

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 12 травня 2026 р.)
В.о завідувача кафедри _____ Роман ШУЛИК

Кваліфікаційна робота у формі медіапроекту
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
на тему: «Особливості планування, створення та популяризації подкасту про
лайфгаки для самостійного вивчення іноземних мов»

Виконала студентка 4 курсу, групи Ж-41
Спеціальності 061 «Журналістика»
Попчук Олександра Олександрівна

Керівник – кандидат філологічних наук, доцент
кафедри журналістики та PR-менеджменту
ШУЛИК Роман Тарасович
Рецензент – доцент, кандидат
психологічних наук
КОСТЮЧЕНКО Олексій Миколайович

Острог, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ	10
1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту	10
1.2. Проблематика медіапроєкту в джерелах та літературі	13
1.3. Формати та практичні кейси з вирішення окремих аспектів проблематики медіапроєкту	16
1.4. Обґрунтування вибору формату медіапроєкту	20
1.5. Класифікації медіапроєкту	22
Висновки до 1 розділу	26
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ	28
2.1 Управління змістом медіапроєкту	28
2.2 Управління часом у медіапроєкті	35
2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту	37
2.4 Управління вартістю медіапроєкту	38
2.5 Управління якістю медіапроєкту	40
2.6 Управління ризиками медіапроєкту	42
2.7 Управління командою медіапроєкту	44
2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту	45
2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту	46
Висновки до 2 розділу	48
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ	50
3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту	50
3.2 Особливості реалізації медіапроєкту	52
3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту	56
Висновки до 3 розділу	59
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	64
ДОДАТКИ	70

ВСТУП

В умовах глобалізації та стрімкого розвитку цифрових технологій володіння іноземними мовами перестало бути лише однією із переваг у резюме, а перетворилося у базову необхідність для професійної реалізації, подорожей та доступу до світової інформації. Особливо гостро це питання постає для українського суспільства в контексті євроінтеграційних процесів і необхідності культурної та економічної взаємодії з міжнародною спільнотою. Проте, традиційні методи вивчення мов (курси, репетитори, університетські програми) часто виявляються недоступними через брак часу, фінансів або інші обмеження.

Це власне пояснює актуальність переходу до самостійних форм навчання (англ. self-learning). Проте, самостійне вивчення іноземних мов стикається з низкою перешкод, а саме: відсутність системи, втрата мотивації, інформаційний шум та нерозуміння того, як саме потрібно вчитися і з чого починати. Світова статистика онлайн-освіти (МООС) свідчить про високий рівень відмов від навчання (dropout rate сягає 90%). За даними дослідників МІТ Джастіна Райха та Хосе Руїперез-Валієнте, опублікованими в журналі Science, середній показник завершення відкритих онлайн-курсів залишається критично низьким – від 3% до 6% протягом останніх років [45]. Це підтверджує потребу в якісному медіаконтенті, який би виконував не лише освітню, а також менторську та мотиваційну функції.

Сучасний медіаринок переживає так званий ренесанс «авдіо». Подкастинг як формат демонструє стабільне зростання аудиторії. За даними дослідження Megogo Audio (2023), категорія «Освіта» вже займає близько 22,5% ринку українських подкастів, поступаючись лише культурі та історії [42]. Це показує високий запит аудиторії на навчальний контент, який можна споживати під час виконання рутинних справ (транспорт, спорт, побут).

Попри наявність великої кількості ресурсів для вивчення самих мов (граматика, лексика), а також «вибух» україномовного контенту після 2022

року як відповідь на відмову від російського інфопростору [8], спостерігається брак структурованого та систематичного контенту, присвяченого саме методології навчання – так званим «лайфгакам» (life hacks). Лайфгаки – це стратегії, інструменти та прийоми, які дозволяють оптимізувати процес навчання, зробити його швидшим, легшим та ефективнішим.

Створення подкасту про лайфгаки для самостійного вивчення іноземних мов є відповіддю на запит щодо доступної, мобільної та ефективної освіти. Дослідження особливостей планування, створення та просування такого продукту є необхідним для розуміння того, як перетворити розрізнені методичні поради на цілісний, привабливий медіапродукт, який здатний утримати увагу аудиторії та принести реальну практичну користь. Робота над цією темою дозволить розробити алгоритми створення успішного нішевого ед'ютейнмент-проєкту (edutainment), що поєднує навчання та розвагу.

Для детального аналізу **проблеми, яка вирішується в медіапроєкті**, було використано метод «Дерево проблем», який дозволяє виокремити кореневі причини, основну проблему та її наслідки [3].

Стовбур (центральна проблема): Низька ефективність самостійного вивчення іноземних мов серед мотивованої аудиторії та високий відсоток відмов від навчання через відсутність системного підходу та навичок самоорганізації.

Коріння (причини проблеми):

- Методологічна неграмотність: більшість людей намагаються вчити мови за шкільними застарілими методами (зубріння слів, переклад текстів), не знаючи про сучасні ефективні техніки (інтервальне повторення, мнемотехніка, метод «занурення»).
- Інформаційне перевантаження: в інтернеті існує велика кількість ресурсів, додатків та підручників. Користувач губиться у виборі та витрачає більшість часу на пошук інструментів, а не на саме навчання.

- Психологічні бар'єри: страх помилки, мовний бар'єр, переконання про «відсутність таланту / схильності до мов», які не опрацьовуються без підтримки викладача.

- Дефіцит часу: сучасний темп життя не завжди дозволяє виділяти 1-2 години поспіль на заняття, а мікронавчання користувачі не вміють планувати.

- Брак україномовного експертного контенту про методику: більшість якісних порад щодо стратегії вивчення доступні англійською, що створює парадокс (щоб дізнатися, як вивчити мову, треба вже знати мову).

Гілки (Наслідки проблеми):

- Втрата ресурсів: марна трата часу та грошей на неефективні курси або додатки, які не дають результату.

- Зниження самооцінки: формування комплексу меншовартості через невдалі спроби опанувати мову, демотивація.

- Втрачені можливості: неможливість кар'єрного зростання, відмова від закордонних стажувань або подорожей через незнання мови.

- Стагнація ринку: зменшення попиту на якісні освітні продукти через розчарування аудиторії в самій ідеї вивчити мову самостійно.

Отже, медіапроект покликаний вплинути на «Коріння» (причини), надаючи інструменти та методику, щоб усунути «Стовбур» (неефективність) і запобігти «Гілкам» (негативним наслідкам).

Обґрунтування вибору формату медіапроекту:

Вибір формату подкасту ґрунтується на аналізі «Дерева проблем» та потребах цільової аудиторії та є найбільш релевантним рішенням з наступних причин.

Подкаст – це єдиний формат контенту, який дозволяє паралельне споживання (під час поїздки на роботу, прогулянки, прибирання). Це прямо адресує одну з кореневих причин проблеми – брак вільного часу для виділеного навчання.

Авдіоформат створює інтимну атмосферу довіри. Голос ведучого та гостей (поліглотів, викладачів) сприймається як порада друга, що допомагає знизити рівень стресу та подолати психологічні бар'єри краще, ніж сухий текст статті.

Формат епізодичності дозволяє дозувати інформацію. Кожен випуск присвячений конкретному лайфгаку чи проблемі, що допомагає слухачеві систематизувати знання та уникнути інформаційного перевантаження.

Для теми вивчення лайфhakів (методик) візуальний ряд часто є зайвим. Авдіо дозволяє зосередитися на суті методу, не відволікаючись на візуальні подразники, що сприяє кращому засвоєнню концептуальної інформації.

Порівняно з відеопродакшном, подкаст потребує менших ресурсів, що дозволяє зосередитися на якості експертного наповнення та регулярності виходів.

Мета медіапроекту: Розробити та реалізувати концепцію аудіоподкасту, який систематизує та популяризує практичні лайфгаки для вивчення іноземних мов, щоб вирішити проблеми низької ефективності самостійного навчання.

Для реалізації мети поставлено наступні завдання:

- Провести аналітичне дослідження психологічних та методичних бар'єрів аудиторії (страх говоріння, синдром «серійного початківця», «ефект плато» тощо), щоб виокремити ключові проблеми самостійного вивчення іноземних мов.
- Розробити концепцію ед'ютейнмент-подкасту та літературні сценарії шести епізодів, де кожен випуск буде послідовно розкривати конкретний етап організації навчання (від постановки SMART-цілей до інтеграції мови в побут) та базуватися на принципах мікронавчання.
- Прокласифікувати сучасні цифрові інструменти й методики (додатки, штучний інтелект, лексичний підхід, Shadowing) та залучити експертку для створення оптимального «стартового пакета» й пояснення цих технік широкій аудиторії.

- Організувати процес виробництва подкасту: забезпечити технічний запис діалогів, чистовий авдіомонтаж, саунд-дизайн, а також розробку візуальної айдентики (обкладинок) для епізодів.
- Популяризувати самостійне вивчення іноземних мов та поширити створений подкаст на платформах Spotify і Medium, залучаючи нових слухачів до освітнього контенту.

Об'єкт дослідження: Подкаст про лайфхаки для самостійного вивчення іноземних мов.

Предмет дослідження: Методи та стратегії, що використовують для створення та просування освітніх подкастів.

Методологічна база дослідження: При написанні кваліфікаційної роботи та розробці медіапроєкту було використано комплекс загальнонаукових методів дослідження, серед яких: аналіз, синтез, аналогія, абстрагування, класифікація, узагальнення та порівняння.

Метод **аналізу** дозволив детально вивчити типові проблеми цільової аудиторії при самостійному вивченні мов (страх говоріння, «ефект плато», невміння ставити цілі) та розкласти процес навчання на окремі етапи. За допомогою **синтезу** було поєднано психологічні прийоми (техніка «5 чому», робота з мотивацією) та технічні інструменти (мобільні додатки, AI) у цілісну систему автономної освіти.

Метод **порівняння** застосовувався для зіставлення неефективних традиційних підходів (зубріння списків слів, фонове прослуховування) із сучасними методиками (контекстне вивчення, активне слухання «сендвічем»).

Завдяки методу **класифікації** було впорядковано цифрові інструменти навчання, розподіливши їх на категорії за функціоналом: для формування звички (Duolingo), для тренування пам'яті (Anki) та для занурення в контекст (соцмережі).

Метод **аналогії** став ключовим прийомом у написанні сценаріїв для пояснення складних когнітивних процесів простою мовою (порівняння

вивчення слів із будівництвом будинку, мозку – з таксистом, а навчання – зі спортзалом).

Абстрагування дозволило відійти від конкретних ситуацій (наприклад, забуте слово «парасоля») до розуміння загальних понять пасивного словникового запасу.

Узагальнення теоретичного матеріалу використано для формування чітких підсумкових порад та алгоритмів дій у фіналі кожного епізоду.

Також застосовано **прикладні методи розробки аудіопроєкту**: сценарне планування (розробка діалогів та рольових моделей «скептична ведуча – фаховий експерт»), методику мікронавчання (розбивка контенту на 10-хвилинні слоти) та прийоми *edutainment* для утримання уваги слухача.

Наукова та практична значущість роботи: Напрацювання в межах нашого проєкту можна використовувати під час читання курсів «Медіафах: авдіальний контент», «Медіапроєкти», «Медіатехнології» тощо, на таких спеціальностях, як журналістика, філологія, педагогіка, психологія, менеджмент освітньої діяльності тощо. Також дослідження може бути корисним для лінгвістів, педагогів та дослідників медіа, які вивчають феномен *edutainment* (навчання через розвагу) та трансформацію освітніх процесів у цифрову епоху. Воно допоможе простежити, як авдіальний контент сприяє засвоєнню нових навичок, формуванню звичок самоосвіти та подоланню психологічних бар'єрів у навчанні.

Практична значущість роботи: Медіапроєкт сприяє популяризації культури автономного навчання (*lifelong learning*) та підвищенню рівня володіння іноземними мовами серед українців. У перспективі подкаст може стати частиною курсів мовних шкіл або використовуватися як супровідний матеріал для самостійної роботи студентів. Наш медіапроєкт допоможе слухачам оволодіти конкретними інструментами самоосвіти: від планування цілей за системою SMART та використання методів інтервальних повторень до психологічних технік подолання мовного бар'єру. Також проєкт покаже, як ефективно інтегрувати сучасні цифрові технології (мобільні додатки, штучний

інтелект тощо) у повсякденне життя для створення мовного середовища. Завдяки порадам експертки слухачі зможуть оптимізувати свій навчальний процес, відмовитися від неефективного зубріння та почати практикувати мову в реальному житті. Для подкастерів наш медіапроект може стати корисним інструментом для розробки освітнього контенту, який поєднує інформативність із легкістю подачі (формат мікронавчання). Дослідження допомагає зрозуміти, як утримувати увагу аудиторії через короткі формати, як будувати драматургію діалогу між експертом та аматором, а також як перетворювати складну методичну інформацію на доступні лайфгаки. Для представників освітньої галузі та розробників мовних додатків цей проєкт стане джерелом інформації про реальні потреби та проблеми користувачів. Подкаст дозволяє зрозуміти, з якими труднощами найчастіше стикаються люди при самотійному навчанні (страх помилки, втрата мотивації, «ефект плато»), і врахувати ці аспекти при розробці нових навчальних програм чи оновленні цифрових продуктів. Отож, кваліфікаційна робота «Особливості планування, створення та популяризації подкасту про лайфгаки для самотійного вивчення іноземних мов» не лише досліджує механізми створення аудіоконтенту, а й розкриває його потенціал як ефективного інструменту для мотивації та організації самотійної освіти.

Структура роботи: Кваліфікаційний проєкт складається з практичної та описової частин. Практична частина складається з шести епізодів та одного трейлеру. Описова частина складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та літератури, додатків.

Апробація: Результати кваліфікаційного проєкту було апробовано під час XXXI наукової викладацько-студентської конференції «Дні науки» в Національному університеті «Острозька академія» (Острог, 13 травня 2026) із виступом на тему «Особливості планування, створення та просування подкасту про лайфгаки для самотійного вивчення іноземних мов» [7].

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИБОРУ ІДЕЇ ТА ФОРМАТУ МЕДІАПРОЄКТУ

1.1 Обґрунтування вибору проблематики медіапроєкту

В умовах сучасного глобалізованого світу володіння іноземними мовами трансформується з професійної переваги у необхідну умову успішної соціалізації та кар'єрного зростання. Водночас, стрімкий розвиток цифрових технологій та доступність інформації парадоксальним чином не вирішують, а подекуди загострюють проблему ефективності навчання. Вибір проблематики медіапроєкту «Сам собі teacher» зумовлений нагальною потребою у створенні контенту, який би не лише надавав інформацію, а й формував мета-навички самоосвіти, допомагаючи аудиторії долати психологічні та методичні бар'єри.

Актуальність теми дослідження базується на протиріччі між високою мотивацією дорослої аудиторії до вивчення мов та низькою результативністю самостійних спроб. Аналіз соціологічних даних та поведінкових патернів свідчить про існування феномену «незавершеного навчання» або «серійного початківця». Це стан, за якого індивід багаторазово розпочинає навчальний процес, інвестує ресурси (час, кошти на підручники), але зупиняється на початкових етапах, так і не досягнувши комунікативної компетенції [25; 46].

Згідно з дослідженнями у галузі андрагогіки (науки про навчання дорослих), традиційні академічні методи, перенесені зі шкільної системи в самостійне навчання, виявляються неефективними. Доросла аудиторія стикається з проблемою дефіциту часу, відсутністю зовнішнього контролю та нездатністю організувати власний навчальний простір.

Медіапроєкт «Сам собі teacher» покликаний заповнити нішу україномовного *edutainment*-контенту, який фокусується не на викладанні лінгвістичного матеріалу (лексики чи граматики), а саме на методології навчання (*learning to learn*). Проблематика проєкту виходить за межі суто лінгвістичної і охоплює психологічні, когнітивні та комунікаційні аспекти.

Фундаментальною причиною невдач у самостійному навчанні є відсутність навичок стратегічного планування та саморегуляції [51]. Більшість автодидактів формують мету занадто широко («вивчити мову»), що з точки зору когнітивної психології є демотивуючим фактором. Абстрактна ціль не дозволяє мозку фіксувати проміжні результати, що призводить до швидкого вигорання та втрати інтересу [41]. У медіапроекті ця проблема розглядається через призму теорії самодетермінації (Self-Determination Theory). Обґрунтовується необхідність переходу від зовнішньої мотивації (тиск соціуму, престиж) до внутрішньої, що базується на емоційних потребах особистості. Проект проблематизує невміння аудиторії ставити SMART-цілі та пропонує інструментарій для їх корекції (техніка «5 Чому»), трансформуючи розмите бажання у конкретний план дій.

Однією з найгостріших проблем, висвітлених у проекті, є страх комунікації. У науковому дискурсі це явище описується як «мовна тривожність» (Foreign Language Anxiety), що корелюється з гіпотезою «емоційного фільтра» С. Крашена [38]. Високий рівень тривожності блокує когнітивні процеси, унеможливорюючи використання навіть засвоєних знань. Проблематика проекту включає аналіз соціально-психологічних причин цього страху: перфекціонізму, боязні втратити компетентність та страху негативної оцінки. Медіапроект спрямований на дестигматизацію помилок, пропонуючи розглядати їх як необхідний етап навчання, а не як індикатор неуспішності.

Значна частина аудиторії продовжує використовувати застарілі мнемонічні стратегії, зокрема механічне заучування («зубріння») ізольованих слів. Це призводить до розриву між пасивним та активним словниковим запасом («ефект собаки» – все розумію, але сказати не можу). Теоретичне обґрунтування цієї проблеми спирається на дослідження Г. Еббінгауза щодо закономірностей забування інформації («Крива забування») [26]. У проекті актуалізується проблема відсутності у слухачів знань про принципи роботи довгострокової пам'яті. На противагу неефективним методам,

обґрунтовується доцільність використання системи інтервальних повторень (Spaced Repetition System) та контекстного вивчення лексики (chunks).

Розвиток EdTech-індустрії створив парадоксальну ситуацію: надмірна кількість освітніх інструментів дезорієнтує користувача. У роботі ця проблема ідентифікується як «цифрова силогоманія» (digital hoarding) – хаотичне накопичення додатків без їх системного використання. Проблематика медіапроєкту полягає у необхідності формування у аудиторії навичок критичного відбору цифрових інструментів. Обґрунтовується відмова від пошуку «чарівної таблетки» на користь створення персоналізованої екосистеми навчання, що включає обмежену кількість інструментів для різних типів навичок (гейміфікація, запам'ятовування, комунікація).

Стереотипне уявлення про необхідність тривалих навчальних сесій (1-2 години) вступає у конфлікт із ритмом життя сучасної людини, що призводить до прокрастинації. Вирішення цієї проблеми лежить у площині популяризації концепції мікронавчання (microlearning). Медіапроєкт обґрунтовує ефективність коротких, але регулярних навчальних інтервенцій («мікрозанурення»), що дозволяє інтегрувати навчання у повсякденну рутину без значного психологічного навантаження.

Окремий блок проблематики присвячено феномену «Intermediate Plateau» – періоду застою у навчанні, який є однією з найпоширеніших причин відмови від подальшого розвитку. Наукові розвідки у галузі методики викладання іноземних мов (Дж. Річардс) вказують на необхідність зміни стратегій навчання при переході з початкового на середній рівень [47]. Медіапроєкт актуалізує цю проблему, пропонуючи слухачам інструменти для зміни типів когнітивної активності та занурення у мовне середовище.

Таким чином, вибір проблематики медіапроєкту «Сам собі teacher» є науково обґрунтованим і відповідає актуальним викликам у сфері неформальної освіти. Проєкт фокусується на вирішенні комплексу проблем: від корекції мотиваційних установок та подолання психологічних бар'єрів до оптимізації когнітивних стратегій запам'ятовування та формування навичок

цифрової гігієни. Такий підхід дозволяє створити цілісний медіапродукт, що сприяє розвитку автономності учня та підвищенню ефективності самостійного вивчення іноземних мов.

1.2. Проблематика медіапроєкту в джерелах та літературі

Проблематика самостійного вивчення іноземних мов активно досліджується в межах кількох наукових і міждисциплінарних напрямів, зокрема андрагогіки, прикладної лінгвістики, когнітивної психології, медіапедагогіки та досліджень цифрової культури. Аналіз сучасних джерел дозволяє окреслити комплекс типових труднощів, із якими стикаються дорослі здобувачі освіти поза формальною системою навчання, а також виявити тенденції пошуку ефективних форматів освітньої комунікації.

У науковій літературі самостійне навчання дорослих розглядається крізь призму концепції андрагогіки, засновником якої вважається М. Ноулз. Дослідник наголошує, що дорослі учні відрізняються високою потребою в автономності, практичній спрямованості навчання та усвідомленні власних навчальних цілей [36]. Водночас численні дослідження вказують на те, що саме автономність без належної методичної підтримки часто стає фактором дезорганізації навчального процесу [22]. У цьому контексті проблема неефективності самостійного вивчення мов постає не як дефіцит мотивації, а як нестача метакогнітивних умінь – здатності планувати, контролювати та оцінювати власне навчання.

Окремий пласт досліджень присвячений мотиваційним аспектам мовного навчання. Теорія самодетермінації Е. Десі та Р. Раяна розмежовує зовнішню та внутрішню мотивацію, підкреслюючи, що стійкий освітній результат можливий лише за умови домінування внутрішніх мотиваційних чинників [23]. У працях, присвячених вивченню іноземних мов у дорослому віці, зазначається, що абстрактні або надмірно узагальнені цілі негативно впливають на відчуття прогресу й знижують рівень залученості [37]. Таким

чином, у науковому дискурсі мотивація розглядається не як первинний імпульс до навчання, а як динамічна змінна, що потребує постійної підтримки через чітку структуру та досяжні цілі.

Психологічні бар'єри є ще одним ключовим елементом проблемного поля. Значна кількість досліджень присвячена феномену мовної тривожності (Foreign Language Anxiety), що проявляється у страху помилки, негативної оцінки та втрати соціальної компетентності. С. Крашен у межах гіпотези емоційного фільтра зазначає, що високий рівень тривожності блокує процеси мовного засвоєння, навіть за наявності достатнього мовного input [38]. Подальші емпіричні дослідження підтверджують кореляцію між рівнем тривожності та униканням мовної практики, що особливо актуально для самостійних учнів без підтримки викладача чи групи [31].

Проблема засвоєння лексики традиційно розглядається в межах когнітивної психології та психолінгвістики. Класичні дослідження Г. Еббінгауза продемонстрували закономірності забування інформації та довели неефективність одноразового механічного повторення. У сучасних роботах наголошується на доцільності використання інтервальних повторень (Spaced Repetition System), що базуються на регулярному поверненні до матеріалу з поступовим збільшенням інтервалів [34]. Окремо підкреслюється значення контекстного засвоєння мовних одиниць (lexical chunks), яке сприяє переходу лексики з пасивного до активного словникового запасу [40].

Цифровізація освітнього середовища стала предметом активних досліджень у сфері медіапедагогіки та EdTech. З одного боку, науковці відзначають потенціал цифрових інструментів для персоналізації навчання та підвищення мотивації через гейміфікацію [35]. З іншого – дослідники звертають увагу на явище інформаційного перевантаження та когнітивного перевищення (cognitive overload), що знижує ефективність навчальної діяльності [48]. У працях, присвячених цифровій гігієні, підкреслюється необхідність усвідомленого та обмеженого використання освітніх застосунків, а також формування навичок критичного відбору контенту [4].

Окреме місце в літературі займає проблема так званого «плато середнього рівня» (Intermediate Plateau). Дослідники методики викладання іноземних мов зазначають, що на середньому етапі навчання традиційні підходи втрачають ефективність і потребують зміни стратегії – переходу від контрольованих вправ до автентичної мовної практики [47]. Відсутність розуміння цього етапу часто призводить до зниження мотивації та припинення навчання.

Узагальнюючи аналіз наукових джерел, можна зробити висновок, що проблематика самостійного вивчення іноземних мов є комплексною та багатовимірною. Вона поєднує мотиваційні, психологічні, когнітивні та медіакомунікаційні аспекти, що потребують міждисциплінарного підходу. Саме в цьому контексті освітньо-розважальні медіапроекти, зокрема подкасти, розглядаються дослідниками як перспективний формат неформальної освіти, здатний поєднувати науково обґрунтований зміст із доступною формою подачі інформації.

Окрім наукового дискурсу, проблематика самостійного вивчення мов активно представлена в сучасному українському аудіальному медіапросторі. Аналіз вітчизняного ринку освітніх подкастів демонструє наявність продуктів різного спрямування. Значну частину ніші займають комерційні проекти від мовних шкіл, як-от «Подкаст Про Англійську | Englishdom» [12], або класичні навчальні проекти типу «Англійська по-простому!» [1]. Можна знайти безліч підбірок із топ-10 чи топ-15 подкастів для вивчення англійської мови, як-от від ресурсу Вукі [21]. Проте більшість із українських освітніх подкастів, а також позицій у подібних підбірках, часто фокусуються виключно на лінгвістичній складовій: розборі граматичних часів, сленгу чи перекладі лексики. Водночас з'являються й авторські інді-проекти, які звертаються до психологічних бар'єрів, наприклад, подкаст «Нижний інгліш» (авторка Хельгі Палко), що зосереджується на подоланні страху перед мовою [11]. Проте варто зазначити, що майже всі згадані шоу орієнтовані виключно на англійську мову. Це створює на ринку вільну нішу для універсальних методологічних проектів

формату «learning to learn», які не прив'язуються до однієї мови, а дають слухачеві психологічний та технічний інструментарій для самостійного вивчення будь-якої іноземної мови.

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

Ефективність сучасного освітнього медіапроєкту визначається ступенем кореляції між обраними форматами подачі інформації та психофізіологічними особливостями сприйняття цільової аудиторії. Тому в межах розробки подкасту «Сам собі teacher» було застосовано низку практичних кейсів, що базуються на теоретичних засадах андрагогіки (навчання дорослих), когнітивної психології та комунікативної лінгвістики. У цьому підрозділі проаналізовано, як саме структурні та змістові елементи подкасту вирішують окремі аспекти проблематики дослідження.

Формат Edutainment-діалогу як інструмент психологічної фасилітації: однією з ключових проблем самостійного навчання, виявлених у ході дослідження, є високий рівень «мовної тривожності» (language anxiety) та страх соціальної оцінки. Для нівелювання цього бар'єра у медіапроєкті обрано формат діалогового шоу з елементами фасилітації. Теоретичним підґрунтям такого вибору є концепція «парасоціальної взаємодії» [30], згідно з якою аудиторія формує односторонні соціальні зв'язки з медіаперсонами, що сприяє глибшому засвоєнню інформації завдяки довірі. У сценарії це реалізується через розробку комплементарних рольових моделей. Модель «Профана» (ведуча Олександра): виконує функцію ідентифікації з аудиторією; вона вербалізує типові страхи та невдачі («серійна починальниця», «іноземна плаче»), що дозволяє слухачеві зняти захисні механізми психіки та визнати власні проблеми без відчуття провини. Модель «Ментора» (експертка Надія): виконує функцію когнітивної корекції; вона не виступає у ролі авторитарного

викладача, а використовує стратегію «нормалізації помилок» (error normalization strategy) [27].

Практичний кейс такої взаємодії представлено в Епізоді 5, де експерт ділиться власним досвідом комунікативної невдачі (плутанина слів *embarazada/avergonzada*). Цей прийом, відомий у педагогіці як «педагогічний сторітелінг», трансформує страх помилки в навчальний ресурс, демонструючи, що комунікативна компетенція формується через практику, а не через уникнення помилок.

Концепція мікронавчання (Microlearning) у подоланні когнітивного перевантаження: проблема дефіциту часового ресурсу та прокрастинації, яка розглядається в Епізоді 1, вирішується шляхом імплементації формату мікронавчання. Згідно з теорією когнітивного навантаження (Cognitive Load Theory) Дж. Свеллера, дроблення інформації на малі порції («чанки») покращує її засвоєння та запобігає швидкому виснаженню робочої пам'яті [49].

У медіапроекті цей підхід реалізовано через кейс «мікрозанурення». Замість традиційного екстенсивного підходу (тривалі заняття) запропоновано інтенсивну модель розподіленої практики:

- Авдіювання під час рутинних дій (різні побутові справи).
- Робота з лексикою в «мертвий час» (транспорт, черги).
- Споживання нативного контенту перед сном.

Такий формат базується на біхевіористичній моделі формування звичок, де тригером виступає рутинна дія (прибирання), а дією – споживання контенту, що призводить до «ефекту накопичення» знань.

3. Методологія SMART та теорія самодетермінації у цілепокладанні

Аспект проблематики, пов'язаний з абстрактністю цілей («вивчити мову»), вирішується через застосування інструментарію менеджменту в освіті. У проєкті адаптовано бізнес-методику SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) до потреб лінгвістичної самоосвіти.

Практичний кейс в Епізоді 1 демонструє трансформацію абстрактного бажання («хочу знати мову») у конкретне навчальне завдання: «Через 3 місяці підтримати 5-хвилинну розмову...». Теоретичною базою тут виступає теорія самодетермінації (Self-Determination Theory) Е. Десі та Р. Райана, яка стверджує, що внутрішня мотивація посилюється, коли суб'єкт відчуває автономію та компетентність. Додатково застосовано когнітивну техніку «5 Чому» (Root Cause Analysis), що дозволяє виявити істинні, емоційно забарвлені мотиви навчання («відчувати свободу», «бути своєю»), які є більш стійкими до вигорання, ніж зовнішні стимули.

4. MALL-технології та цифрова екологія

Вирішення проблеми неефективного використання цифрових інструментів («цифрова силогоманія») базується на принципах MALL (Mobile Assisted Language Learning). У медіапроекті реалізовано кейс «Функціональної оптимізації», що передбачає класифікацію інструментів за їх дидактичним призначенням:

Гейміфікація: використання додатків типу Duolingo. Хоча з точки зору комунікативної методики їх ефективність обмежена, у проекті вони легітимізуються як інструмент підтримки дофамінової мотивації та «ударного режиму» (streak), що корелює з біхевіористичними теоріями підкріплення [50].

Інтервальні повторення: упровадження кейсу роботи з додатками Anki/Quizlet. Цей підхід є практичною реалізацією досліджень Г. Еббінгауза щодо «кривої забування», забезпечуючи консолідацію слідів пам'яті через розраховані алгоритмом інтервали часу.

Штучний інтелект як скаффолдинг: використання ШІ для рольових ігор та пояснень розглядається як форма навчального «скаффолдингу» (scaffolding) у межах західних концепцій лінгводидактики (П. Гіббонс). Це передбачає надання слухачеві тимчасової інтерактивної підтримки, яка дозволяє виконати складне мовленнєве завдання, що наразі перевищує його самостійні можливості, з метою поступового формування повної автономії учня [28].

5. Лексичний підхід та контекстне навчання

Подолання когнітивних помилок у вивченні лексики (механічне зубріння) у проєкті базується на засадах Лексичного підходу (The Lexical Approach) Майкла Льюїса. Згідно з цією теорією, мова складається не з окремих слів і граматики, а з лексичних блоків. Практичний кейс «Контекстне полювання», який представлений в Епізоді 3, ілюструє необхідність вивчення слів у складі колокацій (collocations) та сталих виразів. Проєкт демонструє, як контекст визначає семантику слова (приклад зі словом *gun*). Додатково застосовано методику мнемотехніки (методу асоціацій), що базується на теорії подвійного кодування (Dual Coding Theory) А. Пайвіо: поєднання вербальної інформації з яскравими візуальними образами («Puddle – падав») значно покращує запам'ятовування [43].

6. Артикуляційно-акустичні методики (Shadowing) та автокомунікація

Для вирішення проблеми переходу від рецептивних навичок (слухання) до продуктивних (мовлення) у проєкті використано методику Shadowing (тіньовий повтор), популяризовану поліглотом А. Аргуельєсом. Цей метод базується на імітації фонологічних, ритмічних та інтонаційних патернів носія мови. З погляду психолінгвістики, це тренування артикуляційного апарату та формування моторної пам'яті мовлення без навантаження на побудову граматичних конструкцій [33]. Кейс «Голосовий щоденник» (Self-talk) базується на соціокультурній теорії засвоєння другої мови та концепції «приватного мовлення» (Private speech) Дж. Лантольфа. . Запис власних думок іноземною мовою виконує функцію інтерналізації мовлення (переведення зовнішнього мовлення у внутрішнє) та десенсибілізації – поступового зниження страху перед звучанням власного голосу [39].

7. Комунікативний підхід та стратегія «зміни реальності»

У фінальних епізодах медіапроєкту реалізуються принципи Комунікативного підходу (Communicative Language Teaching - CLT), де метою навчання є досягнення комунікативної компетенції, а не граматичної правильності. Кейс «Безпечного старту» (перехід від тексту до аудіо й відео в

додатках Tandem) є практичним втіленням теорії поетапного формування розумових дій.

Стратегічний кейс «Зміна реальності» (представлено в 6 епізоді), що пропонує зміну мови інтерфейсу та споживання контенту іноземною мовою, базується на концепції імерсивного навчання (Immersion learning) та теорії ситуативного навчання (Situated Learning) Ж. Лаве та Е. Венгера. Навчання відбувається не в абстрактному середовищі класу, а в реальному контексті життєдіяльності, що сприяє формуванню нової ідентичності користувача мови («Fake it till you make it»).

Отже, проведений аналіз демонструє, що медіапроект «Сам собі teacher» не обмежується розважальною функцією, а імплементує комплекс науково обґрунтованих методик. Використання форматів мікронавчання, SRS, скаффолдингу та імерсії дозволяє вирішити ключові аспекти проблематики – від організації часу до подолання психологічних бар'єрів, перетворюючи подкаст на ефективний інструмент неформальної освіти.

1.4. Обґрунтування вибору формату медіапроекту

Вибір формату медіапроекту є стратегічним рішенням, яке визначає ефективність донесення контенту до цільової аудиторії. Для реалізації проекту «Сам собі teacher», присвяченого лайфхакам самостійного вивчення іноземних мов, було обрано формат аудіоподкасту. Цей вибір не є випадковим, а зумовлений специфікою теми, психофізіологічними особливостями сприйняття навчального матеріалу та сучасними тенденціями медіаспоживання. Обґрунтування доцільності формату базується на чотирьох ключових факторах:

- 1) *Мобільність та інтеграція в повсякденну рутину (On-the-go Learning)*. Головною проблемою цільової аудиторії, виявленою на етапі аналізу, є дефіцит вільного часу та неспроможність виділяти тривалі часові слоти для навчання. Формат подкасту ідеально вирішує цю проблему завдяки

своїй авдіальній природі, яка дозволяє споживати контент фоново, не відриваючись від інших справ (commuting, спорт, хатні справи). Це повністю відповідає концепції «мікрозанурення», закладеній у сценарій проєкту: слухач може отримувати знання протягом 15 хвилин у транспорті або під час ранкових процедур. На відміну від відео (YouTube) або тексту (блог), подкаст не вимагає візуальної фіксації уваги, що робить його єдиним можливим інструментом для навчання в умовах мультизадачності.

2) *Створення «безпечного простору».* Вивчення іноземної мови пов'язане з високим рівнем стресу, страхом оцінки та комплексом «вічного учня». Авдіоформат історично вважається найбільш інтимним медіа («ефект радіо»), що створює ілюзію приватної розмови віч-на-віч. Відсутність візуального ряду дозволяє слухачеві зосередитися на суті сказаного, не відволікаючись на зовнішність ведучих чи візуальні подразники. Голос ведучої, яка ділиться власними невдачами («іноземна плаче», «телефон – кладовище додатків»), у навушниках звучить як голос друга, що створює атмосферу довіри та психологічної безпеки. Це дуже важливо для подолання емоційних бар'єрів, описаних у проєкті.

3) *Відповідність дидактичним цілям (розвиток авдіювання).* Специфіка теми (іноземні мови) вимагає акценту на акустичному каналі сприйняття. Формат подкасту є природним середовищем для тренування навичок авдіювання (listening skills). У сценаріях епізодів активно використовуються методики, що потребують слухової уваги: імітація вимови, техніка Shadowing (тіньовий повтор), розрізнення інтонаційних патернів. Текстовий блог не може передати мелодику мови, а відеоформат часто зміщує фокус на візуальні ефекти. Авдіоподкаст змушує слухача фокусуватися на звучанні, що є необхідною умовою для подолання проблем при сприйнятті іноземної мови.

4) *Економічна та технічна оптимізація виробництва.* З точки зору організації медіавиробництва, подкаст є оптимальним форматом для нішевого освітнього проєкту. Він не потребує вартісного обладнання для зйомки,

побудови декорацій чи складного постпродакшну візуальних ефектів. Це дозволяє зосередити ресурси на якості контенту: розробці деталізованих сценаріїв, залученні експерта та звуковому дизайні. Формат діалогу (ток-шоу) між ведучою-аматоркою та експерткою легко реалізується в аудіоформаті й дозволяє моделювати різні комунікативні ситуації (наприклад, розігрування сценок або діалогів) без необхідності залучення акторів чи реквізиту, використовуючи лише засоби виразності голосу.

Окрім того, досліджуючи практичні кейси подолання мовного бар'єра, ми детально проаналізували формати українських конкурентних проєктів. Традиційно освітні подкасти від великих платформ (наприклад, проєкти Englishdom чи Green Forest [29]) використовують формат, наближений до класичної лекції або стандартизованого уроку. Попри їхню безперечну експертну користь, такий дидактичний підхід часто викликає у «серійних початківців» когнітивне перевантаження та підсвідомо асоціюється зі шкільним примусом. Враховуючи ці форматні недоліки конкурентів, у межах нашого медіапроєкту ми звернулися до значно легшої форми комунікації – Edutainment-діалогу з елементами фасилітації.

Таким чином, вибір формату аудіоподкасту для проєкту «Сам собі teacher» є не лише технічним, а й концептуальним рішенням. Він дозволяє інтегрувати навчання у щільний графік слухача, створити психологічно комфортне середовище для подолання мовних бар'єрів, забезпечити розвиток авдіальних навичок та оптимізувати процес виробництва, фокусуючись на змістовій складовій edutainment-контенту.

1.5. Класифікації медіапроєкту

Визначення типологічних характеристик є необхідним етапом проєктування будь-якого медіапродукту, адже це дозволяє чітко окреслити його нішу в інформаційному просторі та сформувати релевантну контент-стратегію. Медіапроєкт «Сам собі teacher» є комплексним авдіальним

продуктом, який потребує багатовимірної класифікації. Проаналізувавши структуру, зміст та мету проєкту, ми можемо виокремити його ключові класифікаційні ознаки за такими критеріями: функціонально-тематичним спрямуванням, форматом організації контенту, хронометражем, характером аудиторії та структурною композицією.

1. Функціонально-тематична класифікація: Edutainment-проєкт.

За критерієм функціонального призначення та тематики подкаст «Сам собі teacher» належить до категорії освітньо-розважальних проєктів (Edutainment). Це гібридний жанр, що поєднує дидактичну (навчальну) мету з розважальною формою подачі матеріалу.

- Освітня складова: проєкт виконує просвітницьку функцію, надаючи слухачеві конкретний інструментарій для самостійного вивчення іноземних мов. Сценарії епізодів містять чіткі методичні алгоритми, такі як техніка постановки цілей «5 Чому», методика інтервальних повторень, техніка Shadowing та принципи роботи з мнемонічними асоціаціями.

- Розважальна складова: на відміну від академічних лекцій, подача інформації відбувається у легкій, гумористичній тональності. Використовуються метафори (мозок як «вередлива дитина», слова як «мотлох на балконі»), життєві історії про невдачі та ігрові елементи. Така синергія дозволяє класифікувати проєкт не як «авдіопідручник», а як «лайфстайл-шоу з користю».

2. Форматна класифікація: діалоговий подкаст.

За формою організації мовлення медіапроєкт класифікується як діалоговий подкаст. Структура базується на взаємодії двох постійних ведучих, між якими розподілено чіткі рольові функції:

- Ведуча-аматорка: персонаж Олександра репрезентує «голос аудиторії». Вона транслює типовий досвід слухача – сумніви, скепсис, прокрастинацію («серійна починальниця», у якої «іноземна мова плаче»). Її репліки будуються на емоційній реакції та запитах на роз'яснення.

- Ведуча-експертка: персонаж Надія виступає в ролі фасилітатора та ментора. Вона не просто відповідає на запитання, а й модерує процес навчання, деконструює міфи («ви не ледачі, ви потрапили в пастку системи») та надає фахові рекомендації.

Така класифікація відрізняє проєкт від формату «інтерв'ю» (де гості змінюються) та «монологу» (соло-подкасту). Стабільний тандем ведучих створює ефект серіальності та психологічної прив'язки аудиторії до героїв.

3. Класифікація за хронометражем: мікроподкаст.

За часовими характеристиками проєкт можна віднести до категорії короткоформатних подкастів (short-form podcasts) або мікроподкастів. Орієнтовна тривалість одного епізоду становить близько 10 хвилин. Ця характеристика є концептуальною: вона безпосередньо корелює з філософією «мікронавчання» (microlearning), яка пропагується у самому змісті подкасту. У сценарії першого епізоду чітко зазначається відмова від тривалих сесій («Немає 2 годин на день... Тобі вистачить 15 хвилин»). Формат епізодів дзеркалить цю ідею: слухач отримує концентровану інформацію без «води», яку можна спожити за час поїздки в транспорті або ранкової кави. Це дозволяє класифікувати продукт як такий, що орієнтований на аудиторію з дефіцитом часу.

4. Структурно-композиційна класифікація: наративний сезон.

За структурою випуску контенту медіапроєкт класифікується як серійний (сезонний) із лінійною драматургією. Це не набір розрізнених тем, які можна слухати в довільному порядку, а цілісний курс, розбитий на логічні етапи.

- Точка входу: епізод 1 («Точка А») закладає фундамент, працюючи з мотивацією.
- Інструментарій: епізоди 2 та 3 надають технічну базу (додатки, методи запам'ятовування).
- Розвиток навичок: епізоди 4 та 5 переходять до складніших практик (авдіювання, говоріння).

- Фінал: епізод 6 («Ефект плато») логічно завершує цикл, готуючи слухача до самостійного плавання.

Наявність наскрізного сюжету (розвиток компетентності ведучої Олександри від «страху почати» до «зміни реальності») дозволяє віднести проєкт до категорії наративних (сюжетних) освітніх подкастів.

5. Класифікація за цільовою аудиторією: нішевий (за інтересами).

За характером адресата проєкт є нішевим, орієнтованим на сегмент «self-learners» (автодидактів). Аудиторія класифікується не за демографічними ознаками (вік/стать), а за психографічними:

- Люди, які мають негативний попередній досвід вивчення мов («вічне почуття провини») та не мають достатньо часу на навчання.
- Користувачі, які є схильні до «цифрового накопичення» (завантажують додатки, але не вчать).
- Інтроверти, які відчувають бар'єр перед живим спілкуванням.

Водночас, за рівнем доступності контенту, проєкт є популярним (науково-популярним), оскільки складна лінгвістична термінологія адаптується для широкого загалу без спеціальної підготовки.

6. Технологічна класифікація: авдіально-інтерактивний.

Хоча проєкт є авдіальним, його можна класифікувати як інтерактивний, оскільки сценарій передбачає активне залучення слухача під час прослуховування.

- Синхронна інтерактивність: у сценарії 4-го епізоду слухачеві пропонується виконати вправу Shadowing разом з ведучими («Я скажу фразу... а ти спробуй повторити»).
- Асинхронна інтерактивність: кожен епізод завершується закликом до дії у реальному житті: написати своє «Чому» в нотатках, видалити зайві додатки, завантажити Tandem.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що медіапроєкт «Сам собі teacher» класифікується як нішевий, освітньо-розважальний, діалоговий мікроподкаст із сезонною структурою. Така комбінація класифікаційних ознак

дозволяє вирішити ключове завдання проєкту – зробити складний процес навчання легким, доступним та емоційно комфортним для аудиторії, яка страждає від браку часу та мотивації.

Висновки до 1 розділу

У першому розділі кваліфікаційної роботи було обґрунтовано теоретичні засади вибору ідеї, проблематики та формату медіапроєкту «Сам собі teacher», присвяченого лайфгакам для самостійного вивчення іноземних мов. Проведений аналіз дозволяє зробити декілька узагальнюючих висновків.

По-перше, встановлено, що проблема низької ефективності самостійного вивчення іноземних мов має комплексний характер і зумовлена не браком мотивації як такої, а сукупністю психологічних, когнітивних та організаційних чинників. У сучасних умовах здобувачі освіти стикаються з дефіцитом часу, відсутністю зовнішнього контролю, високим рівнем мовної тривожності, а також нерозвиненими навичками стратегічного планування навчального процесу. Аналіз наукових джерел засвідчив, що традиційні академічні підходи є малоефективними в умовах автономного навчання, а успішність самостійного опанування мови значною мірою залежить від сформованості метакогнітивних умінь, здатності до саморегуляції та усвідомленого цілепокладання.

По-друге, під час дослідження було доведено, що сучасний науковий дискурс у галузі андрагогіки, когнітивної психології та методики викладання іноземних мов сходиться на необхідності пошуку альтернативних форматів неформальної освіти, які б поєднували науково обґрунтований зміст із доступною формою подачі. Зокрема, ефективними визнаються підходи, засновані на теорії самодетермінації, концепції мікронавчання, інтервальних повтореннях, комунікативному та лексичному підходах, а також використанні цифрових технологій за принципами свідомої цифрової гігієни. Водночас надмірна кількість освітніх інструментів без системного підходу

розглядається дослідниками як чинник когнітивного перевантаження та демотивації.

По-третє, теоретичний аналіз підтвердив доцільність використання освітньо-розважальних медіапроектів, зокрема подкастів, як ефективного інструменту неформальної мовної освіти. Аудіоформат дозволяє інтегрувати навчання у повсякденну рутину, знизити психологічний бар'єр, створити відчуття безпечного простору та сприяти розвитку навичок аудіювання. Діалогова структура, короткий хронометраж і сезонна наративна побудова подкасту корелюють із принципами мікронавчання та відповідають психофізіологічним особливостям сприйняття інформації сучасною аудиторією.

РОЗДІЛ 2

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ МЕДІАПРОЄКТУ

2.1 Управління змістом медіапроєкту

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



Рис. 2.1.1 Життєвий цикл медіапроєкту

На етапі планування ми сформували концепцію подкасту як освітньо-розважального простору (edutainment), що допомагає дорослим долати психологічні та методичні бар'єри у вивченні іноземних мов. Ми дослідили ринок українського подкастингу, окреслили цільову аудиторію (так званих «серійних початківців» та людей з браком вільного часу) та обрали формат динамічного діалогу-мікроподкасту. Також було визначено рольові моделі, а саме: ведуча-аматорка (Олександра) та запрошена гостя-експертка (Надія). На цьому етапі ми розробили контент-план першого сезону, який включає

трейлер та 6 тематичних епізодів, хронометраж яких близько 10 хвилин, визначили необхідні технічні ресурси та налагодили комунікацію з експерткою щодо її участі в проєкті.

Під час етапу підготовки ми зосередилися на опрацюванні змістового та візуального наповнення проєкту. Спочатку було здійснено ґрунтовний аналіз теоретичної бази: вивчено засади андрагогіки, концепцію мікронавчання, техніки роботи з пам'яттю (інтервальні повторення, «крива забування» Еббінгауза) та артикуляційні методики (shadowing). На основі цього ми написали наші епізоди. Паралельно розпочалася робота над візуальною ідентичністю подкасту: у графічному редакторі Canva було розроблено обкладинки для подкасту – загальну та до трейлеру й кожного епізоду окремо. Також на цьому етапі відбулося тестування звукозаписувального обладнання.

Виробничий етап об'єднав у собі процеси продакшну та постпродакшну аудіоконтенту. Безпосередній запис голосових доріжок (діалогів ведучої та експертки) здійснювався відповідно до затверджених сценаріїв. Наступним кроком став чорновий аудіомонтаж у програмі Audacity: очищення звуку від фонових шумів, видалення невдалих дублів, тривалих пауз та слів-паразитів. Після цього було виконано саунд-дизайн: створення вступного інтро та фінального аутро (джинглів). Фінальним технічним кроком стало зведення аудіодоріжок та вирівнювання гучності (компресія) для досягнення комфортного та професійного звучання.

Етап завершення охопив дистрибуцію, промоцію подкасту та рефлексію над результатами. Готові аудіофайли разом із розробленими обкладинками та описами були завантажені на платформу Spotify for Podcasters. Для популяризації медіапроєкту було створено блог на платформі Medium, де опубліковано супутні промо-матеріали англійською мовою (тизерна стаття, інтерв'ю з експерткою тощо). Завершальна стадія також передбачає моніторинг перших статистичних даних (кількість прослуховувань, утримання уваги тощо), збір зворотного зв'язку від слухачів та аналіз

допущених помилок для можливого масштабування проєкту в майбутніх сезонах.

Щоб реалізувати змістову частину подкасту «Сам собі teacher» ми розробили дерево цілей (рис. 2.1.2) – інструмент, який допомагає структурувати основну мету проєкту та логічно окреслити підцілі, які власне ведуть до її досягнення.

Головна мета – створити освітньо-розважальний аудіопродукт, який пояснює методологію самостійного вивчення іноземних мов через дружню, підтримуючу та дещо неформальну комунікацію. Це не є академічний курс із граматики, не підготовка до іспитів і навіть не сухий набір правил, а крок до зміни мислення: переходу від механічного «зубріння» до розумного, автономного навчання без стресу.

На відміну від традиційного підходу до створення освітніх продуктів, орієнтованих на швидкі, але не тривалі результати (наприклад, «англійська за 30 днів»), цей проєкт працює з глибинною проблемою, тобто із синдромом «серійного початківця». Якщо навіть один слухач після епізоду перестане звинувачувати себе у «відсутності таланту» й почне використовувати мову як інструмент для життя, то мету можна вважати досягнутою.

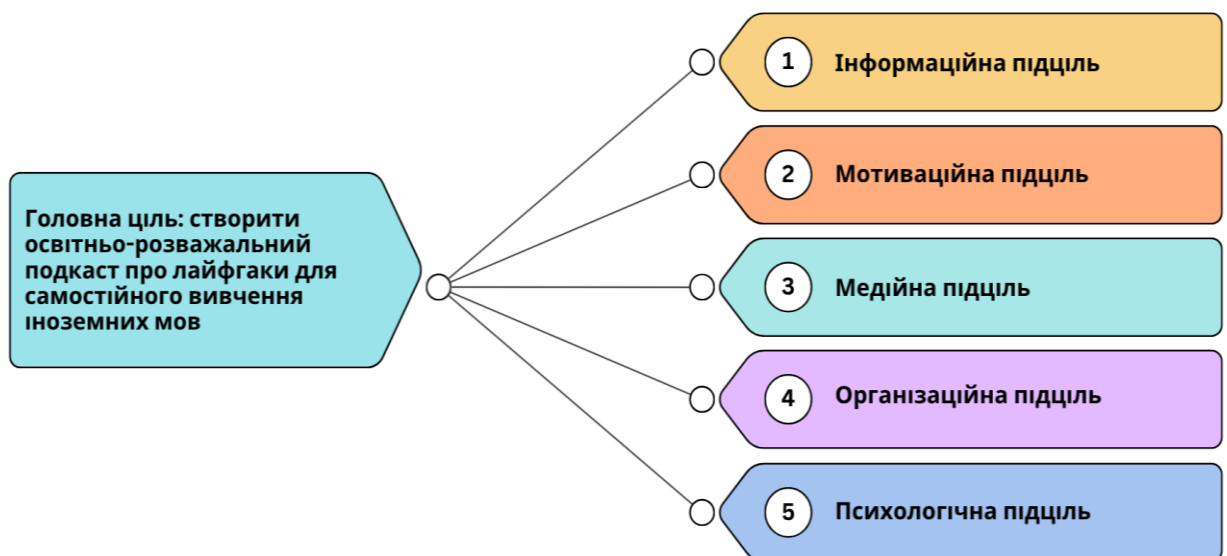


Рис. 2.1.2 Дерево цілей медіапроєкту

На основі вище написаного було визначено кілька ключових підцілей:

- *Інформаційна підціль* – створити серію практичних аудіоепізодів, у яких авторка разом із експерткою простою мовою пояснюють науково обґрунтовані методики навчання (інтервальні повторення, мікронавчання, техніку Shadowing); ця ціль забезпечує слухачів конкретними інструментаріями для щоденної практики.
- *Мотиваційна підціль* – допомогти слухачам позбутися внутрішніх страхів та шкідливих стереотипів щодо самостійного навчання, тому завдяки цій підцілі аудиторія зможе подолати мовний бар'єр, перестати соромитися своїх помилок та легше впоратися з кризами; головне завдання полягає в тому, аби показати, що будь-які труднощі та помилки є абсолютно нормальною частиною процесу вивчення мов, а не ознакою поразки чи відсутності таланту.
- *Медійна підціль* – реалізувати подкаст у форматі мікроподкасту (до 10 хвилин) та ед'ютейнмент-діалогу, що забезпечить гнучке споживання контенту «на ходу»; така структура подачі знімає когнітивне перевантаження та робить навчання легким для людей із браком вільного часу.
- *Організаційна підціль* – самостійно спроектувати весь процес створення подкасту: від зародження ідеї та написання перших розмовних сценаріїв до монтажу, створення візуальної айдентики та публікації на Spotify; такий підхід дозволяє зберігати авторський та якісний контроль над продуктом і забезпечує цілісність формату.
- *Психологічна підціль* – створити для слухачів дружню та затишну атмосферу, де немає суворих повчань чи критики, це помітно завдяки взаємодії ведучої-аматорки, яка чесно ділиться своїми невдачами, та експертки, яка нормалізує ці труднощі, проєкт транслює головну ідею: навчання – це не іспит, а захоплива подорож.

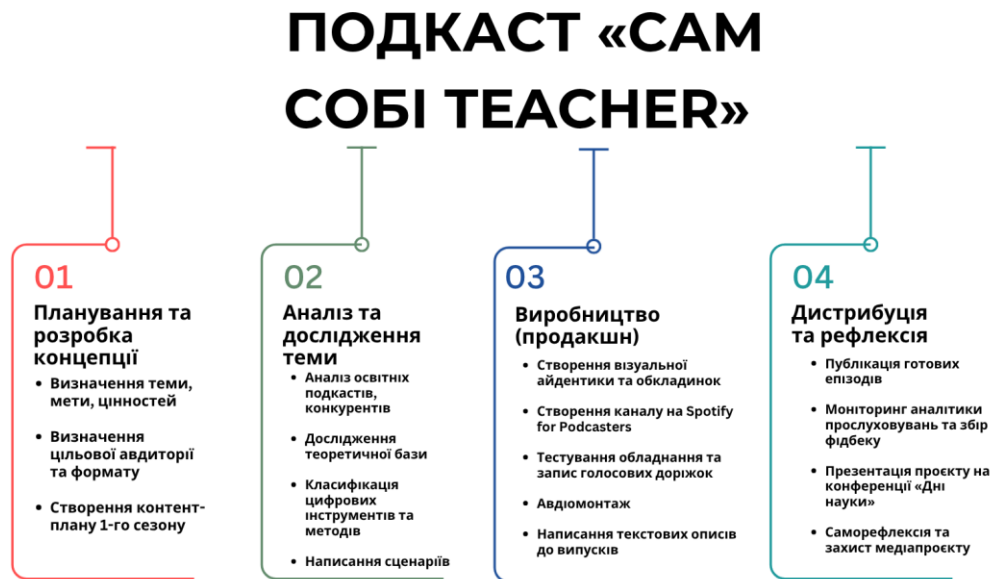


Рис.2.1.3 Структура розбиття робіт (WBS)

Для того щоб гарантувати високу якість виконання всіх етапів медіавиробництва, чітко дотриматися встановлених дедлайнів та уникнути організаційного хаосу, було застосовано інструмент WBS (Work Breakdown Structure) – структуру розбиття робіт проєкту (рис. 2.1.3). Ми детально опрацювали методичні рекомендації Махум Зосум «Структура розбиття робіт», які допомогли систематизувати завдання та підвищити ефективність роботи [9].

Процес розробки WBS розпочався із визначення кінцевого очікуваного результату – ед'ютейнмент-подкасту про практичні лайфхаки для самостійного вивчення іноземних мов «Сам собі teacher». Задля успішної реалізації цієї мети ми розділили весь обсяг робіт на 4 логічні етапи: організаційно-концептуальну підготовку, аналітичну й дослідницьку роботу, безпосереднє виробництво та дистрибуцію контенту, а також фінальну рефлексію й підбиття підсумків. Також ми розбили кожен із цих блоків на конкретні завдання й дії – від зародження ідеї до монтажу епізодів і їх

публікації. Такий підхід дозволив нам реалізовувати медіапроект послідовно, не губити фокус і водночас зберігати гнучкість у творчих рішеннях.

Перший рівень декомпозиції – **планування та розробка концепції**. Він був зосереджений на стратегічному моделюванні та закладанні архітектури майбутнього медіапродукту. На цьому етапі було поставлено та виконано такі завдання:

- визначення теми та мети, аналіз ключової проблеми та виокремлення цінностей;
- вибір оптимального формату, визначення цільової аудиторії;
- побудова контент-плану першого сезону.

Цей етап роботи дозволив сформувати засадничу логіку функціонування подкасту й побудувати міцний концептуальний фундамент для подальшого виробництва.

Другий рівень декомпозиції – **аналіз та дослідження теми**. Головний фокус тут зміщувався на глибоке дослідження інформаційного й теоретичного поля для наповнення епізодів якісними сенсами та лайфгаками. До цього блоку увійшли завдання, пов'язані з науковим та практичним аналізом, а саме:

- дослідження ринку освітніх подкастів та проведення комплексного аналізу конкурентів;
- вивчення фахової літератури та теоретичної бази з когнітивної психології та андрагогіки;
- структурування й класифікація сучасних цифрових інструментів та методів;
- написання та редагування сценаріїв.

Упровадження цього рівня декомпозиції гарантувало наукову та змістову глибину медіапродукту, дозволило уникнути поверхневих порад і зробило подкаст унікальним.

Третій рівень декомпозиції – **виробництво контенту**, який фокусувався на безпосередньому втіленні творчого задуму:

- розробка фірмового стилю та дизайн обкладинок у графічному редакторі Canva;
- реєстрація, технічне налаштування та візуальне оформлення сторінки на платформі Spotify for Podcasters;
- підготовка до запису голосових доріжок;
- технічний авдіомонтаж;
- копірайтинг текстових описів кожного епізоду.

Цей етап став ядром усього процесу реалізації медіапроєкту, оскільки він інтегрував творчі пошуки, технічну роботу та візуальне оформлення у цілісний, завершений медіапродукт.

Четвертий та останній рівень декомпозиції – **дистрибуція, рефлексія та підбиття підсумків**. Він спрямований на виведення продукту на медіаринок та його фінальне аналітичне осмислення:

- публікація готових епізодів на Spotify;
- систематичний моніторинг первинної аналітики прослуховувань, динаміки підписок та збір якісного фідбеку від аудиторії;
- апробація результатів розробки медіапроєкту під час виступу на науковій викладацько-студентській конференції «Дні науки»;
- співвіднесення реальних результатів із початково закладеними цілями, фіксація технічних чи організаційних труднощів та аналіз допущених помилок;
- захист кваліфікаційної роботи перед екзаменаційною комісією та визначення стратегії довгострокового розвитку подкасту (перспективи партнерства з мовними школами та планування наступних сезонів).

Використання WBS-структури дозволило систематизувати творчий процес, перетворюючи його на чітко керований алгоритм дій, що безпосередньо забезпечує своєчасність та високу якість реалізації медіапродукту.

2.2 Управління часом у медіапроекті

Управління часом було одним із найважливіших етапів реалізації подкасту «Сам собі teacher», оскільки від чіткого дотримання графіку залежала вчасна презентація продукту на науковій студентській конференції та готовність проєкту до захисту. Цей процес передбачав оцінку тривалості кожного етапу виробництва, розробку календарного плану – діаграми Ганта (Рис 2.2.1). Щоб правильно її побудувати, ми ознайомилися із статтею від Worksection [18].



Рис.2.2.1 Діаграма Ганта

Процес створення медіапроекту «Сам собі teacher» охопив майже 6 місяців, хоча тема була вигадана та затверджена ще у вересні-жовтні 2025 року. Виробництво подкасту відбувалося впродовж січня-червня 2026 року, від моменту організації роботи до публікації медіапродукту й захисту у червні. Завдяки добре продуманому таймлайну та гнучкому підходу до планування,

нам вдалося не лише вкластися у дедлайни, а й реалізувати проєкт якісно, послідовно, незважаючи на певні обмеження в ресурсах. У цьому нам допомогло опрацювання статей «Тайм-менеджмент як мистецтво управління часом», «Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності використання робочого часу в умовах сучасного бізнесу» [16;15].

Початкові етапи – організаційна підготовка, робота з теоретичною частиною проєкту та розробка сценаріїв та візуалу – загалом тривали впродовж січня та першої половини лютого. Перш за все потрібно було затвердити концепцію, проаналізувати цільову аудиторію та спланувати формат. Далі відбулося спілкування з експерткою, продумування сценарію та дослідження джерел. Зібравши необхідну інформацію, ми прописали сценарій до всіх шести епізодів, а також до трейлера. Ще одним важливим елементом було створення візуалу, а саме обкладинок до епізодів, за допомогою ресурсу Canva. Перші два місяці робота над проєктом була тривалою, тому початкові етапи зайняли близько 60 годин плідної праці.

Наступний етап – продакшн та постпродакшн, а також створення сторінки подкасту в Spotify. Було записано всі епізоди і трейлер, проте не завжди вдавалося зробити все з першої спроби, тому доводилося перезаписувати певні моменти. Паралельно з цим було створено сторінку подкасту на платформі Spotify. Було додано опис подкасту, головну обкладинку та було опубліковано трейлер. Важливим етапом був постпродакшн, адже потрібно було обробити записи. Основний фокус було зосереджено на чистовому монтажі всіх аудіофайлів, саунд-дизайні, компресії звуку та фінальному зведенні доріжок. Загалом ця частина створення проєкту зайняла період з другої половини лютого до кінця березня. Сумарно цей етап роботи зайняв приблизно 60 годин.

Період з квітня до початку червня відведено на публікацію та моніторинг статистики. Епізоди було опубліковано поступово, а саме по два випуски на тиждень: один у середу, інший - у неділю. Це було зроблено з метою встигнути до реченця. Публікація епізодів супроводжувалась

прописуванням описів до кожного з них та додаванням їх на платформу Spotify. Загалом це зайняло близько 12 годин (по 2 години на один епізод). Також подкаст було поширено серед кола знайомих та аудиторії, яку це могло б зацікавити. Паралельно проводився моніторинг статистики. Це був період збору зворотного зв'язку від слухачів, аналізу динаміки прослуховувань та рефлексії над результатами. Також у травні відбулася апробація медіапроєкту на науковій конференції «Дні науки». На початку червня залишився резервний час для внесення останніх правок у текстову частину кваліфікаційної роботи, підготовки презентаційних матеріалів та безпосереднього захисту диплома перед екзаменаційною комісією.

2.3 Управління ресурсами та закупівлями медіапроєкту

Невід'ємною складовою успішної реалізації медіапроєкту є ефективне управління ресурсами. Для систематизації та наочного відображення цього процесу ми використали структуру ресурсів (Resource Breakdown Structure, RBS). Теоретичним підґрунтям для її побудови слугували спеціалізовані матеріали з проєктного менеджменту, зокрема інструкція «How to Make a Resource Breakdown Structure» [32]. Загалом для виробництва подкасту «Сам собі teacher» було залучено такі категорії ресурсів: людські, інформаційні, технічні та матеріальні.

Людські ресурси стали основою всього проєкту, вони були сформовані за принципом синергії. Із одного боку була автономна робота авторки та ведучої подкасту Олександри Попчук, яка повністю закривала цикли препродакшну, виробництва та дистрибуції, з іншого – залучення експертки – Надії Попчук, яка забезпечила професійну частину медіапродукту, виступивши співведучою під час запису всіх епізодів.

До *технічних ресурсів* увійшов базовий набір, який складався з петличних мікрофонів Носо для запису чистого звуку, навушників для аудіоконтролю ХО-F90T, смартфона iPhone 13 Pro, а також персонального

ноутбука HP ProBook 640 G2. Завдяки наявності цих інструментів вдалося уникнути великих витрат на студію чи орендоване обладнання.

Управління *фінансовими ресурсами* спиралося на стратегію мінімізації витрат, здійснювалася лише покупка мікрофонів для запису аудіоматеріалів.

Інформаційні ресурси медіапроєкту базувалися на ґрунтовному аналізі фахової літератури з когнітивістики й навчання дорослих, вивчення цифрових інструментів (MALL), а також аудит наявних освітніх подкастів. Важливою складовою стало дослідження психологічного портрета слухача, його бар'єрів (мовної тривожності) та освітніх потреб.

Залучені матеріальні ресурси мали оптимізований характер. Замість оренди професійної студії використовувалися власні технічні потужності та відкрите програмне забезпечення. До цієї групи увійшли безкоштовний аудіоредактор Audacity, відкриті бібліотеки саунд-дизайну та хостинг Spotify for Podcasters. Такий ощадливий підхід довів, що якісний ед'ютейнмент-продукт можна створити завдяки креативності й ефективному тайм-менеджменту, а не великим бюджетам.

2.4 Управління вартістю медіапроєкту

У межах розробки медіапроєкту «Сам собі teacher» управління вартістю стало важливим етапом планування, попри те, що продукт реалізовувався авторкою самостійно та спирався переважно на власні наявні ресурси. Головним завданням цього процесу була об'єктивна оцінка потенційної вартості запуску подкасту «з нуля». Такий аналіз дозволяє вирахувати мінімальний стартовий бюджет для освітнього аудіопроекту та спрогнозувати фінансові потреби для його майбутнього масштабування.

Загальна вартість реалізації першого сезону проєкту склала орієнтовно 43 тисячі 400 гривень. Найбільшу частину бюджету становили витрати на технічне забезпечення:

- персональний ноутбук HP ProBook 640 G2 вартістю близько 20 000 гривень використовувався для написання розмовних сценаріїв, багатоканального монтажу та зведення аудіофайлів у програмі, а також для загального керування медіапроектом;
- петличні мікрофони Носо вартістю 800 гривень забезпечували запис чистого звуку під час діалогів ведучої та експертки, мінімізуючи фонові шуми, що є важливим параметром для створення якісного освітнього аудіопродукту;
- смартфон iPhone 13 Pro вартістю 22 000 гривень застосовувався для оперативної комунікації з гостею подкасту, тестування звучання готових епізодів, а також для роботи з цифровими платформами;
- навушники для аудіоконтролю ХО-F90T вартістю 600 гривень використовувалися для безперервного моніторингу якості звуку безпосередньо під час запису голосових доріжок, а також для точкового виявлення дефектів та шумів на етапі аудіомонтажу.

Варто зазначити, що лєвова частка технічного забезпечення (персональний ноутбук, смартфон та навушники) становила власну матеріально-технічну базу авторки. Оскільки ці ресурси вже були в наявності, вони не потребували додаткових фінансових вкладень на етапі реалізації медіапроекту, хоча їхня вартість враховується у гіпотетичному кошторисі запуску продукту «з нуля». Єдиною статтею прямих витрат на апаратуру стало придбання комплекту петличних мікрофонів Носо, що було необхідним кроком для забезпечення належної акустичної якості запису діалогів.

Перспективи масштабування медіапроекту або розробка другого сезону можуть зумовити появу нових витрат. Зокрема, йдеться про можливу оплату праці професійного звукорежисера, залучення комерційного дизайнера для розширення брендингу, таргетовану рекламу в соціальних мережах або розширення кола запрошених експертів. Проте для дебютного сезону фінансова модель подкасту створювалася як автономна та збалансована в межах наявного ресурсного мінімуму. Ефективний та раціональний

менеджмент вартості дозволив успішно реалізувати поставлені завдання й випустити якісний ед'ютейнмент-продукт без сторонніх фінансових дотацій, продемонструвавши максимальну продуктивність використання власних потужностей.

2.5 Управління якістю медіапроєкту

Для забезпечення високого рівня реалізації медіапроєкту «Сам собі teacher» управління якістю відбувалося на всіх етапах його життєвого циклу: від препродакшну до дистрибуції. Для теоретичного обґрунтування та структурування цього етапу ми ознайомилися з матеріалами щодо управління якістю проєктів, зокрема спиралися на підходи, викладені в посібниках «Управління проєктами» [2; 20], що допомогло чіткіше розподілити процеси на забезпечення якості (превентивні заходи) та контроль якості (перевірка результату).

Спираючись на галузеві практики створення аудіоконтенту, процес управління якістю нашого подкасту було декомпозовано на 6 ключових напрямів:

1. Якість звуку

Що впливає: наявність фонового шуму, реверберація (луна) приміщення, технічні характеристики мікрофонів та рівень зведення звуку.

Способи забезпечення та контролю: для досягнення чистого студійного звучання ми проводили попереднє тестування петличних мікрофонів Носо та записували епізоди виключно в підготовленому приміщенні з належною акустикою. Контроль якості відбувався на етапі постпродакшну в програмі Audacity шляхом інструментальної перевірки амплітуди звуку через навушники ХО-F90Т.

2. Зміст і структура епізоду

Що впливає: логіка викладу матеріалу, фокус на конкретній темі (лайфгаках), динаміка діалогу та дотримання принципів мікронавчання (хронометраж до 10 хвилин).

Способи забезпечення та контролю: було розроблено деталізовані літературні розмовні сценарії для кожного з 6 епізодів та трейлера. Зміст ретельно пропрацьовувався з огляду на засади андрагогіки, щоб уникнути академічної сухості та зберегти ритм ед'ютейнмент-шоу.

3. Підготовка експертки

Що впливає: рівень поінформованості гості про концепцію подкасту, психологічний комфорт, відкритість до діалогу та здатність адаптувати складну термінологію для широкої аудиторії.

Способи забезпечення та контролю: щоб підтримувати довірливу атмосферу, ми завчасно обговорювали з експерткою Надією тематичні плани епізодів, узгоджували рольові моделі та наповнення епізодів. Це дозволило уникнути награності й створити ефект природної, дружньої бесіди.

4. Монтаж (постпродакшн)

Що впливає: темпоритм розмови, чистота звукової доріжки, тривалість пауз та органічність саунд-дизайну.

Способи забезпечення та контролю: під час чорнового й чистового монтажу ми ретельно видаляли технічні затримки, слова-паразити, дихання та зайві відступи від теми, зберігаючи при цьому природний ритм живого людського спілкування. Звукові переходи та джінгли використовувалися для смислового розділення блоків інформації.

5. Візуальне оформлення

Що впливає: перше враження слухача, впізнаваність бренду подкасту, показник клікабельності на стрімінгових платформах.

Способи забезпечення та контролю: для підтримки візуальної якості в графічному редакторі Canva було створено єдиний фірмовий стиль. Усі обкладинки епізодів відповідають єдиному бренд-коду, а текстові описи проходять етап коректури на предмет лаконічності та грамотності.

6. Орієнтація на галузеві практики

Що впливає: відповідність медіапродукту сучасним стандартам ринку, використання інноваційних форматів.

Способи забезпечення та контролю: перед стартом виробництва ми провели глибинний аналіз подкастів-референсів у ніші освіти та ед'ютейнменту. Запозичення ефективних рішень (наприклад, інтерактивні заклики до дії наприкінці випуску) та уникнення типових помилок конкурентів дозволило підвищити загальну якість нашого продукту.

Таким чином, якість у нашому подкасті забезпечувалася через комплекс дій, які охоплювали не лише технічний, а також змістовий, організаційний та візуальний аспекти.

2.6 Управління ризиками медіапроекту

Управління ризиками є невіддільною складовою проєктного менеджменту, зокрема в процесі створення освітнього медіапроекту [14]. Ризики можуть впливати як на якість кінцевого продукту, так і на дотримання графіків та реалізацію ключових завдань [17]. У подкасті «Сам собі teacher» ми враховували можливі загрози ще на етапі препродакшну та планування, щоб мінімізувати їхній вплив і забезпечити успішне завершення роботи.

Передусім, **ризик часових обмежень**. Так як проєкт реалізовується одноосібно, без залучення технічної чи редакторської підтримки, весь процес – від пошуку теоретичної бази до монтажу та створення дизайну – лягав на плечі авторки. Це означало, що будь-яке ускладнення (хвороба, технічні збої, так звані форс-мажори) могло спричинити зміщення дедлайнів. Найбільш ризикованим виявився зимовий період, коли були відключення електроенергії та весняний, коли паралельно з постпродакшном випусків треба було дописувати розділи кваліфікаційної роботи та готуватися до апробації на конференції «Дні науки». Висока інтенсивність за відсутності делегування повноважень могла призвести до емоційного вигорання та запізненого релізу.

Іншим ризиком, який мав безпосереднє стратегічне значення, був **контакт з експерткою**. Уся концепція ед'ютейнмент-діалогу та рольових моделей будувалася саме на взаємодії з Надією Попчук. Якби перемовини не відбулися, або експертка відмовилася б від участі через брак часу на етапі запису, довелося б повністю переписувати літературні сценарії під соло-формат або екстрено шукати нового фахівця. Така ситуація поставила б під загрозу весь концептуальний фрейм сезону. Саме тому комунікація та узгодження графіків запису почалися завчасно.

До **технічних ризиків** варто віднести можливі збої в роботі апаратури або програмного забезпечення. Оскільки авдіомонтаж у програмі Audacity здійснювався самостійно, без підтримки звукорежисера, навіть незначні системні неполадки чи втрата файлів могли зупинити весь процес. Для запобігання цьому використовувалося регулярне резервне копіювання авдіодоріжок на хмарні сервіси (наприклад, Google Drive).

Контентні (методологічні) ризики – ще один важливий аспект. Подкаст «Сам собі teacher» порушує питання навчання, психології запам'ятовування та подолання бар'єрів. Надання некоректних порад, неправильне трактування методик (наприклад, техніки Shadowing чи кривої Еббінгауза) або використання надто складної, сухої академічної лексики могло б зруйнувати довіру слухачів і суперечило б формату. Щоб уникнути цього, усі тексти сценаріїв проходили внутрішню верифікацію нашою експерткою, яка адаптувала складні лінгвістичні явища до простих і зрозумілих лайфhakів.

Ризики недостатньої залученості аудиторії також були прораховані. Хоч подкаст і не був націлений на масові охоплення, однак надто низький рівень фідбеку міг ускладнити аналіз, переоцінку цілей і змісту. Для цього були використані особисті запрошення слухачів серед знайомих, а також прохання залишити коментарі або особисті повідомлення з враженнями.

У підсумку, ефективне управління ризиками стало ще однією з умов успішної реалізації нашого подкасту.

2.7 Управління командою медіапроєкту

Рис.2.7.1

Матриця розподілу відповідальності (RACI)

Зона відповідальності (WBS)	Авторка (Олександра)	Експертка (Надія)
Розробка концепції та WBS	A, R	C
Аналітична робота та ресерч	A, R	I
Створення літературних сценаріїв	A, R	C
Комунікація та організація запису	A, R	R
Продакшн (Запис епізодів)	A, R	R
Монтаж, дизайн та саунд-дизайн	A, R	I
Публікація та моніторинг статистики	A, R	I

R – Виконавець, A – Відповідальний, C – Консультант, I – Поінформований

У процесі реалізації медіапроєкту «Сам собі teacher» структура управління командою мала гібридний характер. Більшість виробничих процесів, визначених у WBS-структурі, виконувалася авторкою. Вона несла повну відповідальність (Accountable та Responsible) за розробку концепції, аналітичний ресерч, написання сценаріїв, технічний монтаж, а також за фінальну публікацію.

Водночас важливою складовою успіху проєкту стала системна залученість запрошеної фахівчині. Експертка відіграла надважливу роль як консультантка та співведуча подкасту. Вона верифікувала матеріали на етапі створення сценаріїв (Consulted), гарантуючи методологічну точність, та виступала безпосередньою виконавицею (Responsible) під час запису голосових доріжок. Щодо етапів аналітики, монтажу та публікації експертка залишалася поінформованою особою (Informed).

Для наочного розмежування зон відповідальності та ефективної координації, спираючись на методичні матеріали щодо застосування матриці RACI, ми сформували власну таблицю (Рис. 2.7.1). Вона відображає рівень залученості учасниць на кожному з кроків життєвого циклу проєкту.

Найкращим варіантом для повноцінного виробництва такого ед'ютейнмент-подкасту доцільно було б сформувати комплексну редакційну

команду. До її складу мали б увійти: *керівник/-ця проєкту* (забезпечує координацію процесів, дотримання дедлайнів та загальної концепції), *звукорежисер/-ка* (відповідає за чистовий монтаж, компресію звуку, саунд-дизайн та впізнаваний авдіотон), *сценарист/-ка або методист/-ка* (здійснює глибинний пошук інформації та формує сценарії відповідно до цінностей мікронавчання), *постійні ведучі* (голоси проєкту, які адаптують текст під власний стиль), а також *SMM-менеджер/-ка та дизайнер/-ка* (відповідають за візуальну айдентику, логотипи, комунікацію зі слухачами та промоцію). Делегування обов'язків вузькопрофільним фахівцям значно пришвидшило б виробничий цикл і дозволило б розширити присутність продукту, адаптувавши його для інших платформ (наприклад, створивши відеOVERсію для YouTube).

Проте в межах кваліфікаційної роботи саме одноосібна реалізація більшості етапів слугувала не лише ефективним тестом на витривалість, а й переконливою демонстрацією комплексної професійної компетентності авторки, яка успішно поєднала в собі навички продюсерки, сценаристки, звукорежисерки та комунікаційниці.

2.8 Управління комунікаціями медіапроєкту

Грамотно побудована комунікація є запорукою успішної реалізації медіапроєкту, адже вона забезпечує злагоджену взаємодію між усіма ключовими учасниками процесу: цільовою аудиторією, запрошеною експерткою, потенційними партнерами та науковим керівником. Продумана система зв'язків дозволяє підтримувати стабільний обмін інформацією, формувати атмосферу довіри, оперативно отримувати зворотний зв'язок та вчасно досягати поставлених цілей. Для того, щоб максимально ефективно вибудувати цю взаємодію, ми спиралися на практичні поради зі статті про лайфхаки ділового спілкування від платформи Happy Monday [6].

Оскільки реалізація подкасту «Сам собі teacher» здійснювалася здебільшого одноосібно, усі ключові комунікаційні потоки централізовано проходили через авторку проєкту. Відповідно до цього, зони відповідальності в управлінні комунікаціями було розподілено наступним чином:

1) **самоорганізована внутрішня комунікація:** уся внутрішня комунікація базувалася на ефективному самоменеджменті, плануванні, дотриманні дедлайнів та фіксації ідей і рішень;

2) **комунікація з експерткою подкасту:** формат діалогу вимагав якісної та продуманої зовнішньої комунікації, тому потрібно було узгоджувати тематичні межі кожного епізоду (наприклад, обговорення мовної тривожності чи кривої Еббінгауза) та формат взаємодії, організовувати спільні сесії звукозапису, а також завчасно інформувати експертку про вихід готового епізоду;

3) **академічна комунікація з науковим керівником:** так як подкаст створювався у межах кваліфікаційної роботи, окремим важливим вектором була системна взаємодія з науковим керівником, що включала регулярне інформування про статус виконання всіх етапів роботи.

4) **PR-комунікація та взаємодія з аудиторією:** для залучення слухачів та просування проєкту була розроблена невелика комунікаційна стратегія, у межах якої авторка мала: визначити частоту публікацій, створювати описи на стрімінгових платформах та писати промо-статті на Medium та аналізувати охоплення.

Отже, ефективне управління комунікаціями, що охоплювало внутрішню самоорганізацію, академічну звітність, взаємодію з гостею та аудиторією, стало ключовим фактором для успішного релізу подкасту «Сам собі teacher».

2.9 Моніторинг виконання медіапроєкту

Моніторинг медіапроєкту «Сам собі teacher» ми проводили системно та на кожному етапі роботи. Оскільки був заздалегідь складений чіткий план,

процес контролю виявився зручним і зрозумілим, що допомогло уникнути хаосу та вкластися у дедлайни.

Контроль якості відбувався крок за кроком:

- на етапі підготовки ми перевіряли, чи відповідають написані тексти сценаріїв головній ідеї подкасту;
- під час запису уважно сліdkували за акустикою та відсутністю зайвого фонового шуму;
- на етапі монтажу в програмі Audacity ми контролювали ритм розмови, прибирали паузи та додавали музичне оформлення для кращого звучання;
- створюючи візуал у Canva, ми звертали увагу на те, щоб шрифти на обкладинках добре читалися з екранів смартфонів, щоб дизайн відповідав концепції подкасту.

Важливу роль у моніторингу проєкту відіграв наукови керівник. Він перевіряв правильність структури дослідження, давав поради майже на кожному етапі роботи та допомагав тримати високий академічний рівень роботи.

Після публікації випусків ми також сліdkували за реакцією аудиторії. Для цього ми переглядали коментарі, збирали відгуки у приватних повідомленнях та відстежували базову статистику на Spotify [13]. Це допомогло об'єктивно зрозуміти, чи цікавим і корисним виявився наш подкаст для слухачів. Зокрема, демографічна аналітика платформи Spotify (Додаток В) підтвердила, що нам вдалося залучити саме ту цільову аудиторію, на яку розраховувався проєкт. Згідно з даними, основне ядро слухачів склала молодь віком від 18 до 22 років (57,5%), що відповідає студентській аудиторії. Значну частину також склали дорослі слухачі у категоріях 23–27 років (10%) та 45–59 років (12,5%). Ці показники наочно доводять, що обраний формат та проблематика самостійного вивчення мов виявилися максимально актуальними для заявлених вікових груп, які прагнуть до саморозвитку.

Завдяки такому поетапному контролю всіх процесів нам вдалося успішно та вчасно реалізувати цей освітній медіапроект.

Висновки до 2 розділу

У цьому розділі було здійснено комплексне планування та описано процеси управління всіма етапами виробництва медіапроекту «Сам собі teacher». Використання сучасного інструментарію проектного менеджменту дозволило перетворити творчу концепцію на структурований, керований та успішно реалізований освітньо-розважальний аудіопродукт. На основі проведеної роботи можна сформулювати такі ключові висновки:

1. Застосування методології структурного розбиття робіт (WBS) стало фундаментом для систематизації виробничих процесів медіапроекту. На основі проведеної декомпозиції було побудовано деталізований календарний графік у вигляді діаграми Ганта (Рис.2.2.1). Це дало змогу оптимізувати часові витрати, уникнути накладання завдань і безперебійно провести аудіопродукт через усі стадії: від ідейного задуму до фінального релізу.

2. Аналіз ресурсної бази підтвердив визначальне значення наявної матеріально-технічної структури для створення якісного продукту. Прорахунок гіпотетичного стартового кошторису виявився ефективним інструментом для розуміння економіки подкасту. Це дозволило не лише довести фінансову життєздатність першого сезону в умовах певної економії, але й виокремити пріоритетні напрями для ймовірного інвестування під час підготовки наступних випусків.

3. Забезпечення високих стандартів ед'ютейнмент-формату вимагало комплексного підходу до контролю якості. Постійний аудит проміжних результатів (дотримання дедлайнів), ревізія чорнових монтажних доріжок та опрацювання зворотного зв'язку від слухачів після публікації дозволили оперативно коригувати недоліки. Такий багаторівневий моніторинг гарантував відповідність кожної серії заявленій освітній концепції.

4. Специфіка комунікаційної стратегії проєкту полягала у пріоритетності змістового наповнення над масовим просуванням. Головний акцент було зроблено на створенні ціннісного експертного контенту, який органічно формує довіру цільової аудиторії.

У підсумку, комплексне застосування інструментарію проєктного менеджменту – управління змістом, ризиками, часом, бюджетом, ресурсами та комунікаціями – стало ключовим фактором успіху. Це забезпечило реліз конкурентоспроможного освітнього подкасту та дозволило сформувати надійну методологічну базу для його подальшого масштабування.

РОЗДІЛ 3

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕДІАПРОЄКТУ

3.1 Проблеми з практичною реалізацією проєкту

Утілення медіапроєкту «Сам собі teacher» в реальність (Додаток А) виявилось не просто етапом практичної підготовки, але й серйозним індивідуальним випробуванням. Оскільки повний цикл аудіовиробництва – від генерування концептуальної ідеї до дистрибуції готових випусків – виконувався виключно авторкою, початкова автономність, яка здавалася цілком реальною через особисту зацікавленість, згодом трансформувалася в основний генератор виробничих труднощів.

Першою і, мабуть, основною проблемою під час створення подкасту виявився брак відповідного студійного обладнання. Увесь робочий процес спирався на аматорську технічну базу: звичайний персональний ноутбук, бюджетні петличні мікрофони та відкрите програмне забезпечення для монтажу. Такий технічний дефіцит безпосередньо позначився на акустичних характеристиках запису. Під час порівняння з комерційними проєктами, у нашому медіапродукті фіксувалися незначні сторонні шуми, перепади гучності та менш виразна звукова динаміка.

Навіть із зовнішніми мікрофонами нам не вдалося одразу отримати студійну якість звуку. Через те, що ми не мали професійної техніки, етап обробки аудіо виявився більш виснажливим, ніж очікувалося, незважаючи на попередній досвід роботи авторки в Audacity. Щоб подкаст звучав приємно для слухача, довелося вручну «чистити» кожен запис від сторонніх шумів та вирівнювати гучність голосів.

Окрім кращої апаратури, нам дуже бракувало правильного приміщення для запису. Звичайна кімната давала помітне відлуння, яке заважало досягти чистого звучання. Ця ситуація наочно довела: щоб створити якісний подкаст, який зможе конкурувати на сучасному ринку, критично важливо мати спеціально облаштований простір та професійну техніку.

Другою суттєвою проблемою під час створення подкасту став гострий брак часу та емоційне вигорання. Ми вже зазначали, що весь обсяг завдань виконувався самостійно, тому це вимагало величезної кількості внутрішніх ресурсів. Ситуація ускладнювалася тим, що інтенсивна робота над медіапроектом тривала водночас із найважчим періодом навчання в університеті, а саме в період завершення семестру та й бакалаврату загалом.

Постійна нестача відпочинку, необхідність поєднувати творчість із академічними обов'язками та тиск дедлайнів швидко призвели до емоційного виснаження. З'явилося відчуття рутини, тимчасово знизилася мотивація, а також виник сильний страх не завершити проєкт вчасно.

Щоб подолати цю кризу й не зупинити роботу, довелося повністю переглянути підхід до організації часу, спираючись на методики ефективного тайм-менеджменту [19]. Зокрема, було запроваджено правило чітко виділених годин виключно для роботи над подкастом (так званий метод «тайм-боксингу»), після закінчення яких процес зупинявся, щоб залишити час на відновлення сил. Також довелося свідомо знизити рівень перфекціонізму й прийняти відомий у проєктному менеджменті принцип: вчасно виконане та опубліковане завдання є набагато кращим за ідеальне, але так і не завершене («Done is better than perfect») [24]. Це допомогло зняти психологічну напругу, відновити інтерес до процесу та успішно довести перший сезон до релізу.

Отже, досвід створення медіапроекту показав, що основні труднощі полягали у відсутності професійної техніки та сильному часовому й емоційному навантаженні. Самостійне виробництво подкасту в умовах постійних дедлайнів виявилось справжнім випробуванням. Проте саме ці проблеми навчили нас гнучкості.

Вміння вчасно розпізнати кризу, застосувати дієві правила тайм-менеджменту та відмовитися від зайвого перфекціонізму дозволили впоратися з виснаженням і успішно випустити готовий продукт. Цей етап роботи дав чітке розуміння на майбутнє: щоб подкаст міг розвиватися далі, необхідно

буде знайти якісніше обладнання та почати делегувати частину завдань команді.

3.2 Особливості реалізації медіапроєкту

Реалізація подкасту «Сам собі teacher» мала низку унікальних характеристик, які відрізняють його від традиційних форматів вивчення іноземних мов. Головна особливість проєкту полягає в тому, що він не є класичним аудіоуроком із граматики чи фонетики. Це радше мотиваційний та методологічний гайд, покликаний змінити саме мислення слухача. Щоб досягти цієї мети, під час створення медіапродукту ми використали специфічні підходи до формату, сценарної роботи, взаємодії ведучих та візуального оформлення.

Назва нашого подкасту «Сам собі teacher» – це не просто спосіб привернути увагу, а відображення головної ідеї всього проєкту. Поєднання відомого українського вислову, який означає повну самотійність, та англійського слова показує сучасний погляд на самоосвіту. Ця назва кидає виклик звичній системі навчання.

Часто традиційні курси змушують дорослих людей займати пасивну позицію: вони звикають покладатися на постійний контроль з боку викладача чи мовної школи. Проте будь-які підручники чи сучасні додатки залишатимуться марними, доки людина сама не візьме відповідальність за свої успіхи. Назва нашого подкасту закликає саме до такої незалежності. Вона символізує момент, коли слухач починає свідомо керувати своїм навчанням.

У межах підготовки кваліфікаційного проєкту, для візуального оформлення подкасту «Сам собі teacher» була розроблена обкладинка, яка виконує роль логотипа продукту (Додаток Б).

Основою композиції є велика, акцентна назва подкасту «Сам собі teacher», де слово «teacher» виділено контрастним кольором. Загальний стиль

обкладинки нагадує шкільний зошит у клітинку з ручними малюнками, що підкреслює освітню тематику.

Ключовим візуальним рішенням стало використання чисельних діалогових хмарок із привітаннями різними мовами:

Це свідомий акцент, який одразу сигналізує аудиторії, що подкаст охоплює широкий спектр іноземних мов, а не фокусується лише на вивченні однієї з них (наприклад, англійської, яка є в назві). Таке рішення підкреслює багатомовну орієнтацію контенту. Елементи інтерфейсу аудіоплеєра (грати, пауза) та слово «Подкаст» внизу вказують на формат продукту. Загальний дружній та відкритий стиль обкладинки працює як цілісний логотип, який одразу транслює ідею подкасту про легке та цікаве вивчення мов.

Такі ж сенси стали основою опису нашого продукту на Spotify (рис.3.2.1).

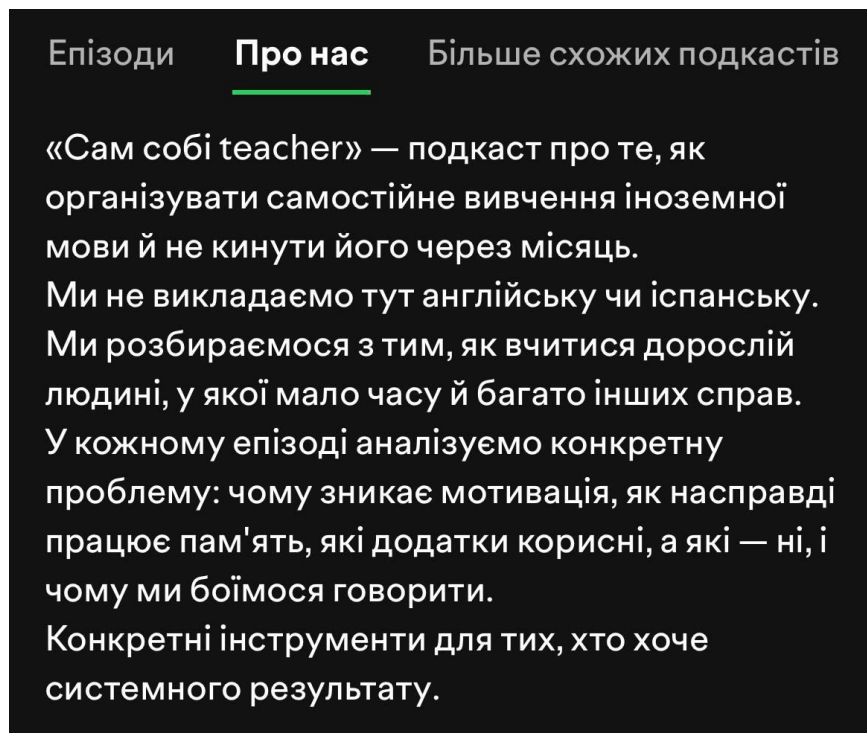


Рис.3.2.1 Опис каналу на Spotify

Головним майданчиком для дистрибуції аудіоконтенту було обрано платформу Spotify. Цей вибір зумовлений високою популярністю сервісу, його загальною доступністю, зручністю інтерфейсу, а також наявністю

інструментів для глибокого аналізу статистики (Додаток В) та публікації супутніх текстових нотаток. Візуальне та інформаційне наповнення сторінки подкасту зроблено лаконічним і затишним.

Варто зазначити, що ми свідомо відмовилися від створення окремих офіційних сторінок проєкту в соціальних мережах на початковому етапі. Натомість перший анонс подкасту відбувся ще в лютому 2026 року, коли було опубліковано промо-трейлер у межах навчально-виробничої практики. Наступним кроком крос-медійного просування стала публікація текстових матеріалів англійською мовою на платформі Medium [44]. Уже після релізу всіх епізодів поширення продукту здійснювалося точково – через Telegram-канал експертки та особисті повідомлення авторки цільовій аудиторії.

Аби логічно завершити робочий процес, глибоко підсумувати наші доробки та визначити вектор подальшого розвитку, ми провели комплексний SWOT-аналіз реалізації медіапроєкту «Сам собі teacher» (Рис.3.2.2). Застосування цього класичного інструменту стратегічного менеджменту [10] дозволило нам об'єктивно оцінити внутрішнє середовище подкасту, а також проаналізувати вплив зовнішніх факторів.

1. Сильні сторони (Strengths):

- чітке нішеве позиціювання та формат: використання концепції мікронавчання із хронометражем до 10 хвилин ідеально відповідає запитам сучасної аудиторії, яка має дефіцит вільного часу, а формат ед'ютейнмент-діалогу знімає когнітивне навантаження та вигідно відрізняє подкаст від класичних академічних аудіоуроків;
- фахова експертиза: системне залучення експертки Надії як постійної співведучої гарантує методологічну точність і достовірність матеріалу; усі поради базуються на реальних лінгвістичних підходах, психології навчання, що формує високий рівень довіри слухачів та на власному досвіді.

- крос-медійність: проєкт не обмежується лише аудіоформатом на Spotify, адже наявність супутнього текстового блогу на платформі Medium англійською мовою розширює можливості для взаємодії з аудиторією;
- гнучкість і незалежність виробництва: централізоване управління (зосередження сценарної, монтажної та комунікаційної роботи в одних руках) дозволило зберегти стовідсоткову цілісність авторського бачення та оперативно вносити зміни без довгих бюрократичних узгоджень.

2. Слабкі сторони (Weaknesses):

- обмеженість матеріально-технічної бази: використання бюджетних петличних мікрофонів та запис у не дуже пристосованому приміщенні вплинули на акустичні властивості продукту;
- дефіцит людських та часових ресурсів: виконання всього циклу виробництва однією особою паралельно з інтенсивним навчальним процесом призвело до значного розтягування етапу монтажу та емоційного вигорання авторки; відсутність вузькопрофільних спеціалістів (звукорежисера, дизайнера, копірайтера) дещо обмежувала швидкість випуску епізодів;
- відсутність маркетингового бюджету: проєкт стартував без фінансових вкладень у промоцію; опора виключно на органічний трафік та поширення через особисті соціальні мережі зумовлює повільні темпи приросту нової аудиторії на початковому етапі.

3. Можливості (Opportunities):

- диверсифікація контенту: запуск YouTube-каналу та запис відеOVERсій епізодів, а також нарізка коротких вертикальних відео (Shorts, Reels) із найцікавішими моментами можуть суттєво збільшити охоплення;
- залучення партнерів та монетизація: після формування лояльного ядра слухачів проєкт має високий потенціал для співпраці з мовними школами, розробниками освітніх застосунків чи книжковими видавництвами;
- розширення бази експертів: у наступних сезонах до формату можна залучати нових гостей, наприклад поліглотів або носіїв різних мов, що

відповідатиме концепції багатомовності, закладений у візуальному оформленні.

4. Загрози (Threats):

- висока конкуренція в ніші, адже ринок освітніх подкастів активно розвивається і поява нових проєктів від великих мовних шкіл із професійним продакшном та великими рекламними бюджетами може ускладнити боротьбу за увагу слухача;
- зміни в алгоритмах платформ: алгоритмічні оновлення на платформах можуть призвести до падіння органічних охоплень, що вимагатиме перегляду стратегії дистрибуції та SEO-оптимізації.

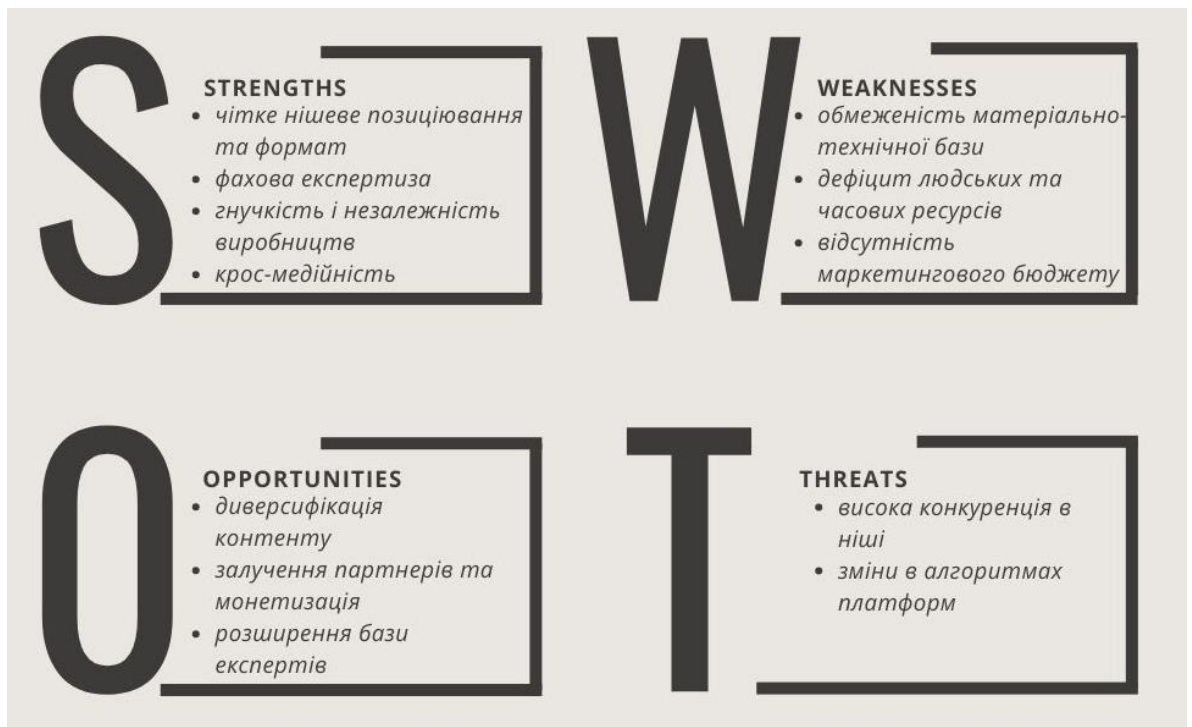


Рис. 3.2.2 SWOT-аналіз медіапроєкту «Сам собі teacher»

3.3 Рекомендації щодо покращення розробки та реалізації медіапроєкту

Розробка та втілення освітнього медіапроєкту «Сам собі teacher» виявилися багатовимірним процесом, який вимагав постійної концентрації, гнучкості та вміння адаптуватися до різних труднощів. Практична реалізація

першого сезону супроводжувалася низкою організаційних та технічних викликів, проте саме вони стали джерелом цінного емпіричного досвіду, що дозволив випустити якісний та змістовний ед'ютейнмент-продукт. Зважаючи на отримані результати, ми розробили комплекс практичних рекомендацій для майбутніх авторів, які планують запускати власні подкасти у сфері неформальної освіти та самостійного вивчення іноземних мов. Ці поради ґрунтуються виключно на реальних кейсах нашого виробництва; їх застосування допоможе оминати типові пастки початківців, оптимізувати процес продакшну та вибудувати значно міцніший зв'язок із цільовою аудиторією.

1. Розширення тематики епізодів

У першому сезоні ми розбирали базові проблеми навчання. Надалі варто заглибитися у вузьчі, але дуже актуальні теми. Наприклад:

- специфіка підготовки до міжнародних іспитів без стресу;
- практичне використання лексичного підходу для різних професій;
- іноземна для подорожей та реального побутового спілкування;
- історії про те, як мовне середовище за кордоном руйнує шкільні стереотипи.

Це допоможе тримати фокус не лише на новачках, а й залучити тих слухачів, які мають конкретні освітні цілі.

2. Запрошення нових гостей

Зараз у нас є чудова постійна експертка Надія. Проте формат можна урізноманітнити, запрошуючи інших людей із власним досвідом вивчення мов. Це можуть бути звичайні студенти, поліглоти або навіть «вічні початківці», яким нарешті вдалося розірвати це коло. Їхні реальні історії додадуть подкасту життєвості й покажуть аудиторії, що з труднощами стикаються абсолютно всі, і це нормально.

3. Залучення помічників (делегування)

Ми вже зазначали, що створення подкасту силами однієї людини – це цінний досвід, але він швидко призводить до вигорання. Щоб другий сезон

виходив регулярно і якісно, варто передати частину роботи іншим людям. Наприклад, залучити монтажера для роботи зі звуком та SMM-спеціаліста для ведення соціальних мереж. Це звільнить час авторки для найважливішого – пошуку цікавої інформації та написання крутих сценаріїв.

4. Активний вихід у соцмережі

Для успішного продовження проєкту потрібно створити окремі сторінки подкасту (в Instagram або ж TikTok). Це дозволить бути на зв'язку зі слухачами щодня, а не лише в день виходу випуску. Там можна робити опитування про майбутні теми, показувати закулісся запису, ділитися корисними табличками зі словами. Крім того, яскраві шматочки з аудіозаписів варто монтувати в короткі відео для TikTok або Reels – сьогодні це найефективніший безкоштовний спосіб знайти нову аудиторію.

5. Розширення платформ для прослуховування

Ми опублікували випуски лише на Spotify та підкріпили їх текстами на Medium. Щоб зробити подкаст доступнішим, у другому сезоні варто додати його на Apple Podcasts, SoundCloud або YouTube. Багато людей мають улюблені додатки й не хочуть їх змінювати, тому наша присутність на всіх можливих майданчиках автоматично збільшить кількість прослуховувань.

6. Пошук партнерів та спонсорів

Зібравши першу лояльну аудиторію, проєкт може стати цікавим для потенційних партнерів. Надалі варто пропонувати співпрацю мовним школам, розробникам освітніх додатків чи книжковим магазинам. Це може бути спонсорство окремих випусків або надання промокодів для наших слухачів. Також доцільно розглянути можливості участі в грантових програмах [5]. Такі партнерства допоможуть знайти кошти на кращі мікрофони чи оренду студії, що одразу підвищить якість звуку.

Запуск першого сезону «Сам собі teacher» став чудовим доказом того, що інструменти журналістики ідеально працюють у сфері освіти. Ми не читали нотацій і не змушували слухачів зубрити правила. Натомість ми підійшли до створення продукту саме як журналісти: перевіряли факти,

досліджували інформацію, спілкувалися з експерткою та перекладали складні психологічні процеси на просту й зрозумілу мову.

Висновки до 3 розділу

У процесі практичної реалізації медіапроєкту «Сам собі teacher» ми переконалися, що створення якісного подкасту – це складний багатовимірний процес, який вимагає не тільки технічних навичок, але й глибокої внутрішньої роботи, гнучкості та системного підходу до планування. На основі реалізованих практичних етапів можна зробити такі узагальнення:

По-перше, досвід самостійного виробництва виявив низку суттєвих організаційних та технічних проблем. Основними викликами стали брак професійного студійного обладнання (що ускладнило етап постпродакшну) та сильне емоційне й часове навантаження авторки через необхідність поєднувати роботу над проєктом із завершенням навчання в університеті. Цей етап практично довів критичну важливість володіння інструментами тайм-менеджменту та вміння вчасно відмовлятися від деструктивного перфекціонізму на користь вчасного релізу (за принципом «Done is better than perfect»).

По-друге, аналіз особливостей реалізації засвідчив, що унікальність проєкту полягає у відході від традиційних академічних форматів на користь мотиваційного та методологічного гайду. Тому вдалим стратегічним рішенням стала розробка візуальної айдентики, яка через концепт шкільного зошита та багатомовних привітань підкреслила універсальність подкасту. Вибір платформи Spotify як основного майданчика для дистрибуції та Medium для крос-медійного просування забезпечив ефективну взаємодію з аудиторією. Проведений SWOT-аналіз дозволив об'єктивно оцінити результати: підсвітив сильні сторони (чітке нішеве позиціонування, формат мікронавчання, фахова експертиза) та виявив вразливі місця (дефіцит ресурсів, відсутність маркетингового бюджету), що стало базою для подальшого планування.

По-третє, зважаючи на отриманий емпіричний досвід, було розроблено комплекс рекомендацій щодо покращення та масштабування медіапроекту в майбутньому. Стратегія подальшого розвитку спирається на необхідність делегування технічних та комунікаційних завдань новій команді, що дозволить уникнути вигорання авторки. Також визначено перспективні вектори розширення: поглиблення тематики епізодів, залучення нових експертів, активний вихід у соціальні мережі через формати коротких відео, розширення платформ дистрибуції та пошук комерційних партнерів чи грантової підтримки.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі ми спланували, розробили та успішно випустили освітньо-розважальний подкаст про лайфгаки для самостійного вивчення іноземних мов «**Сам собі teacher**». Усі завдання, поставлені на початку дослідження, були послідовно та повною мірою виконані.

На основі реалізації проєкту можна зробити такі висновки:

1. Виокремлено ключові психологічні та методичні бар'єри, що заважають самостійному навчанню. Дослідження довело, що традиційна парадигма навчання часто ігнорує емоційний стан дорослого учня. Ми встановили, що головна причина невдач – це не відсутність здібностей («таланту»), а глибокі психологічні перешкоди. Аналіз таких явищ, як страх говоріння (мовна тривожність), синдром «серійного початківця» та «ефект плато», науково обґрунтував потребу в зміщенні фокусу з сухої лінгвістики на когнітивну психологію та андрагогіку. Усвідомлення цих бар'єрів дозволило нам відмовитися від стандартних граматичних уроків і перетворити подкаст на інструмент психологічної та методологічної підтримки.

2. Розроблено концепцію та сценарії подкасту на основі принципів мікронавчання (microlearning). Обґрунтовано, що для сучасної аудиторії, яка живе в умовах постійного дефіциту часу та мультизадачності, екстенсивні методи навчання є неефективними. Ми адаптували навчальний контент до формату епізодів тривалістю до 10 хвилин, створивши наскрізну структуру з шести випусків (від постановки SMART-цілей до імерсії в побут). Застосування формату ед'ютейнменту через дружній діалог ведучої-аматорки та експертки дозволило зруйнувати стигматизований образ «суворого вчителя», зняти страх перед помилками та створити безпечне освітнє середовище.

3. Прокласифіковано цифрові інструменти та методики для розв'язання проблеми інформаційного перевантаження. У ході роботи було виявлено проблему «цифрової силогоманії» – хаотичного накопичення

освітніх додатків, що лише дезорієнтує слухача. Разом із експерткою ми систематизували MALL-технології за їхнім дидактичним призначенням: відокремили ігрові застосунки (Duolingo) для мотивації від систем інтервальних повторень (Anki, Quizlet) для формування довгострокової пам'яті. Також ми концептуалізували перевагу лексичного підходу (вивчення колокацій) та артикуляційної техніки імітації (Shadowing) над неефективним механічним зубрінням, сформувавши дієвий «стартовий пакет» для автодидактів.

4. Успішно апробовано інструментарій проєктного менеджменту в процесі виробництва медіапродукту. Практична реалізація подкасту довела життєздатність методів структурного планування в медіажурналістиці. Завдяки застосуванню діаграми Ганта (Рис. 2.2.1) та Структури розбиття робіт (Рис. 2.1.3) вдалося оптимізувати ресурси, чітко розмежувати етапи виробництва та забезпечити реліз проєкту у встановлені дедлайни. Попри обмежену технічну базу, самостійне забезпечення повного циклу (запис, чистовий авдіомонтаж в Audacity, саунд-дизайн njoj) та розробка багатомовної візуальної айдентики в Canva засвідчили високий рівень автономності та комплексне володіння навичками медіавиробництва.

5. Проведено дистрибуцію та доведено життєздатність формату як інструменту неформальної освіти. Публікація готових епізодів на стрімінговій платформі Spotify та крос-медійна підтримка статтями на Medium дозволили успішно верифікувати комунікаційну стратегію. Запропонована концепція «зміни реальності» (формування іншомовного середовища через рутинні звички та гаджети) знайшла відгук у цільовій аудиторії. Демографічна статистика прослуховувань (Додаток В) підтвердила, що нам вдалося залучити заявлене ядро слухачів, що доводить наявність стійкого суспільного запиту на нішеві освітні проєкти подібного формату та відкриває перспективи для подальшого масштабування.

Підсумовуючи, кваліфікаційна робота довела, що освітній подкастинг має потужний потенціал для трансформації неформальної освіти. Створення

подкасту «Сам собі teacher» підтвердило важливу тезу: мінімальна команда й скромна технічна база не є перешкодою для випуску суспільно значущого медіапродукту. Успіх залежав не від масштабів бюджету, а від дисципліни, системного планування та глибокого аналітичного занурення в тему.

Крім того, цей процес виявився глибоко трансформаційним і для самої авторки, адже робота над проєктом змусила не лише опрацьовувати факти за журналістськими стандартами, але й також переосмислити власні когнітивні звички та знайти емпатійний тон для комунікації зі слухачем.

Наш подкаст не просто давав поради про те, як взяти відповідальність за своє навчання, – сам факт його створення вже став практичним втіленням цієї відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Англійська по-простому. *englishprosto*. URL: <https://youtube.com/@englishprosto?si=CP4vImE8s7q1n1k1> (Дата звернення 23.05.26)
2. Блага Н. «Управління проєктами». Навчальний посібник. *ЛДУВС МВС України*, 2021. 152 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/3870/1/%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D0%B3%D0%B0%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%B8.pdf> (Дата звернення 20.05.2026)
3. Бобров Р. Дерево проблем. URL: <https://www.romanbobrov.com/post/%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC> (Дата звернення 20.05.2026)
4. Волошенюк О. В., Іванов В. Ф. Медіаграмотність та цифрова гігієна: навчальний посібник. *Київ: Центр Вільної Преси*, 2020. 152 с. (Дата звернення 22.05.2026)
5. Гранти в Україні: портал грантових можливостей. URL: <https://granty.org.ua/> (Дата звернення 25.05.2026)
6. Гріньова А. Стаття «Лайфхаки для ефективного спілкування: як комунікувати, що читати та яких помилок уникати». *Happy Monday*. URL: <https://happy monday.ua/jak-rozvinuty-komunikatyvni-navychky> (Дата звернення 25.05.2026)
7. Дні науки: XXXI науково викладацько-студентська конференція Національного університету «Острозька академія» (11–15 травня 2026 року, м. Острог). *Острог: Вид-во Національного університету «Острозька академія»*, 2026. С. 37. URL:

https://drive.google.com/drive/folders/1RFMwMVI_ELSza_ZZ_gVjECmyKsw8-g7R

8. До 85% українців у 2023 році повністю відмовились від російського медіапродукту, – дослідження «Детектора медіа». *MediaSapiens*. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/34733/2024-04-23-do-85-ukraintsiv-u-2023-rotsi-povnistyu-vidmovylys-vid-rosiyskogo-mediaproduktu-doslidzhennya-detektora-media/> (Дата звернення 29.01.2026)
9. Зосим М. Структура розбиття робіт (Work Breakdown Structure - WBS). URL: <https://www.maxzosim.com/struktura-rozbittia-robit/> (Дата звернення 23.05.2026)
10. Оголь А. Стаття «SWOT-аналіз із прикладами». *eSputnik*, 2025. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami> (Дата звернення 23.05.2026)
11. Палко Х. Подкаст «Ніжний інгліш». *The Ukrainians Media*. URL: <https://open.spotify.com/show/0Dn92yfXOzwRk9josHzloV?si=db8e2e3c2523409> а (Дата звернення 30.01.2026)
12. Подкаст про англійську | Englishdom. *Englishdom*. URL: <https://open.spotify.com/show/480e9g3B5alxavxm9SDo9z?si=ab1f69f01c4246f5> (Дата звернення 30.01.2026)
13. Подкаст «Сам собі teacher». *Spotify*. URL: <https://open.spotify.com/show/5Yae7yaaympPfB222uQ8ro3?si=RZZgXjspSk2tdGDPdqCE6Q> (Дата звернення 25.05.2026, 02.06.2026)
14. Стаття «Ризики проекту: аналіз, оцінка та стратегії управління». *Skillsetter*. URL: <https://skillsetter.io/blog/risk-management-ua> (Дата звернення 23.05.2026)
15. Стаття «Тайм-менеджмент як інструмент підвищення ефективності використання робочого часу в умовах сучасного бізнесу». *Головна*. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4910/4854>

16. Стаття «Тайм-менеджмент як мистецтво управління часом». *Наукові тренди постіндустріального суспільства*. 2021. Т. 1. С. 86-91. URL: <https://ir.vtei.edu.ua/g.php?fname=27758.pdf> (Дата звернення 23.05.2026)
17. Стаття «Управління ризиками проекту». *LibreTexts - Ukrayinska*. URL: <https://surli.cc/edvzbs> (Дата звернення 23.05.26)
18. Стаття «Що таке Діаграма Ганта і як правильно користуватися?». *Worksection*. URL: <https://worksection.com/ua/blog/what-is-gantt-chart.html> (Дата звернення 22.05.2026)
19. Трейсі Б. Зроби це зараз. 21 чудовий спосіб зробити більше за менший час. *Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля»*, 2019. С. 112. (Дата звернення 23.05.2026)
20. Управління проектами: навчальний посібник / Т. В. Маматова, В. М. Молоканова, У67 І. А. Чикаренко, О. О. Чикаренко. – *Дніпро: ДПІДУ НАДУ*, 2018. – 120 с. URL: https://palsg.nmu.org.ua/ua/literature/2018_ProjectManag_navch_pos.pdf (Дата звернення 22.05.2026)
21. 10 подкастів для вивчення англійської. *Buki*. URL: <https://buki.com.ua/news/podkasty-angliyskoyu/> (Дата звернення 30.01.2026)
22. Benson P. Teaching and Researching: Autonomy in Language Learning. 2nd ed. *London: Routledge*, 2011. 296 p. (Дата звернення 01.02.2026)
23. Deci, E. L., & Ryan, R. M. Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation. *American Psychological Association*, 2000. Vol. 55, No. 1, pp. 68-78. (Дата звернення 01.02.2026)
24. Desai, S. Done is Better Than Perfect: Why Timely Action Will Always Beat Delayed Perfection. LinkedIn, 2025. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/done-better-than-perfect-why-timely-action-always-beat-sameer-desai-wunyf> (Дата звернення 23.05.2026)
25. Dörnyei Z., Ushioda E. Teaching and Researching Motivation. 3rd ed. *London: Routledge*, 2021. 350 p. (Дата звернення 01.02.2026)

26. Ebbinghaus H. *Memory: A Contribution to Experimental Psychology*. *New York: Teachers College, Columbia University*, 1913. 123 p. (Дата звернення 03.02.2026)
27. Edge J. *Mistakes and Correction*. *London: Longman*, 1989. 70 p. (Дата звернення 03.02.2026)
28. Gibbons P. *Scaffolding Language, Scaffolding Learning: Teaching English Language Learners in the Mainstream Classroom*. 2nd ed. *Portsmouth: Heinemann*, 2015. 256 p. (Дата звернення 03.03.2026)
29. GreenForest | АНГЛІЙСЬКА мова. *GreenForestbest*. URL: <https://youtube.com/@greenforestbest?si=LMjdABuLOEcAJKK> (Дата звернення 01.02.2026)
30. Horton D., Wohl R. R. Mass communication and para-social interaction: Observations on intimacy at a distance. *Psychiatry*. 1956. Vol. 19, No. 3. P. 215–229. (Дата звернення 03.02.2026)
31. Horwitz E. K., Horwitz M. B., Cope J. Foreign language classroom anxiety. *The Modern Language Journal*. 1986. Vol. 70, No. 2. P. 125–132. URL: <https://www.ling.ohio-state.edu/research/groups/lacqueys/readings/horowitz.pdf> (Дата звернення 03.02.2026)
32. How to Make a Resource Breakdown Structure (RBS). *ProjectManager*. URL: <https://www.projectmanager.com/blog/resource-breakdown-structure-rbs> (Дата звернення 23.05.2026)
33. Kadota S. *Shadowing as a Practice in Second Language Acquisition: Connecting Inputs and Outputs*. *London: Routledge*, 2019. 214 p. (Дата звернення 03.02.2026)
34. Kang S. H. K. Spaced Repetition Promotes Efficient and Effective Learning: Policy Implications for Instruction. *Policy Insights from the Behavioral and Brain Sciences*. 2016. Vol. 3, No. 1. P. 12–19. URL: https://www.researchgate.net/publication/290511665_Spaced_Repetition_Promotes_Efficient_and_Effective_Learning_Policy_Implications_for_Instruction#full-text (Дата звернення 04.02.2026)

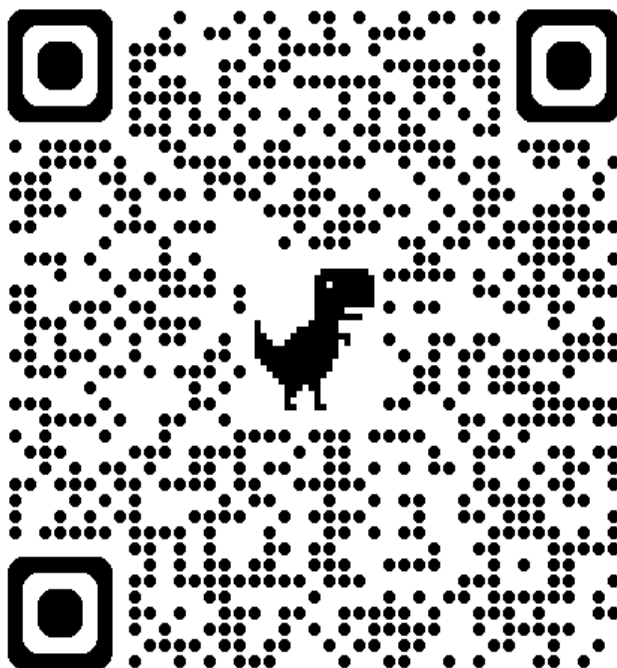
35. Kapp K. M. The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. *San Francisco: Pfeiffer*, 2012. 336 p. (Дата звернення 04.02.2026)
36. Knowles, M. The Adult Learner: A Neglected Species. *American Society for Training and Development, Madison, Wis.*, 1973. 207p. (Дата звернення 04.02.2026)
37. Knowles M. S., Holton E. F., Swanson R. A. The Adult Learner: The Definitive Classic in Adult Education and Human Resource Development. 8th ed. *London: Routledge*, 2014. 402 p. (Дата звернення 04.02.2026)
38. Krashen S. Principles and Practice in Second Language Acquisition. *Oxford: Pergamon Press*, 1982. 202 p. (Дата звернення 04.02.2026)
39. Lantolf J. P. Sociocultural Theory and Second Language Learning. *Oxford: Oxford University Press*, 2000. 296 p. (Дата звернення 04.02.2026)
40. Lewis M. The Lexical Approach: The State of EFL and a Way Forward. *Hove: Language Teaching Publications*, 1993. 200 p. (Дата звернення 05.02.2026)
41. Locke E. A., Latham G. P. Building a practically useful theory of goal setting and task motivation. *American Psychologist*. 2002. Vol. 57, No. 9. P. 705–717. URL: <https://www-2.rotman.utoronto.ca/facbios/file/09%20-%20Locke%20&%20Latham%202002%20AP.pdf> (Дата звернення 05.02.2026)
42. MEGOGO Audio. (2023). Дослідження ринку українських подкастерів. *Детектор media*. URL: <https://ms.detector.media/internet/post/33253/2023-10-19-megogo-audio-predstavylo-doslidzhennya-rynku-ukrainskykh-podkasteriv/> (Дата звернення 30.01.2026)
43. Paivio A. Mental Representations: A Dual Coding Approach. *Oxford: Oxford University Press*, 1986. 336 p. (Дата звернення 04.02.2026)
44. Popchuk, O. Confessions of a «Serial Beginner»: Why we quit learning languages (and how to finally stop). Medium, 2026. URL: <https://medium.com/@oleksandra.popchuk/confessions-of-a-serial-beginner-why-we-quit-learning-languages-and-how-to-finally-stop-3c2b212a8211> (Дата звернення 22.05.2026)

45. Reich, J., & Ruipérez-Valiente, J. A. (2019). The MOOC pivot. *Science*, 363(6423), 130-131. (Дата звернення 04.02.2026)
46. Richards J. C. Key Issues in Language Teaching. *Cambridge: Cambridge University Press*, 2015. 848 p. (Дата звернення 04.02.2026)
47. Richards J. C. Moving Beyond the Plateau: From Intermediate to Advanced Levels in Language Learning. *Cambridge: Cambridge University Press*, 2008. (Дата звернення 04.02.2026)
48. Roetzel P. G. Information overload in the information age: a review of the article from a business administration perspective. *European Management Journal*. 2019. Vol. 37, No. 2. P. 476–498. (Дата звернення 04.02.2026)
49. Sweller J. Cognitive load during problem solving: Effects on learning. *Cognitive Science*. 1988. Vol. 12, No. 2. P. 257–285. (Дата звернення 05.02.2026)
50. Zichermann G., Cunningham C. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. *Sebastopol: O'Reilly Media*, 2011. 208 p. (Дата звернення 07.02.2026)
51. Zimmerman B. J. Becoming a Self-Regulated Learner: An Overview. Theory Into Practice. 2002. Vol. 41, No. 2. P. 64–70. URL: <https://www.leiderschapsdomeinen.nl/wp-content/uploads/2016/12/Zimmerman-B.-2002-Becoming-Self-Regulated-Learner.pdf> (Дата звернення 07.02.2026)

ДОДАТКИ

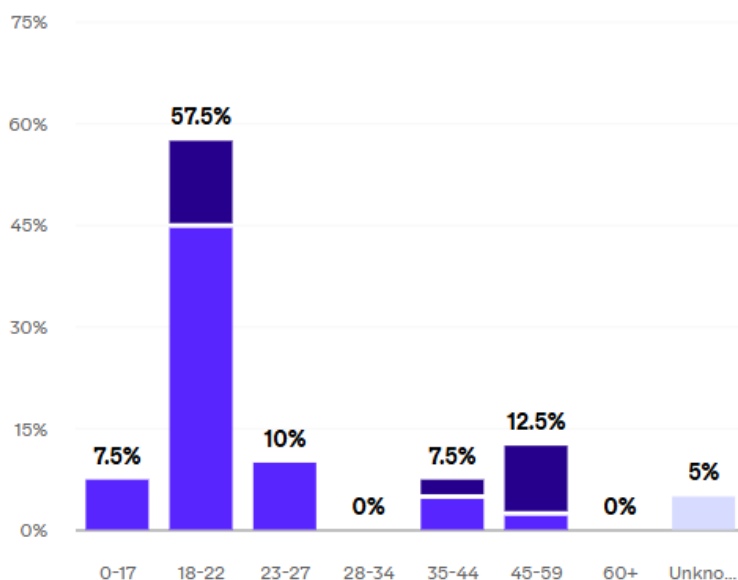
Додаток А

Подкаст «Сам собі teacher»



Цільова аудиторія подкасту

Age



Загальна статистика 02.06.2026

**Cam собі teacher**

170 streams & downloads