режисера Мстислава Чернова стала першою українською стрічкою, яка здобула таку нагороду. Це не лише підвищило авторитет українського кінематографа у світі, а й звернуло увагу міжнародної спільноти на воєнні реалії, які переживає Україна [19].

Водночас увага до українського кіно не пояснюється лише темою війни, адже режисери дедалі частіше порушують важливі соціальні, історичні та етнографічні питання, що робить їхні роботи цікавими для міжнародної аудиторії. Ще одним чинником визнання стало зростання художньої майстерності та жанрового розмаїття українських фільмів. Наприклад, восени 2024 року фільм Жанни Озірної «Медовий місяць» отримав гран-прі журі «Золотий Атлас» на Міжнародному кінофестивалі в Аррасі. Це емоційно потужна й концептуально глибока стрічка про внутрішню трансформацію молодого подружжя, яка демонструє здатність українських кіномитців створювати змістовне кіно навіть у мінімалістичному стилі та з обмеженими ресурсами виробництва [12].

Подібне визнання отримала й історична драма «БожеВільні» режисера Дениса Тарасова — фільм про боротьбу українських дисидентів із радянською

репресивною машиною, який акцентує на силі людського духу, національній гідності та цінні свободи. У листопаді 2024 року вона отримала головну нагороду в категорії OKO GLOBAL на Міжнародному етнографічному кінофестивалі «ОКО», що проходив у столиці Болгарії — Софії. Ця перемога не лише підкреслює важливість українського історичного кіно на міжнародній арені, а й допомагає підвищити обізнаність про злочини радянської системи, що залишається актуальною темою в сучасному суспільстві [13].

Суттєву роль у міжнародному визнанні відіграє підтримка європейських кінофестивалів та культурних інституцій. Завдяки програмам Держкіно, Українського культурного фонду (УКФ), а також міжнародним фондам українські кінематографісти отримують фінансування для створення конкурентоспроможних фільмів. Наприклад, багато стрічок були створені у копродукції з Францією, Польщею, Німеччиною та іншими країнами. Це дозволяє отримати більші бюджети, вищу якість продакшену та ширший доступ до міжнародного ринку.

Ще одним важливим аспектом є включення українських фільмів до великих стрімінгових платформ, таких як Netflix, Amazon Prime, HBO Max та MEGOGO. Це дозволяє значно розширити аудиторію та зробити українські фільми доступними для глядачів по всьому світу. Яскравим прикладом є анімаційний фільм «Мавка. Лісова пісня». Стрічка, заснована на класичному творі Лесі Українки, з'явилася на Netflix у грудні 2023 року і протрималася в тижневих топах платформи понад 20 тижнів. Це один із найбільш успішних українських мультфільмів, який привернув увагу як української, так і світової аудиторії завдяки унікальному поєднанню національних мотивів, екологічних тем і сучасної анімації [18].

Сучасне українське кіно значно покращило якість постановки, операторської роботи, монтажу та саунд-дизайну. Нове покоління кінематографістів використовує передові технології та залучає до роботи міжнародні команди, що дозволяє створювати фільми світового рівня. Наприклад, фільм «Морена» Сергія Альошечкіна здобув нагороду Tokyo Horror

Film Festival у категорії «Найкращий художній фільм», що демонструє конкурентоспроможність українського жанрового кіно [12].

Попри все, для широкої аудиторії багато українських фільмів залишаються маловідомими. Причини цього можуть полягати як у недостатньому маркетинговому просуванні, так і в пасивності глядачів, які звикли орієнтуватися на голлівудські та європейські стрічки, а до недавнього часу — на російський кінематограф. Менш масштабні, але важливі для національної культури фільми, часто отримують значно скромніші збори. Наприклад, історична драма «Щедрик», яка отримала схвальні відгуки критиків і міжнародну дистрибуцію, зібрала лише 8,7 мільйона гривень у прокаті [38].

Навіть успішні українські стрічки мають значні труднощі в конкурентній боротьбі з іноземними блокбастерами. Наприклад, анімаційний фільм «Мавка. Лісова пісня», який став найкасовішим українським фільмом за всю історію незалежності, зібрав понад 152 мільйони гривень у прокаті, що значно перевищує попередні рекорди національного кіно. Його виробництво коштувало близько 187 мільйонів гривень, що робить цей фільм найдорожчим анімаційним проєктом України [15].

Проте, якщо порівняти ці показники з результатами голлівудських стрічок, різниця буде значною. Фільм «Барбі» режисерки Грети Гервіг станом на 23 січня 2024 року зібрав 1,446 мільярда доларів у світовому прокаті. Він став найкасовішим за 2023 рік і справжнім культурним феноменом, значною мірою завдяки масштабній маркетинговій кампанії та впізнаваності бренду, а його виробництво коштувало близько 145 мільйонів доларів [11].

Вітчизняні кінематографісти все частіше використовують художні засоби для осмислення гострих соціальних, історичних і культурних проблем. Українське кіно розповідає про війну, національну ідентичність, особисті трагедії, боротьбу за свободу та соціальні виклики. Режисери не лише створюють візуально захопливі фільми, а й закладають у них глибокі сенси. Багато стрічок містять приховані символи, метафори та алюзії, які можуть бути неочевидними без додаткового аналізу чи знання змісту. У такому контексті особливої ваги

набувають медіа, що допомагають людині «прочитати» ці глибокі сенси. Зокрема, все більше значення мають подкасти, ютуб- та телеграм-канали, які спеціалізуються на аналізі українських фільмів. Вони виконують функцію посередника між автором і глядачем, розшифровуючи метафори, надаючи історичний контекст і порушуючи теми, які інакше могли б залишитися поза увагою.

У сучасному світі, де інформацію споживають як у текстовому, так і в аудіовізуальному форматі, подкасти стають все більш запотребованими. Вони не вимагають стовідсоткової залученості, тому їх прослуховування легко можна поєднувати з іншими видами діяльності. Тож подкасти дозволяють отримувати цікавий контент у зручний час: під час поїздок, роботи чи відпочинку.

У 2024 році популярність подкастів в Україні суттєво зросла. Зокрема, подкасти Суспільного набрали 2,7 мільйона прослуховувань, що більш ніж удвічі перевищило показник 2023 року. Близько 1,5 мільйона прослуховувань припало на YouTube, що популяризує платформу й при розміщенні лише аудіоконтенту [2].

Mediamaker дослідили, що найбільш популярними темами подкастів є новини й політика (38%), наука і технології (32%), культура й мистецтво (26%). Серед аудиторії слухачів подкастів 80% мають вищу освіту, а найбільш активними слухачами є чоловіки віком 18-39 років [27].

Отож, ринок подкастів в Україні активно розвивається, а аудиторія розширюється, що робить цей формат перспективним, зокрема й для обговорення теми українського кіно.

Саме тому актуальним ми вважаємо створити подкаст, який аналізуватиме проблематику та приховані сенси українського кіно, пояснюватиме їх значення та досліджуватиме вплив вітчизняних стрічок на суспільство. Подкаст стане не лише майданчиком для обговорення, а й способом популяризації українського кінематографа, що допоможе глядачам глибше зрозуміти кіно та його культурну цінність.

Проблематика, що висвітлюється у медіапроекті: Українське кіно активно розвивається, але все ще стикається з низкою проблем, які обмежують його популярність та вплив на суспільство. Подкаст про проблематику, висвітлену в українських фільмах та серіалах, допоможе розкрити ці проблеми, звернути увагу на їхнє значення та сприяти змінам у сприйнятті українського кіно. Основні проблеми, які розв'язуються в медіапроекті:

По-перше, низька популярність українського кіно серед широкої аудиторії. Попри успіхи окремих стрічок на міжнародній арені (наприклад, «20 днів у Маріуполі» – перший український фільм, який отримав «Оскар»), більшість українських глядачів все ще надають перевагу західним фільмам. За результатами опитування Gradus Research, лише 33% українців регулярно дивляться українське кіно, хоча цей показник зріс порівняно з довоєнним періодом (було 29%). При цьому 14% опитаних взагалі не дивляться українське кіно. Найпопулярнішими платформами для перегляду залишаються стрімінги (Megogo, Sweet TV, Netflix), тоді як у кінотеатрах українські фільми дивляться лише 14% людей [21]. Головними причинами цього є слабка промоція українських фільмів у порівнянні з потужними маркетинговими кампаніями західних стрічок, домінування міжнародних дистриб'юторів у прокаті, а також сформовані у частини глядачів стереотипи про нібито нижчу якість національного контенту. Такі стереотипи зумовлені тривалим домінуванням голлівудських і російських фільмів у медіапросторі України до 2022 року, що значною мірою вплинуло на вподобання аудиторії.

По-друге, незнання глядачами глибинного сенсу українського кіно. Вітчизняні режисери часто порушують суспільно важливу, історичну та філософську теми, але без аналізу ці сенси можуть залишитися не поміченими аудиторією. Наприклад, у багатьох фільмах та серіалах заховані метафори, які потребують пояснення та обговорення. Найчастіше за красивою картинкою люди не помічають важливі проблеми, які постійно турбують нас у повсякденному житті.

По третє, відсутність сталої української кіноспільноти. В Україні бракує майданчиків для обговорення фільмів, де режисери, сценаристи, критики та глядачі могли б взаємодіяти та впливати на розвиток кінематографа. Відсутність активної спільноти також знижує рівень зворотного зв'язку для режисерів, що ускладнює розуміння потреб та запитів аудиторії.

По-четверте, мовний та культурний перехід. Після початку повномасштабного вторгнення 2022 року українське кіно остаточно перейшло на державну мову, а багато старих фільмів отримали україномовні дубляжі. Це важливий крок у зміцненні культурної ідентичності, однак він також породив дискусії щодо адаптації та сприйняття таких змін глядачами.

Наш медіапроект намагається принаймні частково розв'язати описані проблеми, допомагаючи глядачам глибше зрозуміти українське кіно, його соціальний та культурний вплив. Через аналітичні обговорення, інтерв'ю з кінокритиками, режисерами, акторами та дослідниками кіномистецтва ми пояснюємо приховані сенси фільмів і розкриваємо важливі суспільні теми, які вони порушують.

У такий спосіб ми не лише звертаємо увагу на змістовну глибину українських стрічок, а й змінюємо саму парадигму їхнього сприйняття. Кіно перестає бути лише дозволлям — воно постає як джерело критичного мислення, колективної рефлексії та етичних орієнтирів для суспільства. Подкаст як медіаформат дає змогу вести відверту розмову про виклики, на які відгукується сучасне кіно, і запрошувати до цієї розмови широку аудиторію.

Отож, наш проєкт сприяє не лише популяризації українського кінематографа, а й формуванню нової глядацької культури — більш уважної, чутливої до контексту й відкритої до осмислення складних тем. Саме так і формуються підвалини якісної масової культури — не шляхом спрощення, а через глибину та зміст.

Обґрунтування вибору формату медіапроекту:

Подкаст є оптимальним форматом для реалізації цього медіапроекту, оскільки дозволяє детально аналізувати українське кіно, пояснювати приховані

сенси та залучати експертів до обговорення. Аудіоформат створює ефект живої дискусії, допомагаючи слухачам краще зануритися в тему та сприймати інформацію у форматі невимушеної розмови. На відміну від відео, подкаст не потребує візуальної концентрації, а порівняно з текстовими матеріалами — забезпечує динамічність подачі та інтерактивність.

Формат подкасту є економічно вигідним та простим у реалізації. Його створення не потребує значних фінансових витрат порівняно з виробництвом відеоконтенту. Достатньо якісного запису звуку, грамотного монтажу та ефективної стратегії просування для залучення слухачів. Крім того, аудіоформат дає слухачам можливість споживати контент у власному темпі, обираючи зручний час й обставини для прослуховування.

Отже, подкаст є найбільшим доцільним форматом для медіапроєкту, який забезпечує можливість глибокого аналізу українського кіно, сприяє його популяризації, відповідає сучасним трендам споживання контенту та дозволяє отримати широку аудиторію без значних фінансових витрат.

Мета медіапроєкту: Розробити та опублікувати подкаст про українське кіно, який сприятиме його популяризації через глибокий аналіз суспільно важливих тем, розкритих у фільмах, та осмислення їхнього впливу на аудиторію.

Для реалізації цієї мети поставлено такі завдання:

- Провести аналітичне дослідження українських фільмів, щоб виокремити ключові соціальні, культурні та моральні проблеми, які вони порушують.
- Розробити концепцію подкасту та сценарії епізодів, де кожен випуск фокусується на конкретному фільмі та проблематиці, яку він підіймає.
- Залучити експертів (кінокритиків, соціологів, культурологів, режисерів, сценаристів) для фахового аналізу фільмів та обговорення їхнього соціального контексту.
- Організувати процес виробництва подкасту: забезпечити технічний запис, монтаж, оформлення аудіо та візуального контенту.
- Популяризувати українське кіно, залучаючи нових глядачів до його перегляду.

Об'єкт дослідження: Подкаст про українське кіно.

Предмет дослідження: Особливості створення та реалізації подкасту про проблематику в українських фільмах та серіалах на платформі Spotify.

Методологічна база дослідження: Під час підготовки медіапроекту було використано загальнонаукові методи дослідження: аналіз джерел, порівняльний аналіз, класифікація, абстрагування, синтез та узагальнення.

Першим етапом роботи став **аналіз** наукових публікацій, медійних матеріалів, інтерв'ю та аналітичних текстів, присвячених розвитку українського подкастингу, культурної журналістики та ролі кіно у формуванні суспільної свідомості. Цей метод дозволив окреслити теоретичну базу, на якій ґрунтується подкаст «ПроКіно».

Важливим етапом стало проведення **порівняльного аналізу** різних подкастів про кіно, зокрема їх форматів, підходів до подачі інформації та взаємодії з аудиторією. Це допомогло виявити ключові тенденції та напрацювання, які були частково застосовані у виробництві власного проекту.

Для впорядкування зібраної інформації застосовувався метод **класифікації**. Подкасти, проаналізовані в межах порівняльного аналізу, було розподілено за тематичними, жанровими та форматними характеристиками. Також було визначено типи аудиторії, потенційно зацікавленої в подкасті «ПроКіно», що дало змогу сформулювати його змістову й комунікаційну стратегію.

Завдяки методу **абстрагування** було сформульовано загальні висновки щодо ролі подкастингу в осмисленні суспільних тем через кіно, а також окреслено потенціал подкасту як інструменту публічного діалогу про культуру.

Синтез дав змогу на основі окремих елементів (теоретичних знань, спостережень за іншими подкастами, досвіду власного виробництва) сформулювати цілісне бачення подкасту як інструменту глибокої розмови про кіно. Поєднання творчих, журналістських та технічних компонентів дозволило виробити узгоджену концепцію подкасту «ПроКіно».

Під час роботи було зібрано теоретичні дані та практичні спостереження. Також провели опитування, що дало змогу зробити **узагальнення** щодо того, які

методи створення й просування подкасту є найбільш ефективними, як обирати теми та гостей, а також як розмови про кіно впливають на слухачів.

У процесі реалізації аудіопроекту було використано **прикладні методи розробки медіапроекту** — етапи сценарного планування, звукозапису, монтажу, написання описів і публікування проекту на платформі Spotify.

Наукова значущість роботи: Напрацювання в межах нашого проекту можна використовувати під час читання курсів «Історія кіно», «Медіафах: авдіальний контент», «Медіатехнології» на таких спеціальностях, як журналістика, реклама та PR, культурологія, сценічне мистецтво, звукорежисура, менеджмент соціокультурної діяльності тощо.

Також дослідження може бути корисним для соціологів, культурологів та інших дослідників, які вивчають взаємозв'язок кіно зі суспільними процесами. Воно допоможе простежити, як кінематограф відображає актуальні події та соціальні проблеми, а також як глядачі сприймають і реагують на ці теми у фільмах.

Практична значущість роботи: Медіапроект сприяє розвитку української кіноспільноти та підвищенню інтересу до національного кінематографа. У перспективі подкаст може стати частиною освітніх ініціатив або використовуватися в культурних проєктах, спрямованих на підтримку українського кіно.

Наш медіапроект допоможе слухачам глибше зрозуміти суспільні виклики, відображені у фільмах та серіалах. Також покаже, як кінематограф може впливати на громадську думку та формувати суспільну свідомість. Завдяки обговоренню фільмів з експертами глядачі зможуть глибше проаналізувати українські стрічки, краще розуміти їхню структуру, художні засоби та соціальний контекст, у якому вони були створені.

Для подкастерів наш медіапроект може стати корисним інструментом для розробки контенту, який не просто розважає, а й виконує аналітичну функцію. Дослідження допомагає зрозуміти, як ефективно об'єднувати кінокритику зі суспільним аналізом, які методи ведення бесіди сприяють глибшому розкриттю

теми, а також як залучати експертів до дискусій про важливі проблеми, які порушуються у фільмах.

Для представників кіногалузі цей проєкт стане майданчиком для діалогу між кінематографістами, експертами та аудиторією. Подкаст дозволяє режисерам та сценаристам отримати зворотний зв'язок щодо сприйняття їхніх фільмів, зрозуміти, які соціальні проблеми викликають найбільший резонанс, і врахувати ці аспекти в майбутніх проєктах.

Отож, кваліфікаційна робота «Подкаст про українське кіно: особливості планування та реалізації» не лише досліджує механізми створення подкасту, а й розкриває його потенціал як платформу для осмислення важливих соціальних, історичних і культурних проблем.

Структура роботи: Наш кваліфікаційний проєкт складається з подкасту «ПроКіно» й описової частини. Подкаст нараховує трейлер та 2 епізоди. Описова частина складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і літератури (налічує 51 позицію) та додатків.

Апробація: Результати кваліфікаційного проєкту було апробовано під час XXX наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в межах секції «Медіапроєкти» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 13 травня 2025 року) із виступом за темою «Подкаст про українське кіно: особливості планування та реалізації» [10].

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ АВДІОПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ КІНО

1.1. Обґрунтування вибору проблематики медіапроекту

Кіно — це не просто розвага. Це дзеркало суспільства, інструмент збереження пам'яті та спосіб поставити питання, які змушують замислитися. У часи глобальних змін саме кінематограф може стати голосом нації, розповідаючи світу про її боротьбу, цінності та мрії. Українське кіно поступово виборює своє місце на міжнародній арені, здобуваючи престижні нагороди та привертаючи увагу глядачів.

Останні роки стали періодом знакових перемог для українського кінематографа. Стрічка «Як там Катя?» режисерки Крістіни Тинькевич отримала спеціальну нагороду журі на Локарнському кінофестивалі за проникливе висвітлення соціальної драми [30]. Інша відома робота — «Терикони» Тараса Томенка була представлена на Берлінському міжнародному кінофестивалі, показуючи життя дітей у зоні бойових дій та демонструючи реальність війни через їхні очі [17].

Венеційський кінофестиваль як найстаріший і один із найпрестижніших у світі став знаковою платформою для українського фільму «Відблиск» Валентина Васяновича [5]. Світова прем'єра стрічки відбулася там у 2021 році, і вона стала першим суто українським фільмом, який увійшов до основного конкурсу фестивалю та був номінований на головну нагороду — «Золотого лева». Фільм привертає увагу до проблеми посттравматичного синдрому, де кожен кадр промовляє мовою тиші, болю та внутрішнього надлому, підкреслюючи психологічні наслідки війни не через діалог, а через напружене мовчання героя [41].

А документальний фільм «20 днів у Маріуполі» Мстислава Чернова став першим українським фільмом, який отримав премію «Оскар» за найкращий

документальний фільм у 2024 році [19]. Він також здобув численні нагороди на міжнародних фестивалях, зокрема глядацький приз на Sundance Film Festival, підкреслюючи глобальне зацікавлення правдивими історіями війни [50].

Українське кіно, попри здобутки на міжнародній арені, все ще стикається з проблемою обмеженої доступності для широкої аудиторії в Україні. Однією з ключових причин цього є домінування західного, зокрема голлівудського, контенту на стрімінгових платформах та в кінотеатрах. За даними FILM.UA Group, у 2024 році загальні касові збори українських фільмів становили понад 222 мільйони гривень, що склало 9,8% від загального касового збору кінотеатрального прокату в Україні. Водночас загальний бокс-офіс усіх фільмів, які тоді демонструвалися в Україні, досяг 2,268 мільярда гривень. Це свідчить про те, що, попри успіх окремих українських фільмів, таких як «Мавка. Лісова пісня» та «Довбуш», частка вітчизняного кіно в загальному прокаті залишається відносно невеликою [7].

Такий розрив у показниках пояснюється кількома чинниками. По-перше, історично склалося так, що українські глядачі звикли до голлівудського кіно, яке довгий час домінувало на екранах кінотеатрів та телевізорів. Ця звичка формувалася протягом десятиліть, і змінити її непросто. Наприклад, такі франшизи, як «Форсаж», «Месники» або «Аватар», збирають повні зали в українських кінотеатрах, тоді як українські фільми часто залишаються поза увагою. Крім того, на стрімінгових платформах, таких як Netflix, Megogo або Sweet.tv, український контент також представлений у невеликій кількості порівняно з західними фільмами та серіалами. Це обмежує доступ українських глядачів до національного кіно та ускладнює його просування.

По-друге, голлівудські студії мають значно більші маркетингові бюджети, що дозволяє їм проводити масштабні рекламні кампанії та забезпечувати широке просування своїх фільмів. Наприклад, прем'єра блокбастера від Marvel часто супроводжується глобальною рекламною кампанією, яка включає трейлери, рекламні ролики, постери, інтерв'ю з акторами та інші маркетингові інструменти. Українські фільми, як правило, не мають таких ресурсів, що обмежує їхні

побажання. Із цього випливає наступна проблема — недостатнє державне фінансування.

У 2025 році уряд скорочує фінансування Державного агентства України з питань кіно на 69,2%, залишивши лише 204,1 мільйона гривень [16]. Це рішення значно обмежує можливість підтримувати нові кінопроекти, особливо ті, що потребують значних інвестицій у виробництво та дистрибуцію. Українські режисери змушені шукати альтернативні джерела фінансування, зокрема гранти міжнародних програм, таких як Creative Europe та EURIMAGES.

Попри успіхи деяких стрічок, скорочення державного фінансування створює ризики для подальшого розвитку кіногалузі. Водночас нестабільність фінансування впливає не тільки на виробництво фільмів, а й на їх дистрибуцію та поширення. Українське кіно часто не має достатньо ресурсів для масштабних рекламних кампаній, які могли б привернути увагу глядачів. Це особливо помітно на прикладі історичної драми «Щедрик», яка отримала хороші відгуки критиків і міжнародну дистрибуцію, але зібрала лише 8,7 мільйона гривень у прокаті через слабе маркетингове просування [11].

Міжнародна співпраця залишається одним із найефективніших способів подолання фінансових труднощів. Багато українських стрічок створено в копродукції з європейськими партнерами. Це допомагає отримати більші бюджети й забезпечити доступ до ширшої аудиторії. Однак залежність від зовнішнього фінансування має свої недоліки. Вона може обмежувати творчий контроль над проектами та впливати на вибір тематики чи стилю стрічок. Для забезпечення сталого розвитку українського кінематографа необхідні міцна підтримка держави й розробляти механізми залучення приватних інвестицій. Тож подолання цієї проблеми потребує комплексного підходу — від збільшення державного фінансування до активізації міжнародної співпраці та залучення приватних інвесторів.

Однією з ключових проблем українського кінематографа залишається обмежений діалог між авторами фільмів та їхньою аудиторією. Навіть попри те, що кількість кінопоказів, фестивалів і тематичних заходів зростає, розмови про

фільми не виходять за межі кінокритиків і кіноманів, а важливо, аби вони були цікаві для більшої частини людей.

В Україні досі не сформувалася традиція обговорення фільмів після перегляду, тоді як у багатьох країнах це звична практика. Наприклад, у Франції після прем'єрних показів часто організовують публічні дискусії за участі режисерів, критиків та глядачів. В Україні ж такі формати є радше винятком. Один із небагатьох прикладів – фільм «Довбуш» (2023) Олеся Саніна, після показів якого у кінотеатрах відбувалися зустрічі з режисером, але вони не мали масштабного розголосу через відсутність реклами та організованої комунікаційної стратегії.

Ще одним проявом проблеми є нестача платформ для активного залучення глядачів до аналізу та осмислення фільмів. В Україні існують різні ютуб-канали та онлайн-ресурси, які розглядають кіно, зокрема Geek Journal чи «Кіно і німці», але вони більше орієнтовані на огляди та критику, ніж на глибокий аналіз. Своєю чергою, проекти, такі як Vertigo чи «Знято в Україні», працюють із більш ґрунтовною аналітикою, але загалом культура обговорення кіно залишається недостатньо розвиненою в Україні. Проблемою цього може бути низька медіаграмотність, адже багато глядачів сприймають кіно лише як розважальний продукт і не завжди готові до його глибокого осмислення.

Також бракує системної роботи з освітніми ініціативами, які могли б допомогти молодій аудиторії краще розуміти українське кіно. У Польщі діє програма Filmoteka Szkolna, яка інтегрує кінематограф у шкільну освіту, спонукаючи учнів аналізувати стрічки та обговорювати їхні сенси. В Україні ж навіть фільми, які висвітлюють важливі історичні події, рідко використовуються в навчальному процесі. До прикладу, «Кіборги» Ахтема Сеїтаблаєва могли б стати частиною шкільної програми з історії, але наразі немає загальнонаціональної ініціативи, яка б цьому сприяла [35].

Діалог між кіномитцями та глядачами також ускладнюється слабкою промоцією авторських фільмів. Наприклад, стрічка «Бачення метелика» Максима Наконечного 2022 року [34], яка отримала схвальні відгуки на

Каннському кінофестивалі, залишилася маловідомою серед українських глядачів. Частково це пов'язано з тим, що не було організовано масштабної інформаційної кампанії, яка б допомогла глядачам краще зрозуміти її сенси та соціальний контекст.

Окрім того, у вітчизняному кінематографі бракує відкритих дискусійних майданчиків, де б кіномитці могли взаємодіяти з глядачами та критиками. Наприклад, у США та Великій Британії популярними є формати Q&A-сесій після кінопоказів, де автори фільмів можуть пояснити свої ідеї, відповісти на запитання та почути відгуки. В Україні подібні заходи організовуються переважно в межах кінофестивалів, таких як «Молодість» чи Одеський міжнародний кінофестиваль, але вони охоплюють лише вузьке коло кіноманів і критиків. Масові глядачі залишаються поза такими ініціативами.

У деяких країнах функціують онлайн-форуми та мобільні додатки, які дозволяють глядачам залишати коментарі, брати участь в опитуваннях та спілкуватися з творцями фільмів. В Україні ж подібні ініціативи не набули поширення. Наприклад, застосунки на зразок Letterboxd або IMDb дають можливість вести кінодискусії, проте український сегмент у таких мережах представлений слабо.

Якщо говорити про жанри, то в Україні немає великого різноманіття, переважають драми та історичні фільми, тоді як жанри фантастики, трилерів, комедій, анімації розвинені слабо. Це обмежує аудиторію й робить українське кіно менш конкурентоспроможним, оскільки для частини людей це саме той контент, який вони споживають.

Усі ці проблеми пов'язані з ширшим питанням становлення масової культури в Україні. Упродовж багатьох років українська культурна індустрія перебувала під тиском російського впливу, а голлівудська модель масової культури домінувала на тлі слабо розвиненого національного культурного продукту. Тільки після 2014 року, а особливо з початком повномасштабного вторгнення 2022 року, в Україні активізувалися процеси формування власної масової культури — через музику, моду, телебачення, цифрові медіа та

кінематограф. Війна стала каталізатором для усвідомлення цінності національного продукту й необхідності його розвитку.

Український кінематограф стикається з численними викликами, проте його потенціал невичерпний. Для того, щоб зробити наше кіно популярнішим, важливо розповідати про нього. Подкасти — це чудовий і доступний спосіб поширювати інформацію та знайомити аудиторію з українськими фільмами, режисерами й акторами.

Отже, навіть попри вагомі досягнення на міжнародному рівні, українське кіно продовжує стикатися з низкою системних викликів: обмеженим фінансуванням, слабкою дистрибуцією, недоліками в промоції та браком живого діалогу з глядачем. Усе це створює потребу не лише в розвитку самої індустрії, а й у формуванні культури її сприйняття — з акцентом на обговорення, глибше осмислення та переосмислення ролі кіно в суспільстві.

Популяризація українського кінематографа — це не лише про більші касові збори, це про національну ідентичність, унікальну культуру й нашу присутність у глобальному дискурсі. Вона передбачає створення платформ для дискусій, розвиток жанрового розмаїття, інтеграцію кіно в освітній простір і підтримку молодих режисерів. Саме тому ця проблема стала центральною в нашому медіапроекті, адже кіно — це мова сучасності, якою ми можемо й повинні говорити про себе та для себе.

1.2. Проблематика подкасту в джерелах та літературі

Термін «подкастинг» уперше побачив світ у статті Бена Хаммерслі «Audible revolution» видання The Guardian у 2004 році [44]. Назва виникла від поєднання слів iPod (популярного MP3-плеєра) та broadcasting (мовлення). Хаммерслі описав, як завдяки доступності цифрових записувальних засобів, поширенню блогів і популярності портативних плеєрів виникла нова форма незалежного радіо. Подкастинг швидко став символом свободи медіа, дозволивши кожному стати мовником без ефірних обмежень.

Журналіст Крістофер Лайдон публікував у своєму блозі інтерв'ю у вигляді аудіофайлів, які користувачі могли завантажувати на свої плеєри та слухати в зручний для них час. Цей принцип — слухач обирає, коли, де і що слухати, — став ключовою перевагою подкастингу перед традиційним радіо.

Із часом подкасти вийшли за межі експериментального аудіоблогінгу й стали новою формою журналістики, розслідувань і сторітелінгу. Яскравим прикладом цього став «Serial» — перший подкаст, який здобув світову популярність у 2014 році. Історія побудована як аудіосеріал із глибоким розслідуванням, що тримає в напрузі не гірше за детектив. Подкаст звантажили понад 100 мільйонів разів, і він фактично поставив нову планку якості та впливовості для аудіоформату [48].

В українському журналістичнознавстві про формат подкасту писали Олександр Дмитровський [9], Дарина Тестова та Юлія Мельнікова [32], Інна Гаврилюк [6], Юлія Любченко [20], Аміна Болотаєва [4], Галина Царик [39] тощо. Серед зарубіжних дослідників, які вивчали подкаст як медіаформат, варто виокремити Мартіна Спінеллі та Ленса Денна [47], а також Тіціано Боніні [43], чії праці стали важливими для формування теоретичного підґрунтя подкастингу в глобальному контексті.

Подкастинг в Україні перебуває ще на початковому етапі розвитку, але вже демонструє динамічне зростання. Як зазначає український дослідник Олександр Дмитровський, «подкастинг — це місце, де перетинаються блогінг і радіо. Фактично, подкастинг являє собою систему доставки передплатеного (RSS) онлайн-аудіоматеріалу» [9].

Беррі Річард та Александер Санто визначають типи подкастів за різними критеріями. Беррі Річард пропонує концепцію розширеного подкасту, в якому аудіо супроводжується зображенням або іншими візуальними елементами, що полегшують сприйняття інформації через аудіовізуальні ефекти. Олександр Санто визначає п'ять основних типів подкастів: інтерв'ю, розмовний, монологічний, сторітелінг та подкаст-круглий стіл [24].

Інна Гаврилук зазначає, що подкасти стають важливим інструментом для онлайн-медіа, оскільки дозволяють залучати різноманітну аудиторію та робити контент більш креативним і відкритим. Вони активно розвиваються як у мейнстримних медіа, орієнтованих на широку аудиторію, так і в медіа, що дотримуються принципів «повільної журналістики», де акцент робиться на якісних матеріалах. Однак локальні інтернет-ЗМІ рідко використовують подкасти, а в нішевих медіа вони здебільшого фокусуються на спеціалізованих темах [6].

Тематичний спектр подкастів значно варіюється залежно від типу медіа. У мейнстримних виданнях представлений широкий діапазон тем, а в нішевих — більш вузькі та специфічні. Популярними жанрами є бесіди, монологи, інтерв'ю, а також документальні серіали та репортажі, що підкреслює інноваційність таких медіа. Подкасти мають великий потенціал у медійній сфері, і дослідження цього формату є перспективним напрямком розвитку [6].

У статті Юлії Любченко «Ринок подкастів в Україні: основні тенденції» зазначається, що український подкастинг перебуває на етапі формування: попри зростання кількості аудіопроектів, ринок досі залишається фрагментованим і залежним від ентузіазму авторів. Серед ключових проблем дослідниця виокремлює нестачу системної підтримки, обмеженість каналів монетизації та брак довготривалих стратегій розвитку. Водночас вона підкреслює, що саме нішеві подкасти — зокрема ті, що стосуються культури, історії чи суспільних процесів — мають великий потенціал для залучення зацікавленої аудиторії та створення якісного україномовного контенту [20].

Також авторка додає, що в такому контексті подкасти про українське кіно є не лише частиною культурної комунікації, а й важливою ланкою в розвитку локального медіаринку. Вони поєднують журналістське бачення з елементами аналітики, освіти й творчого осмислення дійсності, що дозволяє говорити про їхню багаторівневу цінність — і для слухачів, і для сфери українських медіа загалом [20].

Як зазначає Аміна Болотаєва, кінематограф виконує всі ключові функції масової комунікації: інформування, виховання, організацію поведінки, розвагу та комунікацію. Вона підкреслює, зокрема, що серіали сприяють виникненню ефекту емоційної причетності (емпатії), завдяки чому відбувається активне залучення глядача до екранного світу. Переживання, які виникають у процесі перегляду, активізують як психофізіологічні, так і інтелектуальні реакції людини, що посилює вплив кінопродукту на свідомість [4].

У масовій культурі, на думку Г. Почепцова, кіно виконує роль своєрідної енциклопедії сучасного життя, воно створює картину світу: глядач отримує інформацію про суспільні відносини, професійні сфери та нормативні моделі поведінки [25].

Отож, кінофільми й серіали стають засобами не лише розваги, а й просвітництва, а їх популяризація, головню через подкастинг, який є новою, але динамічною формою медіа, — важливим завданням незалежної України. Адже подкасти створюють альтернативний простір для рефлексії, осмислення й обговорення важливих суспільних тем. У контексті українського кінематографа це не лише спосіб популяризації національного продукту, а й інструмент формування критичного мислення, культурної самосвідомості та зміцнення інформаційного суверенітету.

1.3. Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроекту

Сучасний український медіапростір пропонує низку подкастів, присвячених кінематографу, кожен із яких має власний підхід, формат та цільову аудиторію. Сьогодні в Україні існує кілька подкастів, присвячених кінематографу, але кожен із них є унікальним, відрізняється від нашої концепції «ПроКіно». Варто зазначити, що частина подкастів про кіно не випускали нових епізодів після 2022 року або й ще раніше. Так, наприклад, сталося з подкастом «Апрошотам?», якого ми не могли не згадати, оскільки він має схожий задум до нашого.

«Апрошотам?» — це українськомовний аудіопроект про змістовне кіно, яке впливає на глядача та формує світогляд. Його ведуча Юлія Гемберг ставить перед собою мету не просто обговорювати фільми, а занурюватися в їхню проблематику разом із профільними експертами. У кожному випуску вони аналізують важливі теми, які порушуються в стрічках, але без спойлерів, роблячи акцент на сенсах і меседжах, закладених у сценарій. Цей подкаст поширений на 12 різних платформах, що дозволяє йому залишатися відомим попри те, що останній епізод вийшов ще в жовтні 2020 року. У Soundcloud цей подкаст налічує 2 900 підписників та у середньому 500 прослуховувань.

Ведуча акцентує свою увагу саме на закордонних фільмах, а як експертів запрошує різних людей, які мають щось спільне з фільмом: або людина розбирається в жанрі, або у фільмі йдеться про певну спеціалізацію, тоді герой може бути фахівцем у своїй професії. Тривалість епізодів подкасту в середньому 55 хвилин [1].

Ще одним схожим у своїй емоційній атмосфері, хоча відмінним за фокусом є «Татова касета» від студії «Стоп! Знято!» — це ностальгійна мандрівка у світ фільмів, які українці дивилися в дитинстві на переписаних VHS-касетах, куплених у друзів або на стихійних ринках. У центрі уваги — культове кіно 80-х, 90-х та початку 2000-х. Випуски подкасту поєднують цікаві факти про стрічки, аналіз їхнього впливу на кінематограф, розповіді про подальшу долю творців, касові збори й нагороди. Це подкаст, який поєднує кінознавство, гумор і дух тієї доби. Середня тривалість епізодів близько 50 хвилин і в середньому їх переглядає 200 людей, наприклад, на платформі YouTube. Попри схожість у неформальній подачі, ключова відмінність полягає у відсутності глибокої соціальної чи культурної аналітики, а також у фокусі винятково на західному кінематографі, а також і те, що тут двоє постійних ведучих Паша та Женя, які обговорюють між собою фільми [31].

Не менш відомим є «Кінотижневик Vertigo» — щотижневий подкаст від редакції Vertigo, який висвітлює головні події та новинки у світі кіно й серіалів. У кожному випуску двоє ведучих, які іноді змінюються, розповідають про

найактуальніші новини, майбутні проєкти, що привертають увагу, та прем'єри, які вже доступні або незабаром з'являться на екранах. Орієнтовно тривалість подкасту від однієї до двох годин, на платформі YouTube має 5 570 підписників, а середня кількість прослуховувань перевищує 2 тисячі. На відміну від двох попередніх, у цих епізодах є розділ «український кінопрокат», де ведучі приділяють увагу саме українським стрічкам, розповідають про них та закликають до перегляду. Водночас формат подкасту залишається оглядовим, з акцентом на оперативність і новизну, а не на глибоку тематичну аналітику [14].

Більш аналітичним за змістом, хоча й менш актуальним через відсутність нових випусків із 2020 року, є подкаст «Скажені пси» — подкаст про кіно, який досліджує не лише сюжет і жанр, а й глибші сенси, соціальний контекст та вплив фільмів на глядачів. Проєкт зосереджений на аналізі кіно як мистецтва й культурного явища, а також висвітлює актуальні тенденції індустрії.

У центрі випусків — розмови з акторами, режисерами, сценаристами й продюсерами, які діляться історіями зі знімальних майданчиків, розповідають про творчу «кухню» кіновиробництва та висвітлюють актуальні виклики, з якими стикається кіноіндустрія.

Подкаст приділяє увагу новинкам кінопрокату, фестивальному прем'єрам, переможцям міжнародних та українських кінопремій. Розповіді про гучні релізи й маловідомі, але знакові стрічки супроводжуються глибоким аналізом, критичним поглядом і тонким відчуттям стилю.

Кожен випуск подкасту починається з реклами та представлення радіо НВ, але частина епізодів велася російською мовою. Середня тривалість подкастів 45 хвилин, на платформі SoundCloud має трохи більше ніж 4 250 підписників, у середньому має 1 500 прослуховувань, і веде його незмінний ведучий [29].

«ПроКіно» має багато спільного з найкращими прикладами українських кіноподкастів: це розмовний формат інтерв'ю, заснований на живому діалозі з експертами; аналітичний підхід до розгляду фільмів; увага до соціального й культурного контекстів; орієнтація на змісти, цінності й вплив мистецтва на

суспільство. Усі ці риси формують усвідомлене й відповідальне ставлення до кіно як до важливої складової громадського дискурсу.

Розглянувши чотири зовсім різні подкасти, але водночас об'єднані спільною темою, варто зазначити, що подкаст «ПроКіно» має низку унікальних рис, що роблять його особливим серед інших подкастів про кіно. По-перше, «ПроКіно» не обмежується поверхневими оглядами чи короткими рецензіями. Наша мета — занурюватися у фільми набагато глибше, ніж це зазвичай відбувається в традиційних кіноподкастах. Ми розглядаємо, які проблеми та конфлікти порушуються в картинах, які символи й метафори автори закладають у свої роботи і як ці фільми й серіали поєднуються з українською реальністю. Ми досліджуємо, як кінематограф стає відображенням нашої соціально-політичної ситуації, культурних змін, що відбуваються в країні. Таке глибоке осмислення дозволяє слухачам не лише отримати нові знання, а й переосмислити знайомі теми, здатні змінити уявлення про багато аспектів життя.

По-друге, «ПроКіно» позиціює кінематограф як важливий інструмент для роздумів і змін. Ми не просто обговорюємо фільми як мистецькі твори, але й акцентуємо на їх здатності формувати думки, культурні наративи та суспільні уявлення. Кіно — це більше ніж просто спосіб розваги. Це простір для глибоких рефлексій і пошуку нових сенсів. Саме тому наш подкаст створює унікальне середовище, де кожен епізод є запрошенням до діалогу, де фільми розглядаються через призму їх впливу на суспільство, і де слухачі можуть знайти нові перспективи для розуміння світу навколо.

По-третє, наша основна увага зосереджена саме на українському кінематографі. Хоча в більшості подкастів переважає закордонне кіно, ми переконані, що українські фільми та серіали потребують особливої уваги й підтримки, адже вони не лише відображають наші національні особливості, але є важливою частиною культурної ідентичності, особливо в контексті сучасних подій. Ми хочемо показати багатство й різноманіття українського кінематографа, відкриваючи для слухачів нові імена, теми та інтерпретації, які не завжди потрапляють у загальний фокус уваги.

Отже, «ПроКіно» — це не просто подкаст для фанатів кіно. Це подкаст для тих, хто хоче розуміти більше про кінематограф, про його місце в нашому житті та його здатність змінювати наше мислення. Ми прагнемо створити платформу для роздумів, де кожен фільм стає не просто об'єктом для оцінки, але й стартовою точкою для пошуку сенсів, що можуть змінити наше розуміння світу.

1.4. Обґрунтування вибору формату медіапроекту

Задля кращої реалізації ідеї нашого кваліфікаційного медіапроекту ми обрали формат аудіоподкасту на платформі Spotify [40]. У сучасному медійному просторі подкаст перетворився на потужний інструмент комунікації, який руйнує традиційні уявлення про способи споживання контенту та доводить, що є ще більші можливості. Цифрова епоха змінює правила комунікації. Традиційні медіа стають менш популярними, а натомість люди обирають більш зручні та цікаві способи отримувати інформацію. Серед них особливо виділяються подкасти — або ж аудіопередачі в інтернеті. Вони швидко стали важливим інструментом для спілкування з великою кількістю людей. Згідно зі статистичними даними станом на 27 травня 2024 року, у світі зареєстровано майже 4,2 мільйона подкастів і ця кількість постійно збільшується [28]. Уже у квітні 2025 року ця цифра зросла до понад 4,4 мільйона. Водночас важливо зважати на те, що значна частина з них уже неактивна [46].

Згідно з нашим дослідженням (Додаток А), 69% опитаних серед молоді 17—25 років слухають подкасти, із них 38% слухають їх декілька разів на місяць, 8% — декілька разів на тиждень. Найчастіше цільову аудиторію цікавлять культура та мистецтво, саморозвиток та психологія, комедія та розваги.

Статистичні дані станом на 2024 рік зазначають, що слухачі подкастів найчастіше обирають їх як супровід до повсякденних занять. Згідно зі звітом Discover Pods, майже 80% людей слухають подкасти за кермом, 69,3% — під час домашніх справ, а 58,9% — у вільний час. Популярність формату зумовлена ще й високим рівнем залучення аудиторії: 68% слухачів прослуховують епізод

повністю, а 70% – майже кожен завантажений випуск. За даними MIDAS, понад 30% усього часу прослуховування на Spotify припадає на комедійні подкасти. Нові слухачі найчастіше знаходять подкасти в інтернеті – про це свідчить дослідження Edison Research, яке вказує, що так роблять 30% новачків [51].

Подкастинг залишається переважно англomовним простором: за даними ListenNotes, існує понад 1,8 мільйона подкастів англійською мовою. Щодо платформ, то Spotify та Apple Podcasts є лідерами на ринку. Один із чотирьох слухачів обирає Spotify, а кожен п'ятий – Apple Podcasts [51].

На відміну від текстових оглядів або відеоконтенту, аудіоформат подкасту створює ефект безпосередньої присутності, занурення в атмосферу професійної дискусії. Слухач отримує можливість почути нюанси інтонацій експертів, відчувати емоційне забарвлення розмови про кіно, що робить контент більш живим і переконливим. Технічна простота реалізації подкасту також є його беззаперечною перевагою: для створення якісного продукту достатньо мати професійний мікрофон, комп'ютер та базові навички монтажу.

Економічна доцільність подкаст-формату підтверджується не лише низькими витратами на виробництво, але й широкими можливостями монетизації. Аудіопроєкт про українське кіно може залучати спонсорську підтримку від кіностудій, укладати партнерські угоди з кінофестивалями, використовувати рекламні інтеграції. Крім того, подкаст надає слухачам унікальну свободу — можливість споживати контент у будь-який зручний час, під час руху, без необхідності постійної зорової концентрації.

Важливою перевагою обраного формату є його здатність долати географічні та часові бар'єри. Сучасні платформи дистрибуції подкастів, такі як Spotify, Apple Podcasts та Google Podcasts, забезпечують миттєвий доступ до контенту для аудиторії з будь-якого куточка світу. Це особливо актуально для українців за кордоном, адже наш подкаст може стати потужним інструментом культурної дипломатії, репрезентуючи вітчизняний кінематограф міжнародній спільноті.

Отож, подкаст про українське кіно має унікальну перевагу — він дозволяє створити багатоплановий наратив, який виходить за межі традиційної рецензії чи

огляду. На відміну від текстових оглядів або відеоконтенту, аудіоформат подкасту створює ефект безпосередньої присутності, занурення в атмосферу професійної дискусії. Слухач отримує можливість почути нюанси інтонацій експертів, відчувати емоційне забарвлення розмови про кіно, що робить контент більш живим і переконливим.

Подкаст є не просто форматом медіапроєкту, а потужним комунікативним інструментом, який поєднує глибину аналізу, емоційність розповіді, технологійну доступність та широкі можливості для популяризації українського кіномистецтва. Його вибір є не випадковим рішенням, а стратегічним кроком, що відповідає сучасним тенденціям медіаспоживання та комунікативним запитам цільової аудиторії.

1.5. Класифікаційні характеристики подкасту «ПроКіно»

Проєкт «ПроКіно» — це серійний аудіоподкаст, що фокусується на аналізі та обговоренні проблематики в українському кіно. Наш подкаст винятково авдіальний продукт, який не включає відеоформату, проте супроводжується текстовими анонсами та описами для залучення аудиторії. Кожен випуск подкасту присвячений окремому фільму або серіалу, у межах якого аналізуємо такі аспекти, як основна проблематика фільму, соціальний контекст та його значення, як кіно впливає на формування громадської думки, які виклики залишаються нерозкритими.

Подкаст охоплює різні жанри та напрями українського кіно: від історичних драм до сучасного авторського кінематографа. Він реалізується як діалог із кінокритиками, режисерами чи культурологами. За способом організації медіапроєкт є персональним та зосереджений на особистих знаннях і навичках ведучої та авторки — Вікторії Шилан. Усі етапи створення: від концепції до запису випуску та просування подкасту — реалізуються самотійно. Основним каналом поширення є Spotify.

За тривалістю медіапроект належить до середньотривалих, оскільки його реалізація передбачає регулярний випуск епізодів упродовж визначеного періоду, що дає змогу систематично висвітлювати ключові теми та підтримувати зацікавленість аудиторії. За повторюваністю медіапроект є багаторазовим, адже його формат передбачає серійний характер із постійним наповненням новими випусками. Локалізація аудіоподкасту є всеукраїнською, оскільки він орієнтований на широку аудиторію, незалежно від географічного розташування, сприяючи популяризації українського кінематографа та культурного діалогу між різними частинами країни. Основною аудиторією подкасту є люди віком 17–25 років, які цікавляться культурою та соціальними проблемами, що висвітлюються у фільмах. Це студенти, культурні аналітики, кіномани, ті, хто хоче розуміти глибше, про що говорить український кінематограф [22].

Отож, наш аудіопроєкт «ПроКіно» є серійним, середньотривалим і багаторазовим подкастом із всеукраїнською локалізацією, орієнтованим на молодіжну аудиторію, що цікавиться українським кінематографом і соціально-культурним контекстом фільмів.

Висновки до першого розділу

Українське кіно переживає складний, але важливий етап свого розвитку. На тлі міжнародного визнання та зростання інтересу до вітчизняних фільмів, внутрішній кіноринок продовжує стикатися з серйозними викликами. Голлівудський контент домінує на екранах, маркетингові можливості обмежені, а фінансування з боку держави скорочується.

У цьому ключі подкаст про українське кіно є необхідним кроком до створення майданчика для обговорень, аналізу та рефлексії. Зростання популярності аудіоподкастів в Україні, а також високі показники залученості слухачів створюють ідеальні умови для запуску проєкту, здатного задовольнити потребу в змістовному й регулярному осмисленні вітчизняного кінематографа. Створення подкасту «ПроКіно» має на меті не лише популяризацію українських

фільмів, але й розвиток культури кінодискусій, надаючи глядачам можливість глибше осмислювати суспільно важливі теми, які порушуються в українському кіно.

Аналіз конкурентного середовища виявив, що більшість подібних проєктів, на відміну від нашого, зосереджуються на закордонному кінематографі або припинили діяльність після 2022 року.

Доцільність подкасту відповідної тематики підтверджується й низькими виробничими витратами та широкими можливостями монетизації, а також ефектом безпосередньої присутності, який аудіоформат створює для слухачів, роблячи контент живішим і переконливішим порівняно з текстовими оглядами.

РОЗДІЛ 2

ОСНОВНІ ТЕОРЕТИЧНІ Й ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ КІНО

2.1. Управління змістом аудіоподкасту про українське кіно

Життєвий цикл нашого подкасту «ПроКіно» охоплює чотири ключові етапи: планування, підготовка, виробництво та завершення (Рис.2.1.1).

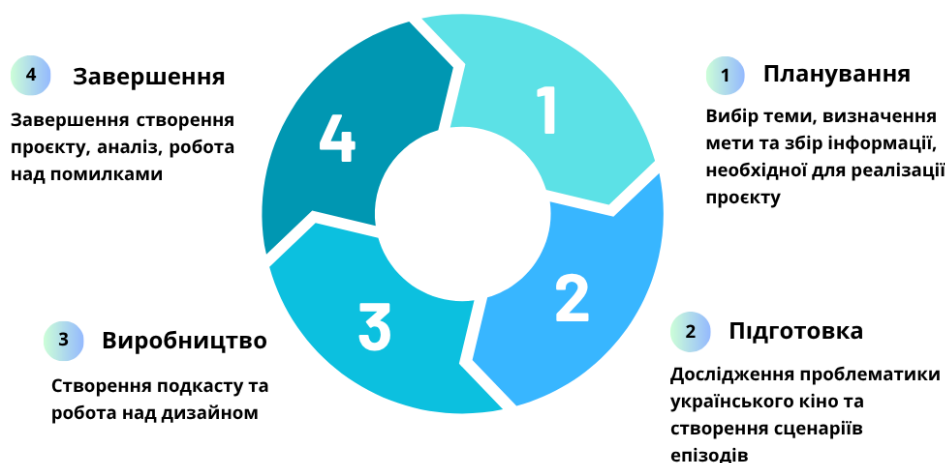


Рис. 2.1.1 Життєвий цикл медіапроєкту

На етапі планування ми сформуvalи концепцію подкасту як простору для розмов про суспільно важливі теми, що порушуються в українському кіно. Ми дослідили ринок подкастингу, окреслили цільову аудиторію, обрали формат розмовного інтерв'ю з ведучою Вікою та гостем, пов'язаним із кіноіндустрією: режисером, сценаристом, актором, кінознавцем. Також ми розробили контент-план першого сезону й визначили необхідні ресурси, налагодили попередні контакти з потенційними гостями, з'ясовуючи їхню готовність до участі. Основна ідея — через аналіз конкретного фільму або серіалу говорити про проблеми: від травматичного досвіду війни до кризи довіри в суспільстві чи дефіциту культурної освіти, а **головною ціллю** в проєкті «ПроКіно» є створення якісного українського подкасту, що висвітлює суспільно важливі теми через аналіз кіно. Ця ціль поділяється на кілька підцілей (Рис. 2.1.2):



Рис. 2.1.2 Дерево цілей медіапроєкту

Інформаційна підціль — ознайомлення аудиторії з важливими соціальними, культурними й політичними темами, які порушуються в українських фільмах. Це досягається шляхом глибокого аналізу змісту фільмів і розмов із представниками кіноіндустрії, які можуть дати фахову оцінку чи поділитися власним баченням проблематики.

Комунікаційна підціль — побудова двосторонньої взаємодії з аудиторією, формування спільноти людей, які цікавляться українським кіно не лише як розвагою, а як джерелом суспільного діалогу. Для цього подкаст поширюється через соціальні мережі, ведеться робота зі зворотним зв'язком — обговорення в коментарях, збирання фідбеку, реакцій тощо.

Якісна підціль — забезпечення технічної й змістової якості продукту: чіткий звук, логічна структура, цікавий гість, підготовлений сценарій. Якість формується на всіх етапах — від вибору теми й аналізу кіно до постпродакшну.

Розвиткова підціль — створення умов для сталого розвитку подкасту: формування контент-плану, залучення нових гостей, розширення платформи поширення, пошук партнерств. Це дозволяє уникнути зупинки після перших епізодів і розвивати проєкт у довгостроковій перспективі.

Під час етапу підготовки ми зосередилися на опрацюванні змісту кожного епізоду. Спочатку здійснювали ґрунтовний аналіз обраних фільмів або серіалів, звертаючи увагу не лише на художню складову, а й на соціальні, психологічні чи

етичні проблеми, які вони порушують. Паралельно ми розробляли сценарії для кожного випуску — продумували хід розмови, питання до гостей, додаткові вставки чи фрагменти, які б могли поглибити обговорення. Велику увагу приділяли підготовці до запису: тестували техніку, узгоджували графік із гостями, забезпечували комфортну атмосферу для розмови. Записи інтерв'ю проходили в напівформальній, але уважній до деталей формі. Після цього ми переходили до постпродакшену — чистили звук, вирізали зайве, монтували матеріал із дотриманням ритму розповіді та вставляли музику або аудіоцитати, якщо це було доречно. Такий підхід дозволив нам зберегти автентичність розмов, водночас дотримуючись професійного рівня якості.

На етапі виробництва ми працювали над візуальним та технічним оформленням проєкту. Розробили графічну айдентику подкасту — створили обкладинку, дібрали кольори, шрифти та стиль, що відповідають загальній атмосфері проєкту: серйозній, водночас доступній і сучасній. Ми записали та змонтували трейлер, у якому представили ведучу, концепцію та головні акценти подкасту, щоб зацікавити потенційних слухачів ще до виходу основних випусків. Також провели технічну підготовку до публікації як-от обрали хостинг-платформу Spotify та створили текстові описи до кожного епізоду. Після запуску опублікували трейлер і перші епізоди, поділилися ними з друзями, колегами й цільовими спільнотами, ініціюючи перші хвилі поширення та збираючи зворотний зв'язок для подальшого вдосконалення.

На етапі завершення ми підбили підсумки перших епізодів, проаналізували результати, визначили сильні й слабкі сторони проєкту. Це дозволяє нам спланувати подальші кроки: створити сторінку в Instagram для активнішої комунікації з аудиторією, розширити присутність у соцмережах та систематизувати зворотний зв'язок від слухачів. Також оцінили ефективність технічного забезпечення й розглянули можливість покращення звучання та візуального оформлення в наступному сезоні. Усе це дало нам змогу не лише підсумувати виконану роботу, а й закласти основу для подальшого розвитку подкасту — як платформи для подальших розмов про проблематику українського кіно та його суспільні контексти.

Під час підготовки медіапроєкту ми опиралися на низку практичних і теоретичних джерел. Зокрема, корисною базою для структурування роботи стали навчальний посібник Наталії Благі «Управління проєктами» [3], методичні рекомендації «Методика планування, реалізації та документування кваліфікаційних медійних проєктів» [22], стаття Оксани Романенко для видання «The Lede» «Як готувати свій медіапроєкт: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA.Life» [26], [49]. Також ми визначили оптимальний хронометраж епізодів, враховуючи тематику та цільову аудиторію — 35–45 хвилин. Важливо було вирішити, чи це буде лімітований серіал із заздалегідь визначеною кількістю епізодів, чи безперервний проєкт, що виходитиме доти, доки є інтерес і ресурси. У результаті обрали формат безперервного подкасту, що дає змогу гнучко реагувати на потреби аудиторії, актуальні теми та підтримувати постійну взаємодію зі слухачами.

Під час роботи над подкастом було використано книгу Еріка Ньюзума «Гучніше! Як створювати круті подкасти» [23] та посібник Крістен Майнцер «Як створити успішний проєкт: від ідеї до першого мільйона» [45], а також матеріал «Як записати свій перший подкаст» [24].

Для кращого й ефективнішого планування проєкту «ПроКіно», ми застосували WBS-структуру розбиття робіт (Рис. 2.1.3).



Рис. 2.1.3 Структура розбиття робіт WBS

На першому рівні ми визначаємо наш медіапроект — подкаст «ПроКіно», що аналізує українське кіно через призму суспільних тем.

Другий рівень охоплює чотири ключові етапи реалізації:

- планування та розробка концепції;
- підготовка до реалізації;
- виробництво;
- публікація та аналіз ефективності.

На третьому рівні деталізовано всі підпроцеси. Етап розробки концепції включав визначення цілей, аудиторії, тем і формату подкасту, аналіз ринку та конкурентного середовища. Під час підготовки було сформовано контент-план, обрано гостей, підготовлено питання, створено візуальний стиль і записано трейлер.

Виробництво охоплювало дослідження тем, запис розмов, монтаж, звукове оформлення та перевірку якості. На етапі публікації та аналізу — розміщення епізодів на платформі, поширення, збір статистики та зворотного зв'язку.

Такий підхід дозволяє:

- ефективно розподіляти ресурси;
- передбачати ризики;
- контролювати якість на всіх етапах;
- бачити, які процеси можна виконувати паралельно (наприклад, комунікацію з гостями й підготовку сценаріїв).

Завдяки WBS-структурі складний творчий процес перетворюється на послідовну й керовану систему, що сприяє вчасному та якісному втіленню медіапроекту.

2.2. Управління часом у процесі створення подкасту

Під час створення подкасту найважче знайти час і можливість, аби розпочати роботу над створенням подкасту. Тому для управління часом під час створення аудіоподкасту ми користувалися порадами зі статті «Тік-так: 15

найефективніших технік тайм-менеджменту», яка опублікована на сайті школи цифрових навичок «Пара» [33].

Загальна тривалість роботи над подкастом «ПроКіно» становила близько десяти місяців — від затвердження концепції у вересні до публікації перших випусків у червні. Для ефективної організації роботи весь процес було структуровано на чотири основні етапи: планування та розробка концепції, підготовка до реалізації, безпосереднє виробництво й аналіз ефективності. Такий поділ дав змогу послідовно й системно реалізовувати задум.

1. Планування та розробка концепції (жовтень — лютий)

Цей етап охоплював опрацювання загальної концепції подкасту, формулювання місії, визначення цільової аудиторії, жанру, стилістики та формату. Значна увага приділялася дослідженню контексту: перегляду сучасного українського кіно й серіалів, аналізу академічних праць, публіцистики, інтерв'ю з митцями та критиками. Паралельно напрацьовувалась структура епізодів та ідейний каркас усього сезону. Цей етап був тривалим і потребував близько 100 годин інтенсивної аналітичної та творчої роботи впродовж п'яти місяців.

2. Підготовка до реалізації (березень — квітень)

На цьому етапі відбувалася конкретизація ідей, формування тематичних ліній епізодів, написання сценаріїв, пошук гостей та комунікація з ними. Окремим напрямом стала підготовка візуального стилю — розробка логотипу. Водночас ми сформували контент-план і продумали стратегію поширення подкасту на платформі Spotify і в соціальних мережах. Загалом етап тривав два місяці і зайняв приблизно 40 годин.

3. Виробництво проєкту (травень)

Цей етап був найтяжчим й охоплював запис трейлера та епізодів, монтаж аудіо, обробку звуку, підготовку описів, публікацію матеріалів на платформі Spotify. Середня тривалість роботи над одним епізодом становить близько 25 годин, враховуючи монтаж, редагування, фінальне слухання та підготовку до

релізу. Оскільки це перший серйозний досвід, доводилося витратити багато часу. Загальний обсяг витраченого часу на виробничому етапі — близько 80 годин.

4. Аналіз ефективності (червень)

Фінальний етап передбачав моніторинг перших результатів, збір та аналіз статистики прослуховувань, а також вивчення відгуків аудиторії. Уже в перший день трейлер набрав 67 прослуховувань, а станом на 11 червня загальна кількість прослуховувань (разом з епізодами та трейлером) становить 484. Зібрані дані дали змогу оцінити зацікавлення цільової аудиторії, уточнити подальші комунікаційні кроки та внести корективи до контентної стратегії. Загалом робота тривала приблизно 10 годин.

Загальна тривалість роботи склала близько десяти місяців, а загальний обсяг витраченого часу — приблизно 230 годин. Найбільше часу вимагав аналітичний і підготовчий етап, найінтенсивнішим був виробничий, а завершальний етап допоміг критично оцінити перші результати.

2.3. Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Ефективна реалізація подкасту «ПроКіно» передбачала ретельне планування ресурсів, необхідних на всіх етапах — від концептуального задуму до публікації готових епізодів. Із цією метою було розроблено структуру ресурсів (RBS — Resource Breakdown Structure), яка охоплює чотири основні категорії: людські, технічні, інформаційні та фінансові ресурси (Додаток В).

Людські ресурси становили ключовий елемент реалізації проєкту. Над усіма його аспектами — від розробки концепції до запису, монтажу, комунікації з гостями й ведення розмов — працювала Вікторія Шилан, авторка проєкту, ведуча подкасту. Її участь охоплювала як креативну, так і технічну складові. Важливим людським ресурсом стали запрошені гості: актор Олександр Яцентюк і кіноподкастер Давид Клименко. Саме вони наповнили епізоди змістом, досвідом і рефлексіями, що надали проєкту експертного звучання та живого діалогу.

До **технічних ресурсів**, використаних у проєкті, належали ноутбук Dell Vostro, смартфон iPhone 12, мікрофон Fifine із USB-C роз'ємом, програма для онлайн-зв'язку (Zoom), а також безкоштовне програмне забезпечення для аудіомонтажу — Audacity. Технічні засоби дозволили реалізувати повноцінний запис, провести інтерв'ю дистанційно та забезпечити якісну обробку звуку. Завдяки доступності цих інструментів вдалося уникнути витрат на студію чи орендоване обладнання.

Інформаційні ресурси охоплювали аналітичні матеріали, профільну літературу з теми українського кіно, блоги, подкасти, соціальні мережі та звіти про стан кіноіндустрії. Джерела добиралися залежно від тематики випуску — зокрема, для підготовки до епізодів були використані інтерв'ю з режисерами, дослідження щодо впливу кіно на суспільство, а також рецензії на фільми, що стали предметом розмов.

Фінансові ресурси в цьому проєкті були обмеженими, однак дозволили закрити базові потреби. Головні видатки стосувалися закупівлі обладнання: ноутбука, смартфона та мікрофона. Додатково були покриті витрати на інформаційні сервіси — зокрема, підписку на стримінгові платформи, потрібні для перегляду фільмів. Оскільки проєкт був ініціативою авторки без зовнішнього фінансування, усі закупівлі відбувалися одноразово, з розрахунку на довготривале використання техніки в майбутніх епізодах.

Ефективне управління ресурсами подкасту «ПроКіно» базувалося на ретельному плануванні зі застосуванням RBS-структури, що охоплювала людські, технічні, інформаційні та фінансові ресурси. Попри обмежений бюджет і реалізацію проєкту переважно одноосібно авторкою, вдалося успішно задіяти запрошених гостей, доступне технічне забезпечення та різноманітні інформаційні джерела, забезпечивши базові потреби та високу якість продукту.

2.4. Управління вартістю медіапроєкту

Управління вартістю медіапроєкту «ПроКіно» базувалося на принципах економної витратності, стратегічного планування та одноразових інвестицій, що забезпечують довготривалу дію. В умовах обмеженого бюджету важливо було не лише визначити необхідну суму фінансових вкладень, а й оптимально розподілити її в часі.

Загальна вартість реалізації першого сезону проєкту склала орієнтовно 60 тисяч гривень. Найбільшу частину бюджету становили витрати на технічне забезпечення:

- Ноутбук Dell Vostro вартістю 30 000 гривень використовувався для монтажу аудіофайлів, запису та збереження епізодів, створення візуального контенту та загального керування проєктом.
- Мікрофон Fifine із USB-C роз'ємом за 1 800 гривень забезпечував якісне відтворення голосу, що є критично важливим для аудіоформату.
- Смартфон iPhone 12 вартістю 28 000 гривень застосовувався для додаткового запису епізоду та спілкування з учасниками подкасту.

Ці покупки здійснювались одноразово на етапі підготовки до проєкту й становили приблизно 59 800 гривень. Додаткові видатки — близько 200 гривень — були пов'язані з оплатою щомісячної підписки на онлайн-сервіс для перегляду фільмів Київстар ТБ.

Оскільки всі ключові фінансові витрати були здійснені до старту запису, розподіл коштів у часі був зосереджений у першому місяці реалізації. Подальші роботи не передбачали нових витрат завдяки тому, що технічні й інформаційні потреби були вже забезпечені. У разі масштабування проєкту або запуску другого сезону можливе виникнення нових витрат: зокрема, на послуги монтажера, дизайнера обкладинок, рекламу або залучення інших фахівців. Проте на етапі реалізації першого сезону фінансову модель було побудовано як самодостатню та стійку в межах наявного бюджету.

Завдяки прозорому та зваженому управлінню вартістю вдалося досягти бажаного результату — створити якісний, змістовний подкаст без залучення зовнішнього фінансування та з максимальною ефективністю використання ресурсів.

2.5. Управління якістю медіапроєкту

Управління якістю в нашому медіапроєкті було системним і тривало на всіх етапах створення подкасту — від планування до публікації. Ми виділили кілька основних чинників, які безпосередньо впливали на якість контенту, і впроваджували конкретні дії для їх забезпечення (Додаток Б).

1. Якість звуку

Технічна якість звучання має ключове значення для сприйняття подкасту: навіть за цікавого змісту поганий звук може відштовхнути слухача. Важливо, щоб голоси були чіткими, без спотворень і фонових шумів, тому для цього ми використовували мікрофон Fifine із USB-C роз'ємом. Перед записом перевіряли умови: тишу в приміщенні, стабільність інтернету, роботу обладнання. Після запису редагували епізоди в Audacity — вирівнювали гучність, видаляли шум, обрізали надлишкові фрагменти. Кожен запис прослуховували щонайменше двічі — спершу з технічної, а потім зі змістової точки зору.

2. Зміст і структура епізоду

Чіткий фокус і логіка викладу безпосередньо впливають на глибину обговорення й утримання уваги слухача. Щоб підтримувати якість змісту, ми завчасно формували тему випуску, добирали релевантні питання, готували сценарій. Це допомагало зберігати логічну послідовність розмови та уникати хаотичних відступів. Також звертали увагу на динаміку — чергували серйозні блоки з легшими моментами, щоб зробити епізод насиченим, але не перевантаженим.

3. Підготовка гостей

Комфорт і поінформованість гостя впливають на природність розмови та рівень глибини обговорення. Щоб уникнути поверхневості, ми заздалегідь

контактували з учасниками: пояснювали формат подкасту, тему епізоду, основні очікування. Це дозволяло їм краще орієнтуватися в бесіді, бути відкритими, не хвилюватися через несподівані запитання. Такий підхід допомагав формувати довірливу атмосферу та підвищував якість відповідей.

4. Монтаж

Якісний монтаж дозволяє зберегти природність, одночасно усуваючи зайве й підвищуючи темп епізоду. Щоб удосконалити звук і ритм випусків, ми редагували записи вручну: видаляли затримки, повтори, нечіткі фрази. Важливо було залишити автентичність розмови, водночас зробивши її легшою для сприйняття. Окрім технічного редагування, ми також працювали над естетичною складовою звуку — добирали мелодію та інтершум, формували плавний початок і завершення кожного епізоду, щоб створити приємне емоційне враження в слухача. Програма Audacity дозволяла точково редагувати фрагменти, працювати зі звуковими ефектами, налаштовувати гучність і темп, а також оптимізувати загальну тривалість епізоду для кращого сприйняття.

5. Робота з аналітикою

Зворотний зв'язок від аудиторії став ключовим інструментом для вдосконалення подкасту — саме він дозволив адаптувати формат, тривалість і тематику випусків до реальних очікувань слухачів. Ми уважно відстежували аналітику прослуховувань, зокрема середню тривалість, кількість дослуханих епізодів та моменти втрати уваги. Ці дані стали підґрунтям для прийняття рішень щодо структури подкасту: завдяки ним ми зможемо визначити оптимальну довжину епізодів та зробити їх більш динамічними.

6. Візуальне оформлення

Перший контакт із подкастом відбувається не через звук, а через обкладинку й опис, тому зовнішній вигляд теж є чинником якості. Щоб зробити подкаст впізнаваним, ми створювали обкладинку, використовуючи картинку, шрифт і кольори, які гармонійно вписуються в тему кіно. Опис до кожного епізоду писався інформативно й лаконічно у єдиній структурі.

7. Орієнтація на галузеві практики

Оцінка досвіду інших подкастів дозволяє запозичити ефективні рішення та уникнути поширених помилок. Ми слухали подкасти схожої тематики — зокрема проєкти від «Суспільного», «Української правди», а також референси: «Скажені пси», «Кінотижневик Vertigo», «Апрошотам?», «Татова касета» — й аналізували, як вони працюють із темами, темпом, інтонаціями, звуковим оформленням. Вдалі рішення адаптували до власного продукту.

Отож, якість у нашому подкасті забезпечувалася через комплекс дій, що охоплювали не лише технічний, а й змістовий, організаційний і візуальний аспекти. Такий підхід дозволив створити продукт, який відповідає очікуванням нашої цільової аудиторії й водночас зберігає авторську глибину.

2.6. Управління ризиками медіапроєкту

Реалізація подкасту «ПроКіно» — це не лише креативна робота зі змістом, а й системне управління ризиками, що супроводжують кожен етап виробництва. Оскільки подкаст поєднує аналітику з живою розмовою про складні суспільні теми, важливо було заздалегідь передбачити потенційні труднощі, аби мінімізувати їхній вплив на процес.

Технічні ризики були серед найбільш передбачуваних, але й найнебезпечніших. Якість звуку безпосередньо впливає на сприйняття подкасту, тож будь-які проблеми з мікрофонами, обладнанням для запису, програмами для монтажу, а також зі збоєм інтернету чи електропостачання могли звести нанівець години роботи. Щоб цього уникнути, перед записами було протестовано техніку та створено додатковий план дій, що включав резервний варіант запису на інший пристрій, збереження копій файлів на хмарному диску, а також можливість перенесення запису в разі форс-мажору.

Фінансові ризики виникали через відсутність зовнішнього фінансування. Проєкт реалізовувався за власні ресурси, тому виникла потреба в максимальній ефективності використання наявних інструментів. Для публікації обрано безкоштовні стримінгові платформи (зокрема Spotify), дизайн створювався у

Figma, а монтаж здійснювався за допомогою Audacity — програм із відкритим доступом, які, попри свою безплатність, забезпечили необхідну якість і стабільність роботи.

Комунікаційні ризики пов'язані з координацією з запрошеними гостями — експертами, режисерами, акторами. Через їхню зайнятість або непередбачувані обставини інтерв'ю могли переноситися або зриватися. Щоб уникнути збоїв у графіку, ми планували записи з часовим запасом, підтримували зв'язок через кілька каналів зв'язку, а також мали на думці резервних героїв, які могли б замінити запланованого гостя. Наприклад, у разі неможливості запису з Олександром Яцентюком — виконавцем головної ролі у фільмі «Памфір» — можливим гостем міг стати режисер Дмитро Сухолиткий-Собчук або кінокритик Ярослав Підгора-Гвяздовський, який спеціалізується на соціальному контексті українського кіно. А якби не вдалося провести інтерв'ю з кінолюбителем Давидом Клименком, його могла б замінити головна акторка фільму «Стоп-Земля» — Марія Федорченко, яка зіграла Машу, або психолог, що спеціалізується на підлітковій аудиторії, наприклад, Світлана Ройз. Обидвоє могли б глибоко й фахово поговорити про теми юнацької вразливості, соціального тиску та пошуку себе — ключові теми, порушені в другому випуску подкасту.

Змістові та репутаційні ризики були не менш важливими. Подкаст працює з темами психологічних та соціальних проблем, ідентичності, травматичного досвіду, тож критично важливо було уникати некоректних формулювань, емоційних перекосів чи викривлень. Для цього ми узгоджувала чутливі фрагменти з гостями, надавали їм можливість ознайомлення з фінальною версією перед публікацією.

Окрема категорія ризиків — це безпекова ситуація в країні. Повітряні тривоги, обстріли, порушення логістики — усе це могло впливати як на можливість запису, так і на комунікацію з учасниками. Враховуючи ці чинники, основна частина записів проводилася дистанційно в безпечний час, із запасними варіантами для перенесення зустрічей у разі потреби.

Вигорання та втрата мотивації також є значним ризиком, особливо для одноосібних проєктів, таких як «ПроКіно». Тривала робота над складними темами, необхідність виконувати безліч функцій без сторонньої підтримки та зворотного зв'язку може призвести до емоційного виснаження, зниження продуктивності та, як наслідок, до зупинки проєкту. Для мінімізації цього ризику важливо було планувати реалістичні терміни, виділяти час на відпочинок, шукати підтримку в професійних спільнотах або менторів, а також відстежувати власні емоційний та фізичний стани, щоб вчасно зробити паузу чи змінити пріоритети.

У підсумку, ефективне управління ризиками стало однією з умов успішної реалізації подкасту «ПроКіно». Продумані технічні рішення, гнучке планування, чутливе ставлення до змісту та відповідальне ставлення до кожного етапу процесу дозволили зберегти якість публікацій навіть у нестабільних умовах.

2.7. Управління командою медіапроєкту

Успішний подкаст — це не лише мікрофон і натхнення. За кожним епізодом стоїть складна система прийняття рішень, поєднання креативу й організації, контроль якості на всіх рівнях. Саме тому ключовим елементом у реалізації медіапроєкту є грамотне управління командою. І навіть якщо команда складається з однієї людини — як у випадку з подкастом «ПроКіно» — це не зменшує потреби в системності, багатозадачності та вмінні мислити водночас практично й стратегічно.

У професійній індустрії над створенням подкасту зазвичай працює щонайменше семеро спеціалістів. Кожен відповідає за свою сферу: від продюсування й редагування до звуку, візуалу та промо. Усі ці функції між собою тісно переплетені: слабка ланка в одній із них — і якість продукту просідає, як би добре не були виконані інші.

У випадку «ПроКіно» весь цей ланцюг функцій авторка реалізовує самотійно — від концептуального бачення до публікації кожного епізоду. Це

дає змогу зберігати цілісність задуму, контролювати кожен етап і водночас глибше розуміти весь цикл виробництва медіапродукту.

Основні ролі, які виконує авторка подкасту «ПроКіно»:

Режисер: продумування концепції, обґрунтування цілей і фокусу подкасту, визначення цільової аудиторії, побудова структури сезону, контроль графіка публікацій, стратегічне планування розвитку проєкту, комунікація з потенційними партнерами, організація зворотного зв'язку.

Ведуча: підготовка до розмовного інтерв'ю, аналіз фільмів та соціальних тем, модерація розмови, встановлення контакту з гостем, створення потрібної атмосфери у студії або під час онлайн-запису.

Редакторка: побудова сценарних епізодів, розподіл акцентів, формулювання ключових запитань, дотримання драматургії, що утримує увагу слухача, а також динаміка подачі описи до епізодів.

Технічна продюсерка: налаштування звукового обладнання (мікрофонів, рекордерів, програм для запису), контроль якості запису, дотримання технічних стандартів під час розмовного інтерв'ю в різних умовах (зокрема онлайн).

Монтажерка / Саунд-дизайнерка: повний цикл обробки звуку: вирізання пауз, шумів, уточнення ритму, додавання джінглів, фонового звукового оформлення. Завдання — створити комфортний для сприйняття аудіопростір, у якому сюжет звучить емоційніше.

Графічна дизайнерка: розробка візуальної айдентики проєкту — логотипу, обкладинок до кожного епізоду, візуалів для соцмереж, шаблонів сторіз і промо-постів. Важливо, аби графіка підсилювала зміст і підтримувала загальну естетику.

SMM-менеджерка: створення контент-плану, написання текстів для анонсів, робота з аудиторією в Instagram і Telegram, створення сторіз, реакція на коментарі, моніторинг охоплень і вивчення відгуків. Тут головна мета — побудувати спільноту навколо подкасту.

Це не просто набір обов'язків, а щоденна багаторівнева діяльність, яка вимагає високого рівня самоорганізації. Оскільки реалізація подкасту «ПроКіно»

здійснювалася нами одноосібно, усі процеси, від планування до публікації, ретельно розкладені в редакційному календарі, що синхронізується зі зворотним зв'язком від слухачів і темпом записів. Частину часу займає підготовка до епізодів (дослідження фільмів, тем і персоналій), частину — технічна робота з аудіо, частину — візуальна й промоційна діяльність.

Такий формат одноосібного управління — виклик, який вимагає не лише багатофункційності, а й здатності залишатися автентичним в умовах обмежених ресурсів. Проте саме це дозволяє зберегти подкаст живим, особистим і цілісним, де кожен епізод — результат повного занурення в тему.

У майбутньому доцільним буде делегування частини функцій — насамперед, технічного монтажу та візуального оформлення, аби зосередитися на змістовій роботі з контентом, розширенні аудиторії та розвитку партнерств. Але на стартовому етапі саме такий формат управління цілком виправданий і стратегічно ефективний.

2.8. Управління комунікаціями медіапроєкту

Ефективне управління комунікаціями було ключовим елементом реалізації медіапроєкту «ПроКіно», оскільки забезпечувало цілісність концепції, узгодженість дій, формування репутації та взаємодію з експертами та слухачами. Ключові зони відповідальності в управлінні комунікаціями:

Самоорганізована внутрішня комунікація. Оскільки реалізація подкасту здійснювалася одноосібно, уся внутрішня комунікація полягала в ефективному самоменеджменті, плануванні, дотриманні дедлайнів та фіксації ідей і рішень, тому доводилося:

- Вести особистий календар і чек-листи для контролю виробничого циклу.
- Синхронізувати етапи між сценарним процесом, записом, монтажем і публікацією.
- Вести нотатки щодо фідбеку, ідей на майбутні епізоди, технічних деталей.

Комунікація з експертами та гостями подкасту:

- Самостійно шукати контактні дані та налагоджувати зв'язок із потенційними героями випусків.
- Узгоджувати тему та формат розмови.
- Організовувати процес запису, завчасно інформувати про вихід епізоду.

PR-комунікація та взаємодія з аудиторією:

- Самостійно розробити комунікаційну стратегію просування: меседжі, візуальний стиль, частоту публікацій.
- Створювати тексти описів.
- Публікувати контент, відповідати на реакції слухачів, заохочувати до обговорення.
- Аналізувати охоплення та реакції для подальшого вдосконалення стратегії.

Продовжуючи роботу над медіапроектом, можна також застосувати **зовнішні партнерства**:

- Розглядати потенціал налагодження співпраці з іншими подкастами, культурними платформами, інституціями.
- Отримати менторську чи фінансову підтримку в межах грантів.

Ефективне управління комунікаціями, що охоплювало внутрішні процеси, взаємодію з гостями та аудиторією, а також потенційний розвиток зовнішніх партнерств, було ключовим для успішної реалізації подкасту «ПроКіно».

2.9. Моніторинг виконання медіапроекту

Моніторинг — один із ключових елементів управління медіапроектом, що дає змогу відстежувати динаміку виконання завдань, своєчасно реагувати на відхилення від плану та підвищувати загальну ефективність реалізації. У межах подкасту «ПроКіно» ми застосовували кілька інструментів для контролю за ходом проєкту.

1. Щотижневий контроль виконання

Раз на тиждень проводиться короткий самоаналіз: що зроблено, що не вдалося, які завдання перенесено, які проблеми виникли. Такий формат допоміг

зберігати мотивацію, уникати нагромадження завдань у дедлайни та вчасно вносити корективи в графік.

2. Проміжна оцінка якісних результатів

Після кожного завершеного підетапу (наприклад, написання сценаріїв, запис трейлера, монтаж епізоду) здійснювався рефлексивний аналіз: чи досягнута мета, чи відповідає результат очікуванням, які уроки винесено. Це дозволило поступово покращувати якість контенту та ефективність комунікації з гостями.

3. Вимірювання кількісних показників

На фінальному етапі важливим джерелом моніторингу стала статистика платформи Spotify (кількість прослуховувань, збережень, взаємодій), а також фідбек у соцмережах. Уже в перший день після публікації трейлер набрав 67 прослуховувань, а загальна кількість прослуховувань усіх епізодів станом на 11 червня становила 484.

Назва	Статус	Дата ▼	Формат	Довжина	Трансляції та завантаження	Відтворення на Spotify
 Давид Клименко про внутрішнє пережива...	Опубліковано	09.06.25	Аудіо	44:54	11	163
 Олександр Яценюк про боротьбу героя з ...	Опубліковано	08.06.25	Аудіо	42:09	5	191
 Трейлер підкасту «ПроКіно»	Опубліковано	02.06.25	Аудіо	01:52	35	129

Рис. 2.9.1 Кількість прослуховувань

5. Виявлення ризиків і адаптація.

Моніторинг також включав оцінку зовнішніх і внутрішніх чинників, які могли вплинути на темп чи якість реалізації (перевантаження навчанням, проблеми з технікою, гості, що відмовлялися). Завдяки гнучкості в плануванні й пріоритезації завдань вдалося уникнути критичних затримок.

Системний моніторинг дозволив не лише ефективно координувати дії на всіх етапах виробництва подкасту, а й виявляти слабкі місця в організації, вчасно їх усувати та підвищувати якість продукту. Він став невіддільною складовою

успішного завершення проєкту й створив підґрунтя для подальших кроків у розвитку медіаплатформи «ПроКіно».

Висновки до другого розділу

Подкаст «ПроКіно» успішно реалізовано як медіапроєкт, що висвітлює суспільно важливі теми через призму українського кіно. Його життєвий цикл охоплював чотири ключові етапи: планування, підготовка, виробництво та завершення, — кожен із яких був детально продуманий і систематизований. Основною ідеєю проєкту стало створення якісного подкасту про українське кіно з інформаційною, комунікаційною, якісною та розвитковою підцілями.

Управління змістом, часом, ресурсами, вартістю, якістю, ризиками та комунікаціями відбувалося за принципами ефективності та самоорганізації, оскільки значна частина функцій виконувалася авторкою проєкту одноосібно. Загальна тривалість роботи склала близько десяти місяців (приблизно 230 годин), а загальна вартість проєкту оцінюється в 60 тисяч гривень, більша частина яких пішла на технічне забезпечення.

Проєкт активно використовував WBS-структуру для деталізації робочих процесів, що дозволило ефективно розподіляти ресурси та контролювати якість. Моніторинг на всіх етапах, включаючи аналіз статистики прослуховувань та зворотного зв'язку, допоміг вчасно реагувати на виклики та адаптувати стратегію. Незважаючи на обмежені фінансові та людські ресурси, а також потенційні ризики (технічні, комунікаційні, змістові, репутаційні та безпекові), проєкт успішно досяг поставлених цілей, демонструючи високу якість контенту та системний підхід до управління.

Подальший розвиток подкасту «ПроКіно» передбачає масштабування та делегування деяких функцій, що дозволить зберегти унікальний формат подкасту та його особистий, цілісний характер, заклавши міцну основу для майбутніх епізодів.

РОЗДІЛ 3

СПЕЦИФІКА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОДКАСТУ ПРО УКРАЇНСЬКЕ КІНО

3.1. Проблеми з практичною реалізацією подкасту

Реалізація подкасту «ПроКіно» супроводжувалася низкою викликів, пов'язаних як із загальними труднощами у сфері незалежного подкастингу в Україні, так і з конкретною тематикою проекту. Попри чітко окреслену концепцію та високий рівень мотивації, на практиці довелося зіткнутися з низкою бар'єрів.

Однією з ключових проблем на етапі реалізації подкасту стала відсутність професійної техніки для запису та обробки звуку. На етапі виробництва довелося використовувати базові інструменти — власний ноутбук, недорогий мікрофон та безкоштовні програми для монтажу. Відсутність якісного обладнання суттєво вплинула на звучання подкасту: у перших випусках чітко відчувалася різниця з професійними аудіопродуктами, зокрема через фонові шуми, нерівномірну гучність голосів та слабку динаміку.

Хоча для запису використовувався мікрофон, його якість була далекою від професійного рівня. Через відсутність спрямованого студійного мікрофона та звукового інтерфейсу, який забезпечує чистий і збалансований запис, під час монтажу доводилося вручну видаляти фонові шуми, вирівнювати гучність голосів і зводити звук так, щоб він був хоча б наближеним до стандартів подкастів. Це займало багато часу, а результат не завжди відповідав очікуванням — залишались незначні технічні недоліки.

Також було очевидно, що якіснішої техніки критично не вистачало — як у плані мікрофонів з гарною чутливістю й чистим звуком, так і в плані акустично підготовленого простору. Власноручне налаштування базових засобів не давало того ефекту, який мають професійно зроблені подкасти. Бракувало хоча б мінімального студійного середовища, де можна було б контролювати реверберацію, шуми та загальну якість аудіо. Це стало ще одним свідченням

того, наскільки важливо мати доступ до технічної бази або підтримку з боку студій / партнерів для створення конкурентоспроможного медіапродукту.

Паралельно з технічними викликами постала потреба самостійно опановувати процес обробки звуку. Для людини без досвіду у сфері звукорежисури монтаж став окремим етапом складності. Доводилося згадувати вивчені принципи редагування шуму, балансування рівнів голосів, накладання музичних треків, зберігаючи водночас природний ритм розмови. Усе це значно сповільнювало темпи виробництва та подовжувало цикл створення одного епізоду. Для якісного подкасту важливе не лише змістове наповнення, а й технічна складова — баланс, чистота звучання, монтаж і саунд-дизайн. У реальності кожен із цих елементів потребував окремого часу та уваги, особливо в умовах обмежених ресурсів.

Ситуація ще більше ускладнювалася під час запису розмов із гостями онлайн. У деяких випадках проблеми зі стабільністю інтернет-з'єднання призводили до втрат фрагментів діалогу або порушення ритму розмови. Наприклад, під час запису першого епізоду, в один момент повністю вимкнувся Wi-Fi, і частину інтерв'ю довелося вирізати, бо зв'язок із гостем перервався. Такі технічні збої спричинили не лише додаткову роботу на етапі монтажу, а й втрату цінного контексту розмови, який уже не вдалося відновити.

Одна з ключових ідей подкасту полягала в залученні до розмови фахових експертів — кінокритиків, культурологів, акторів, режисерів, тобто тих, хто може професійно розкривати як сам фільм, так і суспільний контекст, у якому він існує. Утім, на етапі практичної реалізації це завдання виявилось набагато складнішим, ніж здавалося на початку.

Не всі експерти були відкриті до співпраці з молодими та ще маловідомими ініціативами. Частина з них чемно відмовляли через щільний графік. Складність також полягала в тому, що комунікація з потенційними гостями займала дуже багато часу: потрібно було пояснювати концепцію подкасту, переконувати у важливості участі, підлаштовуватися під доступні дати та час для запису.

У процесі підготовки першого випуску вдалося познайомитися одразу з кількома потенційними героями — трьома акторами й одним режисером. Однак через різні причини: відсутність часу, перебування в роз'їздах або сумніви щодо участі, — не всі погодилися на розмову. Зрештою, вдалося домовитися про інтерв'ю з актором, який грав головного героя фільму, що стало важливою перемогою й дало змогу втілити задум хоча б частково. Цей досвід показав, наскільки складно працювати з гостьовим контентом без попередньої медійної впізнаваності проєкту і як багато підготовчих зусиль потребує навіть одна записана розмова.

В умовах навчального й робочого навантаження та інших зобов'язань складно було виділяти стабільний час на регулярну підготовку, запис, монтаж і публікацію епізодів. Робота над подкастом вимагала повної залученості — від ідеї до реалізації, — а це передбачало не лише технічну частину, а й аналітичну роботу зі сценарієм, підготовку до розмови, комунікацію з гостями, пошук музичного оформлення, описів та візуальних матеріалів. Кожен з етапів потребував зосередженості й часу, а коли паралельно триває навчання, робота, участь в інших проєктах, зберігати сталість у графіку випусків виявилось складним завданням.

Це вплинуло на ритмічність виходу епізодів, адже між ними виникла затримка. Доводилося вчитися гнучкому плануванню, розбивати завдання на дрібніші кроки, переносити дедлайни без втрати якості та намагатися інтегрувати роботу над подкастом у повсякденний розклад.

Водночас складність полягала і в необхідності поєднувати багато ролей: автора, редактора, ведучого, звукорежисера, дизайнера та промоутера. Це вимагало різнопланових навичок і неабиякої дисципліни, щоб встигати все й водночас не вигорати. Процес створення епізодів вимагав багатогодинної роботи — особливо коли йшлося про розмову з гостем на соціально значущу тему, де важлива точність формулювань і сенсів.

Українське кіно — це суспільно важлива тема, але недостатньо популярна серед широкої аудиторії. Ще складніше говорити про його сенси, соціальні

підтексти та філософські ідеї. Під час планування концепції медіапроєкту виникло питання, як подати складні теми доступно, не спрощуючи їх до попсового формату, але й не перетворюючи подкаст на надто академічний продукт. Пошук цього балансу став окремим викликом.

З одного боку, ми прагнули говорити про складні теми: кризу ідентичності, травму війни, соціальну нерівність, трансформацію культурного коду — всі ті проблеми, які порушують українські фільми та серіали. З іншого — важливо було робити це зрозумілою мовою, без перевантаження термінами, зберігаючи емоційний зв'язок з аудиторією. Надмірна академічність могла зробити подкаст закритим для широкого слухача, а надто спрощена подача — знецінити глибину самого кіно. Цей баланс ми шукали постійно: як перетворити серйозну тему на живу розмову? Як зберегти експертність, але не втратити теплоту й доступність? Це стосувалося всього: від формулювання запитань і добору прикладів до ритму епізоду, стилю ведення й музичного оформлення.

Крім того, слід було враховувати, що тема українського кіно часто сприймається як щось «для вузького кола» або «для своїх». Одним із завдань подкасту стало зруйнувати цей бар'єр та показати, що фільми можуть бути цікавими не лише кінознавцям, а й усім, хто хоче краще зрозуміти себе, суспільство, країну. Саме тому велике значення мало не лише те, про що говорити, а як говорити: якою інтонацією, у якому темпі, з якими особистими відсилками, щоб слухач почувався не пасивним спостерігачем, а співрозмовником.

Отож, формування власного стилю подачі — між аналітикою й емоцією, між фактами й особистими інтерпретаціями — стало процесом не менш складним і важливим, ніж технічна частина чи організація записів. Це потребувало не лише вміння структурувати інформацію, а й емпатії, почуття тону та розуміння своєї аудиторії.

Водночас одним із ключових організаційних викликів була відсутність постійної команди. Проєкт виник і розвивався як ініціатива однієї людини, що зумовлювало значне навантаження та нестабільність робочих процесів. Усі етапи

— від ідеї до публікації реалізовувалися власними силами: підготовка теми, пошук героїв, запис, монтаж, оформлення, публікування. Створення постійної команди дозволяє не лише оптимізувати робочі процеси, а й вибудовувати довгострокову стратегію — щось, чого бракує в разі одноосібного керування проєктом.

Пов'язаним із цим був і фінансовий аспект. Обмежений бюджет стримував багато рішень — від технічних деталей до промоційних активностей. Просування, реклама, розширення команди, покращення технічної бази — усе це вимагало ресурсів, яких на етапі запуску не було. У таких умовах доводилося розраховувати насамперед на власний ентузіазм і мінімальні витрати. У перспективі розв'язати цю проблему може підтримка від партнерів, участь у грантових програмах або залучення спонсорів. Це відкриє нові можливості для розвитку й масштабування подкасту.

Реалізація подкасту «ПроКіно» стала складним, але важливим досвідом, який поєднав технічні, організаційні та творчі виклики. В умовах обмежених ресурсів доводилося самотужки опановувати звукозапис, монтаж, комунікацію з гостями та побудову авторського стилю. Брак професійної техніки, нестабільність графіку й необхідність поєднувати аналітичну глибину з доступною мовою зробили проєкт водночас випробуванням і школою зростання. Попри всі труднощі, вдалося створити живий подкаст, що торкається суспільно важливих тем через призму українського кіно.

3.2. Особливості реалізації подкасту про українське кіно

Практична реалізація медіапроєкту «ПроКіно» — це комплексний процес, який охоплює кілька ключових етапів: дослідження теми та аналітичну підготовку, планування структури випусків, роботу з героями подкасту, технічне забезпечення (запис, монтаж, постпродакшн), розробку візуального стилю, а також публікацію й подальшу комунікацію з аудиторією. Подкаст про українське кіно став способом занурення в кінематографічний процес як явище культури.

Назва «ПроКіно» несе глибинний сенс: наше «ПРО» — це не просто прийменник, а акцент на осмисленні тих викликів, болючих точок, суспільних зрізів і проблем, які українське кіно висвітлює або, можливо, іноді замовчує.

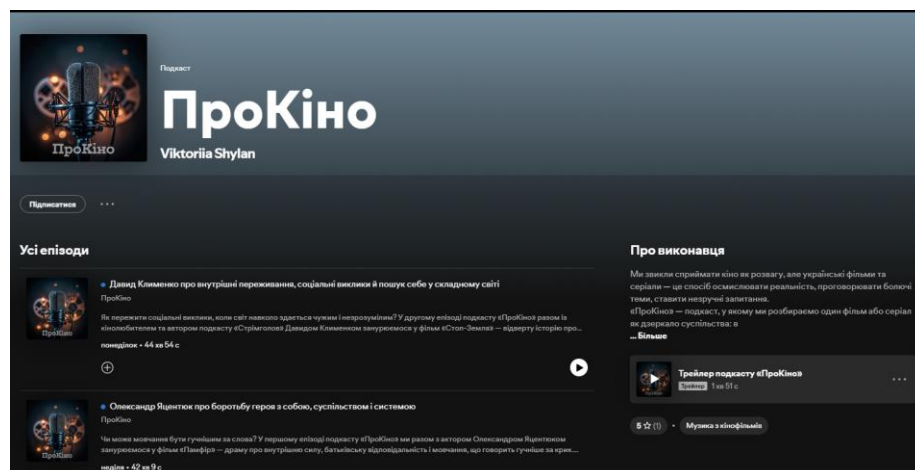


Рис. 3.2.1. Подкаст «ПроКіно»

Важливим викликом стало поєднання творчого підходу з аналітичною глибиною: аби обговорення фільмів не зводилося до поверхневих оцінок, ми працювали над критичним осмисленням контексту створення кожного випуску — зокрема соціальних, політичних і культурних аспектів, які вони порушують. Щоб обрати фільм для обговорення, доводилося не лише переглядати стрічки, що стали предметом обговорення в епізодах, а й постійно аналізувати кіноринок, робити огляди фестивалів і публікацій кінокритиків. Такий підхід дозволив не лише інформувати слухача, а й сформуванати наратив подкасту як майданчика для осмислення суспільно важливих тем через призму кіно.

За рекомендаціями платформи Spotify for Creators, аудиторію доцільно сегментувати на три-чотири групи з урахуванням віку, інтересів, місця проживання та звичок прослуховування (наприклад, вранці в дорозі чи ввечері перед сном), що дало змогу моделювати «типового слухача» для кожної категорії [42]. Це, у свою чергу, сприяє більш цільовому просуванню подкасту на різних платформах.

Першим етапом у роботі над подкастом «ПроКіно» стало планування концепції проєкту: окреслення його цілей, формату, ключових тем і цільової аудиторії. Оскільки подкаст зосереджується на аналізі суспільно важливих питань, які порушуються в українських фільмах, наступним кроком стало занурення в національний кінопростір. Це включало вивчення не лише самих стрічок, а й контекстів їхнього виникнення — авторських задумів, виробничих умов, а також суспільних, культурних та історичних процесів, що вплинули на створення фільмів, про які в них ішлося. Така підготовка стала фундаментом для формування змістовного й актуального контенту, який відповідає запитам аудиторії та сприяє кращому розумінню українського кіно як інструменту суспільного діалогу.

Оскільки формат подкасту передбачає розмову з фахівцями — режисерами, акторами, кінокритиками, дослідниками кіно, а також залученими до культурного процесу глядачами, то надзвичайно важливим стало уважне добирання гостей до кожного епізоду відповідно до теми. Ми прагнули залучити не просто «медійні обличчя», а передусім тих, хто може фахово, щиро й аналітично говорити про проблеми, сенси та підтексти, закладені у фільмах. Увага до деталей була ключовою як у змістовому, так і в комунікаційному аспектах. Завчасно узгоджували участь, формат розмови, сценарій, технічні моменти, а також допомагали гостям налаштуватися на атмосферу подкасту через неформальну попередню бесіду, обговорення фільму та його меседжів. Такий підхід дозволяв створити довірливу, живу розмову, в якій відчувалася емоційна залученість обох сторін.

У першому епізоді, присвяченому фільму «Памфір», героєм випуску став виконавець головної ролі Олександр Яцентюк [36]. Його бачення персонажа, досвід роботи над стрічкою та розмова про внутрішні переживання героя надали випуску емоційного наповнення. Другий епізод був присвячений фільму «Стоп-Земля» [37] і його гостем став журналіст, кінолюбитель та автор подкасту «Стрімголов» від студії «Стоп Знято» Давид Клименко. Можливо, символічно, що слово «стоп» присутнє і в назві фільму, і в назві студії, з якою пов'язаний

гість. Цей випуск набув іншого, рефлексивно-аналітичного тону: розмова точилася навколо тем дорослішання, самотності, психологічної напруги та пізнання себе, які тонко передані у фільмі. Погляд глядача-аналітика дозволив по-новому осмислити глибину стрічки, а також її значення для молодшої аудиторії. Така зміна фокусів і типів гостей у кожному епізоді дає змогу подкасту «ПроКіно» залишатися живим, різноплановим у своїх сенсах.

Після роботи над наповненням і змістом подкасту ми перейшли до етапу візуального оформлення, який став не менш важливим у формуванні цілісного образу проєкту. За допомогою редактора Figma та програми для генерації зображень AI Character Generator самостійно створили логотип і візуальну айдентику подкасту. У процесі ми підібрали шрифт та розробили кілька варіацій читабельного логотипа. Цей етап виявився доволі тривалим і потребував численних експериментів, проте зрештою ми досягли результату, який вдало відображає ідею проєкту. Візуальне оформлення покликане передати атмосферу глибини, діалогу та мистецького змісту, а основний акцент зроблено на естетиці.

Перш ніж розпочати запис основних епізодів, ми створили трейлер подкасту — коротке інтродукційне звернення до потенційної аудиторії, яке окреслює суть проєкту, його тональність і тематику. Трейлер був записаний та змонтований самостійно, із додаванням музичного супроводу, що відповідає емоційній атмосфері подкасту. Лише після цього ми приступили до роботи над повноцінними випусками.

Запис епізодів відбувався у форматі напівформального інтерв'ю, що допомогло уникнути штучної офіційності й надало подкасту живого, невимушеного звучання. Тривалість запису одного епізоду становила близько 2,5 годин, включаючи підготовку гостя та подяку після розмови. Після запису ми проводили технічну обробку звуку: очищення від шумів, балансування голосів, монтаж. Монтаж виявився найбільш трудомістким етапом через наш мізерний досвід, що вимагало значних затрат часу для досягнення бажаної якості. Особливу увагу приділяли створенню інтро, яке містить короткий музичний фрагмент і вступну фразу, що одразу налаштовує слухача на розмову про кіно як

дзеркало суспільства. Підбір музичного супроводу також став викликом: ми шукали відповідну мелодію в різних стоках, і лише з третьої спроби вдалося знайти ту, що була б не надто радісною чи сумною, а її ритм відповідав динаміці подкасту. Крім того, кожен епізод адаптували для публікації на Spotify.

Після виходу епізодів ми відповідали на коментарі, реагували на зворотний зв'язок, щоб утримати увагу аудиторії. Ведуча Віка поширила його на своїй сторінці в Instagram, а також гість другого епізоду подкасту Давид Клименко поширив на своїй сторінці. Після цього ще декілька наших знайомих зробили репости, завдяки чому про нього змогли почути перші слухачі.

Аналітика показників Spotify демонструє початковий інтерес до проєкту. Станом на 11 червня загальна кількість відтворень (трейлер та епізоди разом) становить 484, попри те, що трейлер було опубліковано лише 2 червня.

Епізод «Давид Клименко про внутрішнє переживання, соціальні виклики й пошук себе в складному світі» прослухало 164 людини, з яких 72,7% — чоловіки. Географічне розташування всіх слухачів — Україна.

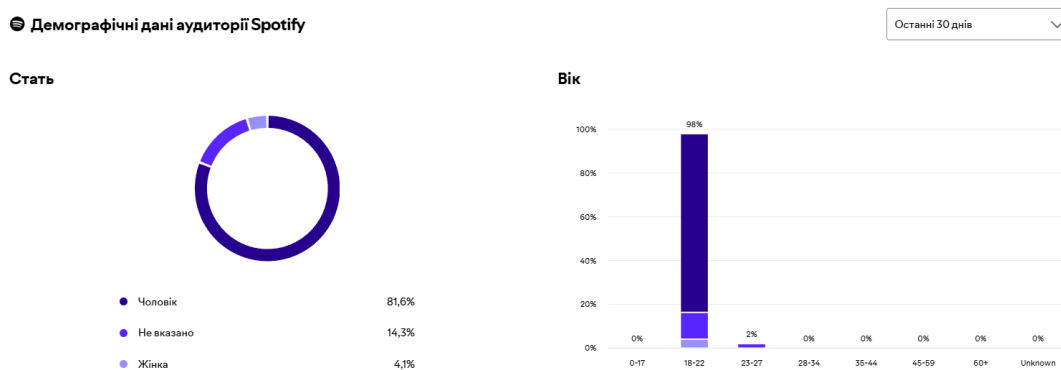


Рис. 3.2.1. Статистика медіапроєкту

Інший епізод «Олександр Яцентюк про боротьбу героя з собою, суспільством і системою» прослухало 192 людини, з яких 75% — чоловіки. Більшість слухачів перейшла на цей подкаст через Spotify Search.

Наразі ми маємо близько 10 підписників, проте активно працюємо над подальшим поширенням подкасту та плануванням створення наступних

епізодів. У перспективі планується організація інтерактивних обговорень й опитувань, що сприятимуть формуванню спільноти навколо подкасту.

Реалізація подкасту «ПроКіно» засвідчила, що створення якісного культурного медіапродукту — це не лише про творчість, а й про ретельне планування, глибоку аналітичну роботу, постійне вивчення аудиторії та готовність адаптуватися до нових викликів. Проєкт став майданчиком для діалогу про українське кіно як дзеркало суспільства, а також доказом того, що подкастинг в Україні має потенціал бути осмисленим, впливовим і естетично цілісним медіаформатом.

3.3. Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації подкасту про українське кіно

Розробка медіапроєкту «Подкаст про українське кіно: особливості планування та реалізації» — це тривалий та складний шлях, що потребує постійної уваги до деталей, творчого підходу та готовності долати різні труднощі. Під час роботи над проєктом «ПроКіно» ми зіткнулися з багатьма викликами, але також отримали цінний досвід, який допоміг зробити продукт якісним і змістовним. На основі цих напрацювань сформували низку практичних рекомендацій, які можуть стати в пригоді тим, хто планує створювати подкасти на теми українського кіно та культури загалом. Вони ґрунтуються на реальних прикладах і допоможуть уникнути типових помилок, підвищити рівень продакшену та краще взаємодіяти з аудиторією.

1. Створення мінімальної, але ефективної команди

Робота над подкастом у форматі «один у полі воїн» часто призводить до вигорання, затримок із випусками та зниження загальної якості проєкту. Щоб уникнути цього, варто ще на старті залучити хоча б базову команду фахівців, яка допоможе розподілити обов'язки й зберегти фокус на змісті:

- **Редактор / контент-менеджер** — допомагає формувати теми, структурувати сценарії, проводить фактчекінг.

- **Звукорежисер** — відповідає за чистоту й баланс звуку, а також постпродакшн.

- **SMM-спеціаліст** — адаптує аудіоконтент під соціальні мережі: створює кліпи, цитати, прев'ю, публікує контент у форматах, актуальних для TikTok, Instagram, YouTube Shorts тощо.

Наявність такої мінімальної команди дозволяє ведучому зосередитися на ключовому — змісті й глибині розмов, не витрачаючи ресурси на рутинну або технічну роботу, що підвищує загальний рівень подкасту як медіапродукту.

2. Інвестиції у звукову атмосферу — основа якісного подкасту

Подкаст — це не просто розмова, а повноцінний аудіодосвід, де звук є основним інструментом взаємодії зі слухачем. Саме тому якість запису є не другорядним, а визначальним чинником. Щоб уникнути фонового шуму, переривання голосу, спотворень або відлуння, варто з самого початку працювати з професійним звуковим обладнанням, яке гарантує чисте, приємне і комфортне звучання.

3. Упорядкування процесів: створення редакційного плану

Навіть найкраща ідея може зійти нанівець без системної роботи. Щоб уникнути творчих пауз, нерегулярності випусків та втрати слухача, варто ще на старті скласти редакційний план — хоча б на найближчі 1–2 місяці. Він має включати теми епізодів, орієнтовні дати запису й публікації, список потенційних гостей, а також канали просування. Редакційне планування дозволяє раціонально розподіляти час, завчасно готуватися до випусків і створювати контент, який формує довіру до подкасту як до надійного джерела інформації чи роздумів.

4. Просування і партнерства: як знайти свою аудиторію

Якісний подкаст без просування ризикує залишитися «у шухляді». Щоб про нього дізналися, важливо з самого початку продумати стратегію комунікації з цільовою аудиторією, що може включати такі аспекти:

- регулярне просування через соцмережі та профільні спільноти;
- колаборації з іншими подкастами, медіа або тематичними інфлюєнсерами;

– участь у рейтингах і подкаст-дайджестах.

Просування не повинно зводитися лише до SMM — це цілісний діалог із тими, кому подкаст може бути справді корисним.

5. Орієнтація на аудиторію як необхідність

Успішний подкаст неможливий без глибокого розуміння своїх слухачів. Регулярна взаємодія з аудиторією через соцмережі, коментарі, опитування або заклики до зворотного зв'язку дозволяє краще відчувати її потреби та вдосконалювати контент відповідно. Подкаст, який реагує на інтереси своїх слухачів, створює ефект діалогу, а не монологу. Це формує спільноту навколо проєкту, підвищує рівень залучення і стимулює природне зростання аудиторії через «сарафанне радіо».

Висновки до третього розділу

Реалізація подкасту «ПроКіно» виявилася складним і багатогранним процесом, що поєднав у собі технічні, організаційні та творчі виклики. Однією з основних проблем стало обмежене технічне забезпечення, яке значно впливало на якість звуку та загальне сприйняття продукту. Відсутність професійної апаратури й студійного простору змушувала компенсувати це додатковою роботою під час монтажу, що вповільнювало процес виробництва та вимагало освоєння нових навичок.

Проблеми зі стабільністю інтернет-з'єднання під час записів з гостями й складнощі в залученні експертів підтвердили, що створення подкасту потребує не лише технічної бази, а й розвинених комунікативних та організаційних компетентностей. Брак постійної команди значно ускладнював роботу, адже всі етапи від ідеї до публікації виконувалися однією людиною, що створювало додаткове навантаження і впливало на регулярність виходу епізодів. Важливим викликом стало поєднання глибокого аналітичного змісту з доступністю подачі, що вимагає балансування між експертністю й емоційністю, фактами й особистими інтерпретаціями.

Фінансові обмеження також суттєво стримували розвиток подкасту, зменшуючи можливості для поліпшення технічної бази, розширення команди та просування проєкту. Однак отриманий досвід показав, що навіть в умовах мінімальних ресурсів можливо створити суспільно значущий продукт, який торкається важливих тем через призму українського кіно.

Отже, реалізація подкасту «ПроКіно» стала важливою школою зростання, що вимагає подальшої підтримки, інвестицій та розвитку для досягнення вищих стандартів якості й стабільності.

Із-поміж першочергових рекомендацій для подальшого розвитку варто виокремити такі: поліпшення технічної бази шляхом інвестицій у якісне обладнання; залучення команди або волонтерів для розподілу ролей; пошук партнерств і фінансування, зокрема через грантову підтримку; впровадження ефективнішого планування та регулярного графіка; розвиток формату з балансом між аналітикою й емоційністю; а також активну роботу над розширенням аудиторії через співпрацю з іншими культурними ініціативами. Усе це дозволить подкасту не лише покращити якість контенту, а й зміцнити свою позицію як важливого гравця у сфері культурної журналістики.

ВИСНОВКИ

Реалізація нашого медіапроєкту виявилася цілком успішною. Основною метою було створення подкасту про українське кіно, який би сприяв його популяризації. Ми прагнули досягти цього через осмислення суспільно важливих тем, які порушуються у фільмах, та дослідження їхнього впливу на глядачів, адже, незважаючи на міжнародне визнання окремих українських стрічок, вітчизняне кіно досі поступається голлівудській продукції в уподобаннях українського глядача.

Нам вдалося повністю реалізувати цю мету: подкаст «ПроКіно» розроблено, записано та опубліковано. Однією з ключових особливостей та унікальностей «ПроКіно» є його повна зосередженість винятково на українському кінематографі. На сьогодні більшість відомих подкастів про кіно здебільшого орієнтовані на закордонну продукцію. Натомість наш подкаст є рідкісною платформою, що цілковито присвячена аналізу національного кінопростору, підкреслюючи його значення та актуальність для українського суспільства. Його перші епізоди вже отримали помітний відгук аудиторії, що свідчить про зацікавленість проєктом та його потенціал.

1. Виконання першого завдання — проведення аналітичного дослідження українських фільмів — дало змогу виокремити ключові соціальні, культурні та моральні проблеми, які порушує сучасний український кінематограф. Зокрема, йдеться про питання родинних цінностей, самоідентичності, релігії, корупції, еміграції, війни й морального вибору. Це доводить, що попри невисоку популярність українських фільмів серед масової аудиторії на тлі домінування голлівудського продукту саме українське кіно нині часто є важливою формою рефлексії над кризами нашої культури, пам'яті, ідентичності та ціннісної системи. Оскільки фільми та серіали є важливими інструментами масової культури, які формують картину світу, знання та осмислення національного кінематографа є необхідними для формування національної свідомості.

2. Подкаст «ПроКіно» було виконано в жанрі інтерв'ю. Кожен випуск присвячений конкретному фільму чи серіалу та проблематиці, яку він порушує. При цьому важливо, що ми не обмежилися класичним форматом запитання-відповідь. Навпаки — подкаст тяжіє до справжньої бесіди, де ведуча не лише ставить запитання, а й рефлексує, ділиться власними враженнями та контекстами, створюючи відчуття щирої розмови, а не «формату».

За тривалістю медіапроект «ПроКіно» належить до середньотривалих, оскільки передбачає регулярний випуск епізодів упродовж визначеного періоду, що дає змогу систематично розкривати ключові теми та підтримувати інтерес аудиторії. За повторюваністю він є багаторазовим, адже має серійний характер із постійним наповненням новими випусками. За локалізацією — всеукраїнським, орієнтованим на широку аудиторію незалежно від регіону, сприяючи популяризації українського кіно й культурному діалогу в масштабах усієї країни. Основною цільовою аудиторією є молоді люди віком 17–25 років, які цікавляться культурою, суспільними процесами та глибшим розумінням змісту українських фільмів та серіалів, — це студенти, культурні аналітики, кіномани та всі, хто шукає усвідомлене споживання медіа.

3. Станом на 11 червня опубліковано трейлер і два основні епізоди: перший присвячений фільму «Памфір». У ньому бере участь актор Олександр Яцентюк, який зіграв головну роль. Другий аналізує суспільний контекст сучасного кіно разом із кінолюбителем і подкастером Давидом Клименком. До участі в подкасті залучено експертів, які мають дотичність до кінематографа, культури або суспільних наук. Ключовими критеріями добору гостей стали такі:

- професійна або особиста участь у створенні фільму (актор, режисер, сценарист);
- фахове розуміння теми (кінокритики, культурологи, соціологи);
- здатність доступно говорити з молодіжною аудиторією.

У кожному випуску передбачено план «Б»: «запасні» експерти були підготовлені на випадок, якщо основні учасники не зможуть взяти участь. Це дозволяло зберегти гнучкість і стабільність виробничого процесу.

4. Організація виробництва подкасту тривала протягом десяти місяців і складалася з чотирьох етапів: планування та розробка концепції, підготовка до реалізації, безпосереднє виробництво й аналіз ефективності. Запис та монтаж епізодів відбувалися в умовах обмеженого доступу до професійної техніки, без студійного приміщення, але попри технічні труднощі вдалося досягти якісного звуку, подолати виклики, пов'язані з редагуванням та обробкою, і сформувати цілісний звуковий продукт. Практика засвідчила, що ефективний тайм-менеджмент є критично важливим на цьому етапі, тому наступного разу доцільно планувати триваліший виробничий період із чіткішим поділом обов'язків.

Цікавою виявилася й аналітика слухацької аудиторії: згідно зі статистикою Spotify, більшість слухачів на сьогодні — чоловіки. Це може бути пов'язано з тематикою перших епізодів, зокрема з фільмом «Памфір», де порушуються питання, близькі саме чоловічій аудиторії: батьківства, боротьби, морального вибору. Окрім того, чоловіки, особливо в умовах війни, можуть сприймати українське кіно як інструмент самоусвідомлення, пошуку сили та відповідей на глибинні запити. У будь-якому разі це ще один напрям для подальших спостережень та адаптації контенту.

5. Завдання популяризувати українське кіно також виконано. Уже в перший день публікації трейлер отримав понад 60 прослуховувань, а станом на 11 червня загальна кількість прослуховувань (епізоди та трейлер) становить 484. Аналітика Spotify свідчить, що основна аудиторія — слухачі з України віком 18–27 років, що збігається із задумом залучити молоду аудиторію до глибшого розуміння національного кінематографа. Важливо, що цього вдалося досягти без платної реклами, лише завдяки актуальності тем, якісному контенту та мінімальному поширенню в Instagram. Це доводить наявність суспільного запиту на подібні ініціативи.

У процесі роботи над подкастом ми виявили низку проблем та викликів, характерних для розвитку українського кіно та медіапростору загалом. Зокрема, це наслідки тривалої культурної залежності від російського кінематографа, що вплинуло на уподобання аудиторії та обмежувало розвиток власної індустрії. Додатковою проблемою є вплив повномасштабної війни, яка створює величезні виклики для виробництва та дистрибуції кіно, а також накладає відбиток на суспільні теми, які потребують осмислення. Ці обставини підкреслюють важливість таких ініціатив, як «ПроКіно», які сприяють підтримці та популяризації національного продукту в складних умовах.

Водночас основними труднощами стали відсутність професійної техніки та акустичних умов; самотійне виконання всіх ролей — від автора до звукорежисера; складнощі в організації записів із гостями та комунікації з експертами; технічні збої під час онлайн-інтерв'ю; брак часу на фоні навчання й роботи; пошук балансу між глибиною тем і доступною подачею; складність просування без бюджету й упізнаваності; обмежена популярність теми українського кіно серед широкої аудиторії.

Попри всі труднощі, подкаст «ПроКіно» засвідчив потенціал незалежних культурних ініціатив. Проект не лише дав практичний досвід реалізації повного циклу подкасту — від ідеї до публікації, — а й окреслив перспективи подальшого розвитку формату, в якому суспільно важливі теми стають ближчими, зрозумілішими й цікавішими для молодшої аудиторії.

У підсумку, медіапроект «ПроКіно» не лише реалізував усі поставлені цілі, а й відкрив перспективи для подальшого розвитку: розширення тем, залучення нових експертів, кооперації з іншими культурними ініціативами. Подкаст доводить, що українське кіно є цінним як інструмент осмислення реальності, формування національної самосвідомості та розвитку критичного мислення. На відміну від багатьох подкастів про кіно, які зосереджуються переважно на західному або комерційному контенті, «ПроКіно» є одним із небагатьох, що цілеспрямовано й послідовно працює виключно з українським кінопродуктом, формуючи самобутній культурний дискурс. «ПроКіно» не лише успішно

стартував, а й заклав міцний фундамент для подальшого зростання, відкриваючи нові горизонти для дослідження та популяризації вітчизняного кіномистецтва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Апрошотам?: подкаст. *Radio SKOVORODA*. URL: <https://pod.link/1528234763>.
2. Барбі (фільм). Wikipedia. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B1%D1%96_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B1%D1%96_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC)).
3. Блага Н. Управління проектами : навч. посіб. Львів: Львів. держ. ун-т внутр. справ, 2021. 152 с.
4. Болотаєва А. Масове кіно: серіали як медіакомунікації. *Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства, IX всеукраїнська наукова конференція*, м. Суми, 15–16 квітня 2021 р. С. 194–197. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/84593/1/Bolotaieva_masova_kultura.pdf.
5. Відблиск (фільм). Wikipedia. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%81%D0%BA_\(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D1%81%D0%BA_(%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC)).
6. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. Вип. 1 (38). URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/88003/1/Havryliuk_Obraz_1_2022.pdf.
7. Горlach П. Найкасовіші українські фільми 2024 року: дистриб'ютор прокоментував успіх «Мавки» й «Довбуша» та чи можна це повторити. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/919515-najkasovisi-ukrainski-filmi-2024-roku-distributor-prokomentuvav-uspih-mavki-ta-dovbusa-ta-ci-mozna-ce-povtoriti/>.
8. Горlach П. Найкращим фільмом Міжнародного кінофестивалю в Аппасі стала стрічка Жанни Озірної «Медовий місяць». *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/882543-najkrasim-filmom-miznarodnogo-kinofestivalu-v-arrasi-stala-stricka-zanni-ozirnoi-medovij-misac/>.

9. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. № 14. С. 149–154. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2015_14_21.
10. Дні науки: XXX науково викладацько-студентська конференція Національного університету «Острозька академія» (12–16 травня 2025 року, м. Острог). Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2025. С. 43.
11. Желізна В. Як минув 2024 рік для українських подкастів. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/920165-ak-minuv-2024-rik-dla-ukrainskih-podkastiv/>.
12. Зінченко М. Головну премію від Tokyo Horror Film Festival отримав український фільм жахів «Морена». *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/230673/2024-08-09-golovnu-premiyu-vid-tokyo-horror-film-festival-otrymav-ukrainsky-film-zhakhiv-morena/>.
13. Кацімон О. Українська історична драма «БожеВільні» отримала головну нагороду на міжнародному фестивалі «ОКО» в Болгарії. *Детектор медіа*. URL: <https://detector.media/infospace/article/234841/2024-11-17-ukrainska-istorychna-drama-bozhevilni-otrymala-golovnu-nagorodu-na-mizhnarodnomu-festyvali-oko-v-bolgarii/>.
14. Кінотижневик Vertigo: подкаст. *Vertigo*. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/230-shchotyzhnevyyk-vertigo.html>.
15. Кравченко О. Мультфільм «Мавка. Лісова пісня» обігнав другу частину «Аватара» в українському прокаті. *LB.ua*. URL: https://lb.ua/culture/2023/07/11/564788_multifilm_mavka_lisova_pisnya.html.
16. Кругленко О. Фінансування українського кінематографу буде скорочено у наступному році на 70%. *Дзеркало тижня*. URL: <https://zn.ua/ukr/CULTURE/finansuvannja-ukrajinskoho-kinematohrafu-bude-skorocheno-u-nastupnomu-rotsi-na-70.html>.
17. Крупенко К. Український фільм «Терикони» номінували на премію Berlinale Documentary Award. *Суспільне Культура*. URL:

<https://suspilne.media/culture/201574-ukrainskij-film-terikoni-nominuvali-na-premiu-berlinale-documentary-award/>.

18. Литвинов В. Що українського ми дивилися найбільше на Netflix за останні три роки. *Тексту.org.ua* URL: https://texty.org.ua/articles/114123/sho-ukrayinskoho-my-dyvylys-najbilshe-na-netflix-za-ostanni-3-roky/?utm_source=substack&utm_medium=email.
19. Луценко Є. Історична перемога: «20 днів у Маріуполі» отримали «Оскар» за найкращий документальний фільм. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/702656-20-dniv-u-mariupoli-otrimav-oskar-za-najkrasij-dokumentalnij-film/>.
20. Любченко Ю. Ринок подкастів в Україні: основні тенденції. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив: матеріали II всеукраїнської науково-практичної конференції*. 31 травня 2021 р. С. 46–50. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi65/0048128.pdf#page=46>.
21. Масенко В. Третина українців регулярно дивиться вітчизняні фільми – опитування Gradus Research. *Village*. URL: <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/338241-tretina-ukrayintsiv-regulyarno-divitsya-vitchiznyani-filmi-opituvannya-gradus-research>.
22. Методика планування, реалізації та документування кваліфікаційних медійних проєктів: методичні рекомендації для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спеціальністю 061 «Журналістика» / уклад. Р.Т. Шулик, З.В. Годунок, О.В. Шершньова, В.Д. Бондар. Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія», 2023. 29 с.
23. Ньюзум Е. Гучніше! Як створювати круті подкасти. *Vivat*. 2022. 336 с.
24. Перебаєва М. Як записати свій перший подкаст. *Skvot Mag*. URL: <https://skvot.io/uk/blog/kak-zapisat-svoy-pervyy-podkast>.
25. Почепцов Г. Від facebookу і гламуру до WikiLeaks: медіакommунікації. Київ: Спадщина, 2012. 462 с.

26. Романенко О. Як готувати свій медіапроект: інгредієнти й технологія. Кейс LIGA.Life. *The Lede*. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/07/10/1868/>.
27. Свистуха Д. Радіо, подкасти, відео. Що й де слухають і дивляться українці — дані Kantar Ukraine. *Медіамейкер*. URL: <https://mediamaker.me/radio-podkasty-video-shho-j-de-sluhayut-i-dyvlyatsya-ukrayinczi-dani-kantar-ukraine-12661/>.
28. Сергієнко А. Ринок подкастингу в Україні та світі. *Speka.media*. URL: <https://speka.media/rinok-podkastingu-v-ukrayini-ta-sviti-v450re>.
29. Скажені пси: подкаст. *Радіо НВ*. URL: <https://podcasts.apple.com/gb/podcast/%D1%81%D0%BA%D0%B0%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D1%96-%D0%BF%D1%81%D0%B8/id1500885508>.
30. Створена за підтримки Держкіно стрічка Крістіни Тинькевич «Як там Катя?» отримала дві нагороди 75-го Міжнародного кінофестивалю у Локарно. *Державне агентство України з питань кіно*. URL: <https://usfa.gov.ua/press-center/stvorena-za-pidtrymky-derzhkino-strichka-yak-tam-katya-otrymala-dvi-nagorody-75-u-mizhnarodnomu-i12243>.
31. Татова касета: подкаст. *Зупинись! Знято!* URL: <https://pod.link/1635954927>.
32. Тестова Д., Мельнікова Ю. Типологія подкастів в сучасному медіапросторі. *VI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція*, м. Зопоріжжя, 20–21 квітня 2023 р. С. 352–353. URL: <https://bdpu.org.ua/wp-content/uploads/2023/05/Testova-Daryna-Volodymyrivna-Melnikova-YUliia-Oleksandrivna.pdf>.
33. Тік-так: 15 найефективніших технік тайм-менеджменту. *Школа цифрових навичок «Пара»*. URL: <https://para.school/blog/management/15-tehnik-tajm-menedzhmenta>.
34. Фільм «Бачення метелика». *Київстар ТБ*. URL: <https://tv.kyivstar.ua/ua/movie/66d717835bd49f1114f07211-2023-bachennya-metelika>.

35. Фільм «Кіборги». *Київстар* ТБ. URL: <https://tv.kyivstar.ua/ua/movie/6304c485d8b4acc222f0fb63-2017-kiborgi>.
36. Фільм «Памфір». *Київстар* ТБ. URL: <https://tv.kyivstar.ua/ua/movie/64b9257ae4b071015a7a99ee-2023-pamfir>.
37. Фільм «Стоп-Земля». *Київстар* ТБ. URL: <https://tv.kyivstar.ua/ua/movie/625ecd9d3bf4d6877ed4b294-2021-stop-zemlya>
38. Фільм «Щедрик» зібрав у кінопрокаті 8,7 млн грн. *Інститут масової інформації*. URL: <https://imi.org.ua/news/film-shhedryk-zibrav-u-kinoprokati-8-7-mln-grn-i50550>.
39. Царик Г. Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. *Південний архів. Серія «Філологічні науки»*. 2023. Вип. XCV. URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/864/847>.
40. Шилан В. ПроКіно. *Spotify*. URL: <https://open.spotify.com/show/7yDrv0h7GxPA27OnPX7awl?si=vWttCZ-yR3GjRkocVllskA>.
41. Шилова А. Я втік у майбутнє, мені там комфортніше: Валентин Васянович про «Відблиск» та новий фільм-комедію. *Суспільне Культура*. URL: <https://suspilne.media/culture/738351-a-vtik-u-majbutne-meni-tam-komfortnise-valentin-vasanovic-pro-vidblisk-ta-novij-film-komediui/>.
42. Як збільшити аудиторію подкастів. *Spotify for Creators*. URL: https://creators.spotify.com/resources/grow/grow-audience?utm_source=chatgpt.com.
43. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. *Routledge Companion to Radio and Podcast Studies* / M. Lindgren and J. Loviglio. London: Routledge. 2022. P. 19–29.
44. Hammersley B. Audible revolution. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>.
45. Meinzer K. So You Want to Start a Podcast. HarperCollins Publishers. 2019. 224 p.
46. Podcast Index. URL: <https://podcastindex.org/stats>.

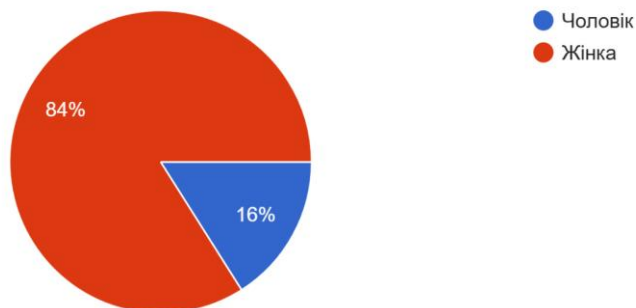
47. Spinelli M., Dann L., Podcasting: The Audio Media Revolution. New York: Bloomsbury Publishing USA. 2019.
48. 7 класних подкастів про все на світі. *Vogue*. URL: <https://vogue.ua/article/culture/lifestyle/10-klassnyh-podkastov-obo-vsem-na-svete-40085.html>.
49. 10 простих порад як самому написати диплом. <https://diplom.com.ua/uk/kak-napisat-diplom/>.
50. «20 днів у Маріуполі». Фільм про звірства Росії отримав нагороду на легендарному Sundance. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-64437497>.
51. 35 останніх статистичних подкастів за 2024 рік: користувачі, факти та багато іншого. *BlogPasCher*. URL: <https://uk.blogpascher.com/ressources/statistiques-sur-les-podcasts>.

ДОДАТКИ

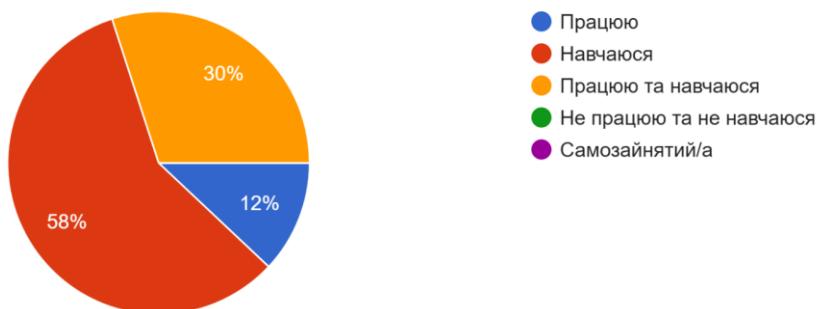
Додаток А

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ

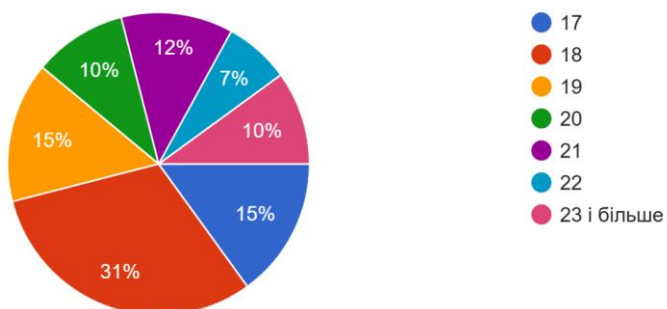
Ваша стать
100 відповідей



Ваша зайнятість
100 відповідей

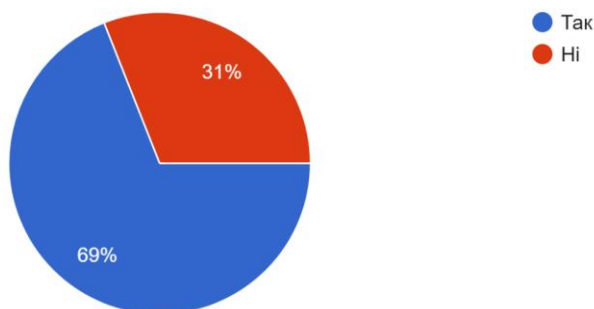


Ваш вік
100 відповідей



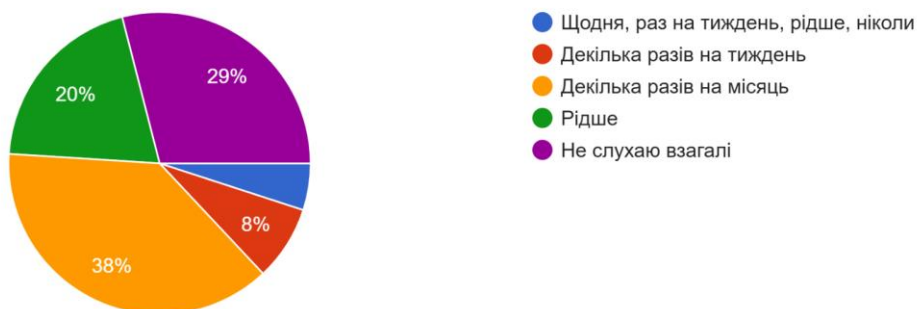
Чи слухаєте Ви подкасти?

100 відповідей



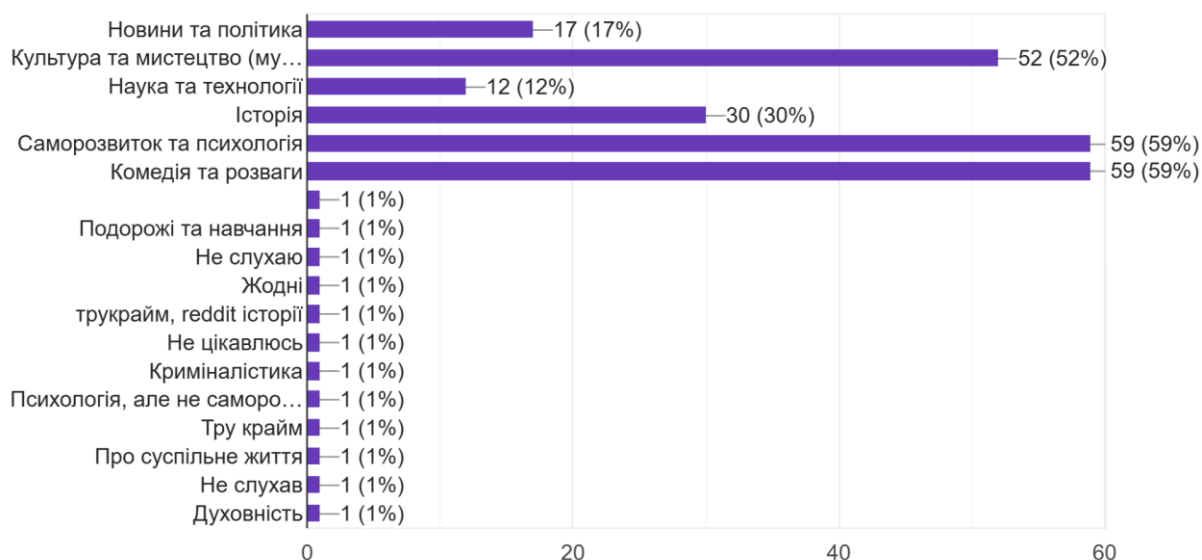
Якщо так, то як часто Ви слухаєте подкасти?

100 відповідей



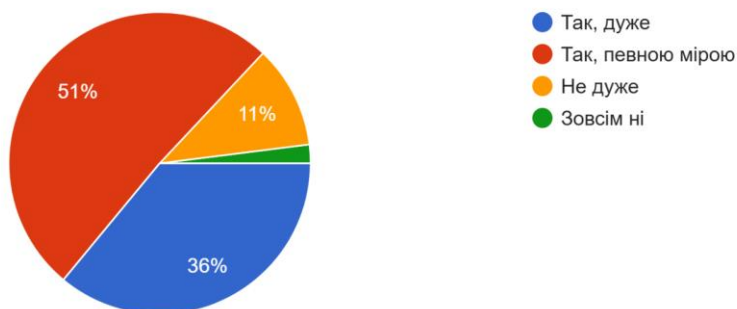
Які теми подкастів вас цікавлять найбільше? (Можна обрати декілька варіантів)

100 відповідей



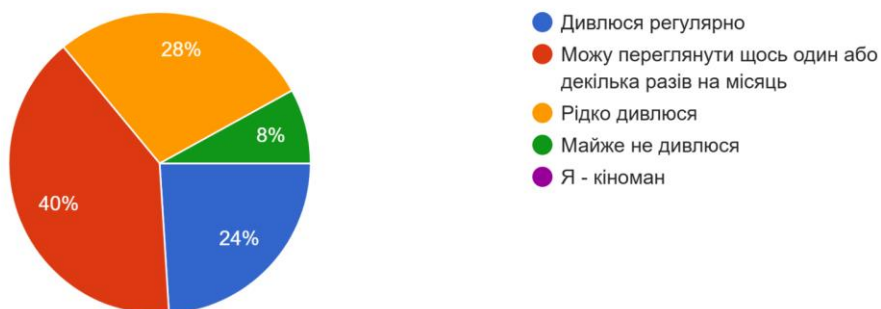
Чи цікавитеся Ви українським кіно?

100 відповідей



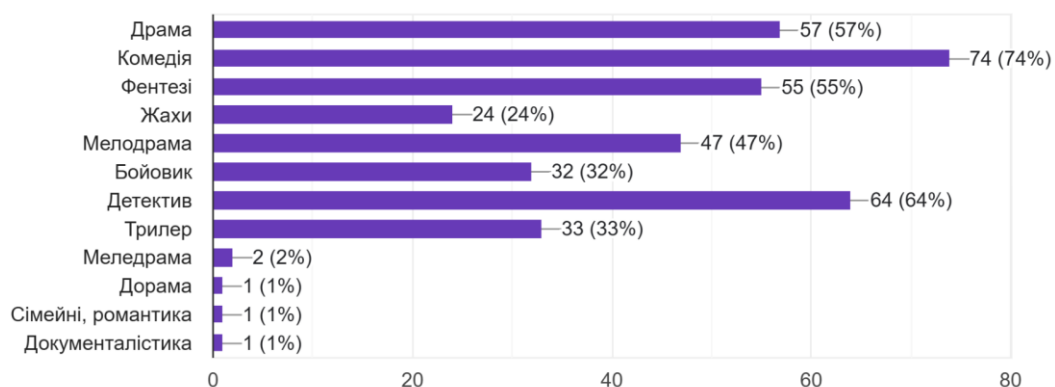
Як часто Ви переглядаєте українські фільми та серіали?

100 відповідей



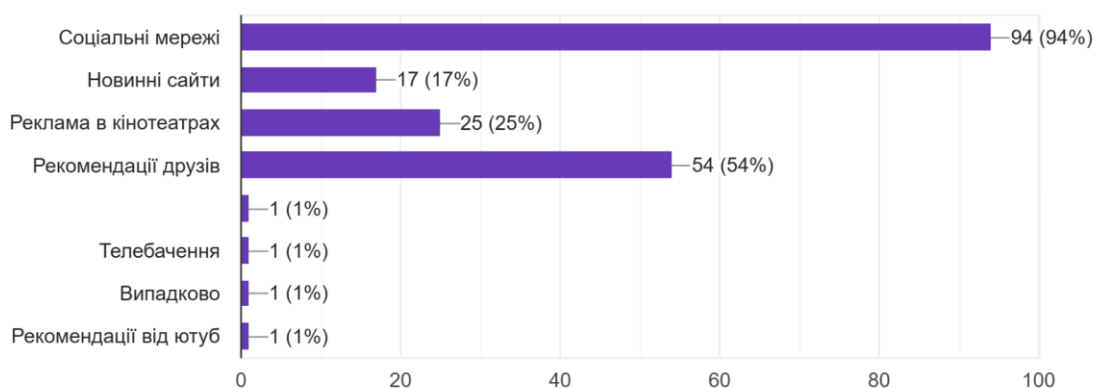
Яким жанрам кіно Ви надаєте перевагу?

100 відповідей



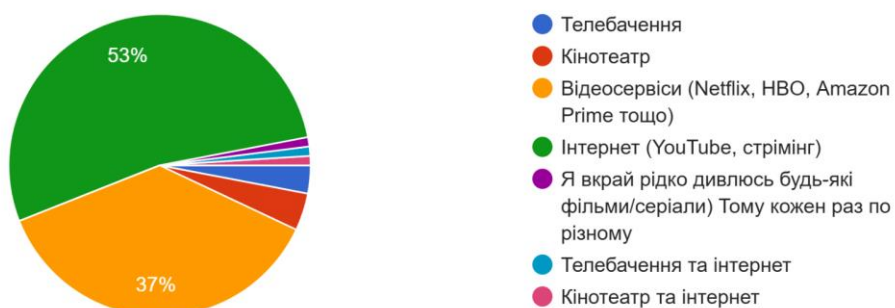
Як ви зазвичай отримуєте інформацію про українські фільми?

100 відповідей



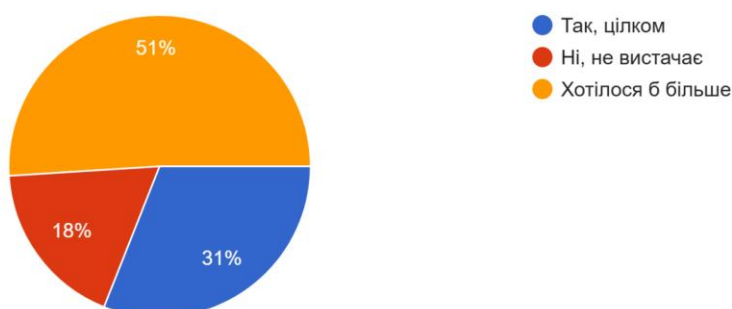
У якому форматі Ви переглядаєте фільми та серіали?

100 відповідей



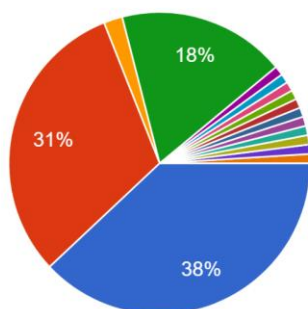
Чи вистачає Вам контенту про українське кіно у соціальних мережах?

100 відповідей



Якому кіно Ви надаєте перевагу?

100 відповідей

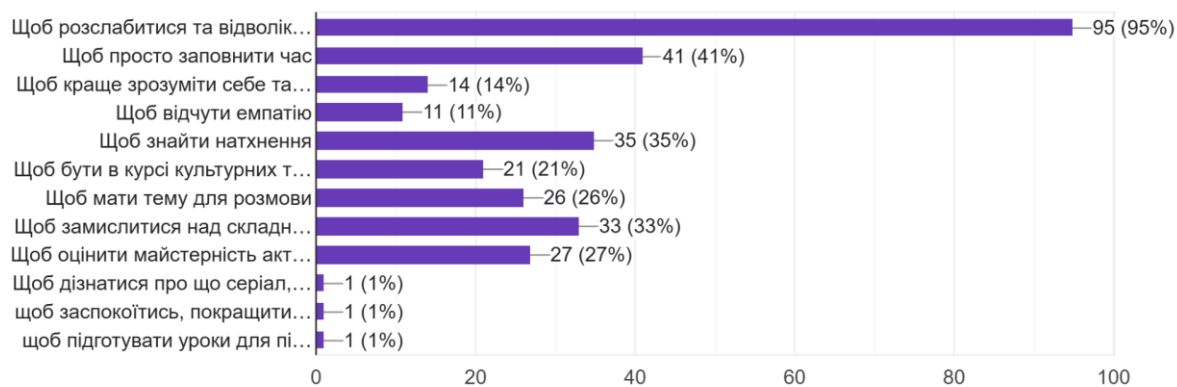


- Американському
- Українському
- Турецькому
- Інших закордонних країн
- Подобаються всі
- Для мене країна немає значення, ал...
- Усім, крім російського
- Не дивлюся на виробника, лише сю...

▲ 1/2 ▼

З якою метою ви переглядаєте фільми та серіали?

100 відповідей



Останній український фільм або серіал, який ви подивилися

100 відповідей

Парочка слідчих

Ключі від правди

Щедрик

Конотопська відьма

«Щедрик»

«Довбуш»

Уроки толерантності

Юрик

і будуть люди

Який український фільм чи серіал Вам найбільше подобається?

100 відповідей

Ключі від правди

БожеВільні

Конотопська відьма

«Памфір»

спіймати кайдаша серіал

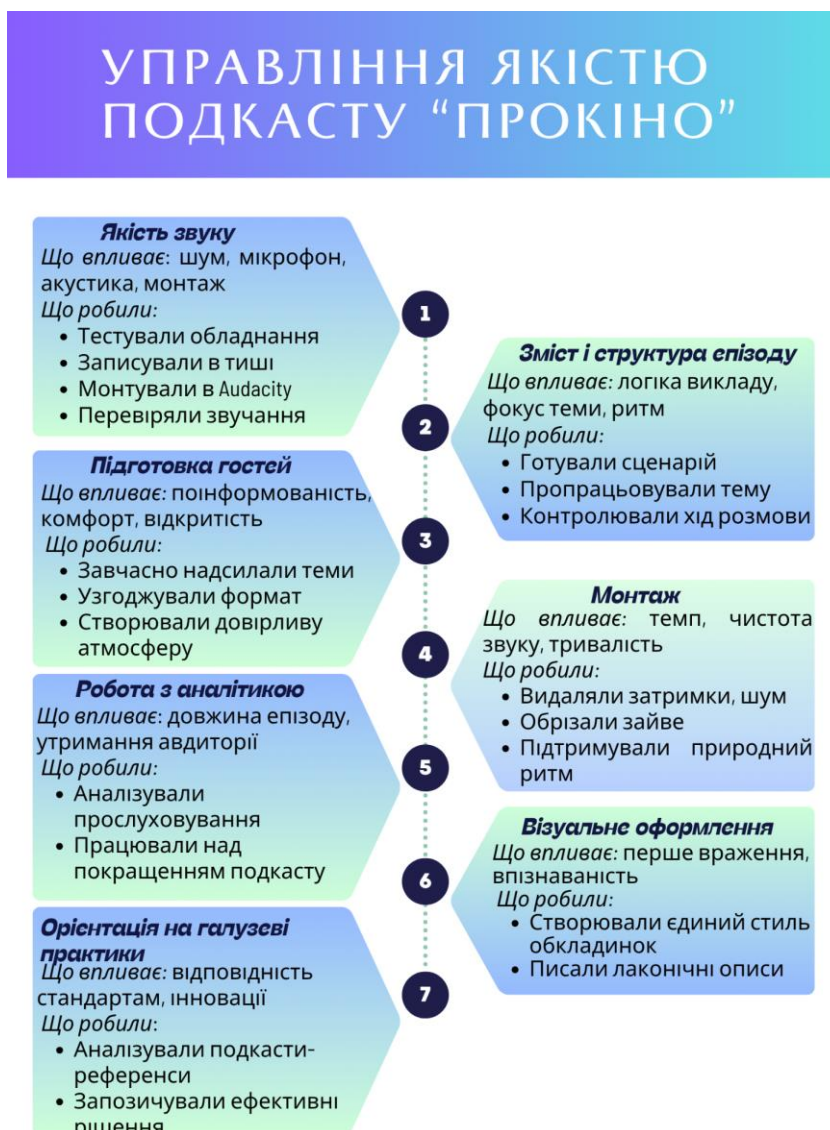
Кайдашева сім'я

Будиночок на щастя

Драма

Перші ластівки, будиночок на щастя

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОДКАСТУ «ПРОКІНО»



СТРУКТУРА РЕСУРСІВ ПРОЄКТУ (RBS)



ПОДКАСТ «ПРОКІНО»

