

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ
УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій

Кафедра культурології та медіакомунікацій

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

ТЕМА

«Подкаст як явище кіножурналістики в Україні»

Освітньо-професійна програма

Соціальна та культурна журналістика

галузь знань **06 Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Смаль Кирило Вадимович

Керівник: професор Кравченко Олександр Васильович

Рецензент: доктор філософії в галузі соціальних
комунікацій та медіа Зіненко Олена Дмитрівна

Допущений до захисту на засіданні

кафедри культурології та

медіакомунікацій _____ 2025 р.,

Протокол №

Харків 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ПОДКАСТ У СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ	
1.1. Поняття подкасту як жанру журналістики.....	6
1.2 Види та особливості подкастів.....	10
1.3 Технологія створення подкасту.....	14
РОЗДІЛ 2 МІСЦЕ ПОДКАСТІВ ПРО КІНО В СВІТОВИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА	
2.1 Історія розвитку подкастів про кіно у світі.....	18
2.2 Поява та розвиток подкастів в Україні.....	20
2.3 Сучасний стан подкастів про кіно в Україні.....	23
РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ПРО КІНО	
3.1 Планування та підготовка до запису подкасту.....	26
3.2 Процес запису подкасту з гостем.....	29
3.3 Монтування подкасту.....	32
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	37

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку медіаіндустрії спостерігається активна трансформація традиційних форматів журналістики під впливом цифрових технологій. Одним із таких новітніх явищ є подкасти — аудіо- або відеопрограми, що поширюються через Інтернет та дозволяють аудиторії споживати контент у зручний для себе час і форматі. Подкастинг перетворився на окрему галузь медіавиробництва, що поєднує риси радіо, телебачення, кінематографу та нових медіа. Зокрема, у сфері кіножурналістики, де традиційно переважає візуальний контент, подкасти стають важливим інструментом обговорення, аналізу та популяризації кінематографічного мистецтва.

Актуальність дослідження обумовлена стрімким розвитком українського ринку подкастів, зокрема тематичних подкастів про кіно, які стали новим майданчиком для кінокритики, освітніх проєктів і комунікації з кінематографічною спільнотою. В умовах війни та глобальної цифровізації медіапростору подкасти набувають особливого значення як форма збереження та розвитку культурного дискурсу. Проте наукові дослідження, присвячені подкасту як явищу саме кіножурналістики в Україні, залишаються малочисельними, що визначає потребу у комплексному аналізі цієї теми.

Об'єктом дослідження є подкаст як форма медіакомунікації в межах кіножурналістики.

Предметом дослідження виступають особливості формування, функціонування і специфіка подкастів, присвячених тематиці кіно, в українському медіапросторі.

Метою дослідження є комплексне вивчення подкасту як явища кіножурналістики в Україні, визначення його основних рис, функцій, жанрово-стильових особливостей та ролі у сучасному культурному процесі.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання дослідження**:

- проаналізувати теоретичні засади подкастингу як медіаформату;
- окреслити основні етапи розвитку кіножурналістики в Україні;
- дослідити особливості виникнення та становлення подкастів про кіно в українському медіапросторі;
- систематизувати жанрово-стильові характеристики кіноподкастів;
- виявити специфіку комунікаційної взаємодії між творцями подкастів та аудиторією;
- розглянути приклади найбільш впливових українських кіноподкастів;
- проаналізувати перспективи розвитку подкастингу в кіножурналістиці України.

Наукова новизна дослідження полягає у визначенні подкасту як самостійного і повноцінного явища кіножурналістики в Україні, що має свої жанрові особливості, комунікаційні стратегії і виконує важливу роль у популяризації кіноосвіти, критики та кіномистецтва загалом. Теоретичне значення роботи полягає у поглибленні уявлень про сучасні процеси в журналістиці, зокрема про інтеграцію новітніх форматів у кіножурналістику.

Практичне значення дослідження полягає у можливості використання його результатів для створення, аналізу й удосконалення кіноподкастів, а також у розробці освітніх програм для журналістів, кінокритиків і медіапродюсерів, що працюють із аудіо- та відеоконтентом.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети було застосовано комплекс методів: аналіз і синтез наукових джерел з теми подкастингу та кіножурналістики; порівняльний аналіз для зіставлення різних кіноподкастів; контент-аналіз для дослідження структури і тематики подкастів; методи інтерв'ювання та опитування для збору емпіричних даних про сприйняття подкастів аудиторією.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, які включають підрозділи, висновків, списку використаних джерел.

У першому розділі розглядаються теоретичні аспекти подкастингу та кіножурналістики. Другий розділ присвячено аналізу українських кіноподкастів, їхньої специфіки та перспектив розвитку. Третій розділ складається з практичних відомостей про процес створення подкасту.

РОЗДІЛ 1 ПОДКАСТ У СУЧАСНІЙ ЖУРНАЛІСТИЦІ

1.1. Поняття подкасту як жанру журналістики

У сучасних умовах розвитку глобалізованого інформаційного простору відбуваються глибокі трансформації традиційних засобів масової інформації. Цифровізація, інтернетизація, зростання мобільного споживання контенту стали тими факторами, що призвели до появи нових форматів журналістської діяльності, які відповідають запитам постіндустріального суспільства. Одним із таких явищ є подкастинг — формат, що стрімко набув популярності у світі та в Україні, змінивши способи взаємодії між журналістом і аудиторією.

Поява подкастів стала відповіддю на кілька важливих тенденцій медіасфери початку XXI століття: перехід від масового до індивідуалізованого медіаспоживання, потребу в гнучкості доступу до інформації та прагнення аудиторії до більш глибокого, персоналізованого контенту. На відміну від традиційних засобів масової інформації, які орієнтуються на широкі сегменти суспільства, подкасти дозволяють комунікувати з вузькими цільовими групами, задовольняючи їх специфічні інформаційні та емоційні потреби.

У світовій практиці подкасти стали повноцінним медіапродуктом, який успішно конкурує з традиційним радіо, телевізійною журналістикою та навіть деякими видами друкованих медіа. За даними дослідження Edison Research, на 2023 рік понад 55% американців віком від 12 років регулярно слухали подкасти, а обсяг ринку подкастингу в США перевищив 2 млрд доларів. В Україні, хоч ринок подкастів і сформувався дещо пізніше, однак також демонструє стабільне зростання: за останні роки спостерігається активне зростання кількості вітчизняних проєктів, що охоплюють різні тематики — від політики до культури й кіноіндустрії. [2]

Подкастинг, як жанр журналістики, має низку специфічних рис, що вирізняють його серед інших форматів. Це, зокрема, асинхронність споживання (можливість прослуховувати подкаст у будь-який час),

інтерактивність (активна участь аудиторії у створенні контенту через коментарі, питання, пропозиції), відсутність жорстких форматних обмежень щодо тривалості випусків і стильового оформлення. Важливою особливістю подкастів є також їхній авторський характер: нерідко автори подкастів виступають одночасно як журналісти, редактори, ведучі та продюсери, що формує особливу атмосферу довіри та особистісної комунікації між подкастером і слухачем.

У сучасній журналістиці подкаст виконує важливі функції: інформативну, аналітичну, просвітницьку, розважальну, а також соціальну — через висвітлення актуальних суспільних проблем у доступній та залучаючій формі. Особливе місце займають подкасти, присвячені культурі, кінематографу, мистецтву, де журналістика переплітається з елементами критики, рецензії та авторської інтерпретації подій.

Водночас, незважаючи на популярність та динамічний розвиток подкастингу, наукова спільнота ще не виробила єдиного трактування поняття «подкаст» як жанру журналістики. У різних дослідженнях подкаст визначається як форма інтернет-радіо, як новий вид журналістської діяльності, як спосіб мультимедійної комунікації або як окремий медіажанр. Така різноманітність підходів свідчить про складність і багатогранність цього явища, що потребує системного наукового осмислення.

У межах даного підрозділу буде здійснено аналіз основних підходів до визначення поняття «подкаст», розглянуто історичні передумови його виникнення та розвитку, охарактеризовано ключові риси подкастингу як особливої форми журналістської комунікації. Також буде приділено увагу жанровій специфіці подкастів і їхній ролі у трансформації сучасної журналістики.

Отже, подкаст — це медіаформат, який спершу може видаватися досить простим у визначенні, проте для повного усвідомлення цього

явища важливо зважити на його соціокультурну, технологічну та комунікаційну природу. Визначення «подкаст» зазвичай пов'язується із серіями аудіофайлів, що можуть бути завантажені чи прослухані через Інтернет. Проте це поняття значно глибше, а його значення в нинішньому медіа просторі — багатогранне.

Термін «подкаст» є сполученням двох слів «iPod» — портативний музичний програвач компанії Apple, та «broadcast» — мовлення. Проте сьогодні подкаст вже не є прив'язаним тільки до цієї технології. Від початку свого існування всередині 2000-х років подкастингу вдалося перетворитися у самостійний медіаформат, що віднаходить своє місце не тільки в культурній, але й у журналістській та науковій комунікації. В основному подкаст можна визначити як серію аудіофайлів, що розповсюджуються через Інтернет і здебільшого доступні за підпискою.[2] Він не обов'язково є частиною традиційного радіомовлення чи телебачення, а натомість дозволяє творити контент незалежно від етерного часу й форматів. Таким чином, подкасти являють собою цифрову форму комунікації, в якій аудиторія має змогу обирати, коли і де вона бажає слухати певну програму.

Подкаст став невід'ємною частиною сучасного медіапейзажу. Згідно з дослідженнями, в останні роки він активно входить у повсякденне життя людей, перетворюючись на важливе джерело інформації та розваги. Однією з ключових характеристик подкастів є їхня здатність створювати нові формати комунікації, де контент може бути адаптований до інтересів та потреб конкретної аудиторії. Подкасти дозволяють висвітлювати теми, які не завжди можуть знайти місце в традиційних медіа, таких як газети, радіо чи телебачення.

Технологічна революція, яку приніс Інтернет, дозволила зробити подкасти доступними для широкої аудиторії. І хоча вони стали популярними в основному завдяки мобільним пристроям, таким як смартфони та планшети, їхня успішна інтеграція в різні соціальні сфери відкрила нові можливості для медіа, маркетингу та бізнесу.

Серед основних характеристик подкасту як соціокультурного явища можна виділити:

- Індивідуалізація контенту. Подкасти здатні пропонувати слухачам інформативний та розважальний контент, що відповідає їхнім інтересам, дозволяючи кожному формувати власну медіaproграму в залежності від часу, теми або формату.
- Невимушеність і персоналізація. Ведучі подкастів часто створюють атмосферу «приватної розмови», де відсутній обов'язок дотримуватись формальностей, характерних для традиційних медіа. Це дозволяє слухачам відчувати себе частиною спільноти, що обговорює близькі їм питання в неформальній обстановці.
- Доступність на будь-якому етапі комунікації. Подкасти є доступними для прослуховування будь-коли і в будь-якому місці, що створює високий рівень мобільності для споживачів контенту. Це важливо, оскільки сучасне суспільство прагне до максимальної економії часу та зручності.

Подкасти здобули помітне місце в журналістиці, хоча спершу їх сприймали як несерйозний засіб комунікації, що застосовувався переважно блогерами та ентузіастами. Разом з тим вони мають великий потенціал для професійної журналістики, оскільки дають змогу створювати глибокі аналітичні програми, які можуть виходити за рамки звичайного радіомовлення.[6] Вони дають журналістам змогу досліджувати складні питання, пропонувати власні аналітичні погляди й коментарі, а також вести дискусії з фахівцями. Це дозволяє представити тему з усіх можливих точок зору, дозволяючи слухачам самостійно вибудовувати своє розуміння подій. Отже, подкасти стають важливим елементом розвитку нового типу журналістики — поглибленої, невимушеної та відкритої.

Додатково, у контексті кіножурналістики, подкасти стали ваговою платформою для обговорення кінематографічних тенденцій,

новинок індустрії, а також для публікації інтерв'ю з кінематографістами. Це створює можливості для рефлексії над кіномистецтвом у нових формах і масштабах, доступних для широкої аудиторії. І, також, важливим аспектом подкасту є його функція як каналу комунікації між автором та слухачем. Це не тільки передача інформації, а й взаємодія, яка сприяє створенню певної спільноти навколо конкретного подкасту. Слухачі мають можливість коментувати випуски, ділитися ними в соціальних мережах, а також взаємодіяти з ведучими або іншими учасниками програми. Така взаємодія створює інклюзивну атмосферу, в якій аудиторія не лише пасивно сприймає контент, а й активно бере участь у його розвитку.

Отже, подкаст — це не просто технічний формат, а соціокультурний феномен, що відображає зміни в медіапрактиках, комунікації та споживанні інформації. Він дозволяє журналістам та авторам збільшити свої можливості у передачі інформації, встановити більш тісний зв'язок із аудиторією та надати контент, котрий відповідає вимогам сучасності. Подкасти стали важливою складовою частиною журналістики та комунікацій, перетворюючись на важливий інструмент у створенні більш персоналізованого та доступного контенту для слухачів.

1.2 Види та особливості подкастів

Підкасти, як медіаформат, мають величезну різноманітність. Це явище проявляє себе не лише в широкому спектрі жанрів, але й у своїй формі, способах подачі контенту та технологічних рисах. Сучасні подкасти складаються з безлічі форматів, кожний з яких має свої особливості, переваги та методи взаємодії з аудиторією. Визначення подкасту як феномену, звісно, не обмежується лише його структурою чи змістом; набагато важливіше зрозуміти, як різні види подкастів функціонують у сучасному медіапросторі, і яким чином вони можуть бути адаптовані до різноманітних потреб слухачів.

Подкасти за своєю суттю можна розподілити на декілька основних типів в залежності від характеру контенту, способу подачі інформації та формату. [6] Ось основні види, що на сьогодні є найбільш популярними.

Інтерв'ю — один з найбільш популярних форматів подкастів, що передбачає обговорення теми за участю фахівця чи знаменитості. У таких подкастах ведучий або декілька ведучих розмовляють з гостями, які мають глибокі знання чи унікальний досвід щодо певної теми. Відмінною рисою інтерв'ю-подкастів є можливість слухачам отримати різноманітні погляди з актуальних питань у реальному часі. Такі подкасти можуть охоплювати теми від бізнесу, культури, політики до науки та технологій.

Прикладом такого формату є подкасти, які проводить відомий журналіст або інші публічні особи, де вони запрошують різних гостей для обговорення цікавих тем або новин.

Розповідні подкасти (Storytelling). Подкасти цього типу орієнтовані на створення та подачу історій, які можуть бути як вигаданими, так і реальними. Вони дозволяють слухачам повністю зануритися в сюжет, що розвивається, і можуть включати в себе елементи драматургії, звукорежисури, інтерпретації тексту. Такий підхід дозволяє зберігати увагу слухача, викликаючи емоційну реакцію завдяки сильному наративу.

Використовуючи формат «історії», розповідні подкасти можуть мати вигляд серіалів, кожен з яких висвітлює окрему частину сюжетної лінії, чи це історії з реального життя, або фікція. Цей вид подкасту вимагає від творців високого рівня майстерності в написанні сценаріїв та звуковому оформленні, що додає атмосферності.

Освітні та інструкційні подкасти. Цей різновид подкастів є важливим засобом у процесі навчання, самовдосконалення та покращення кваліфікації. Освітні подкасти охоплюють широкий діапазон тем, від академічних дисциплін до фахових знань, таких як

економіка, історія, медицина, психологія тощо. Ведучі таких подкастів є не тільки журналістами, а й фахівцями у своїх галузях.

Особливістю освітніх подкастів є те, що вони здебільшого мають чітку структуру: подкасти цього напрямку часто діляться на теми, що викладаються послідовно, допомагаючи слухачам поглиблювати знання в конкретній сфері.

Комедійні подкасти. Подкасти такого виду доволі часто поєднують розважальний контент з іншими жанрами. Ведучі або коміки зазвичай використовують цей формат, щоб ділитися смішними історіями, обговорювати актуальні соціальні та культурні події або просто розважати слухачів. Вони також можуть включати гумористичні інтерв'ю, жарти, пародії на актуальні події.

Цей тип подкастів став надзвичайно популярним завдяки своїй здатності легко перетравлювати складні чи стресові теми через гумор, тим самим створюючи атмосферу легкості та розваги.

Новинні та інформаційні подкасти. Ці подкасти є важливим джерелом новин для слухачів, особливо для тих, хто шукає альтернативу звичайним новинним програмам на радіо чи телебаченні. Новинні подкасти можуть пропонувати щоденні, тижневі або місячні випуски новин, де слухачі здобувають інформацію про останні події у світі політики, економіки, культури та технологій. Вони можуть також містити глибокий аналіз або коментарі на події, що набирають популярності. Як правило, такі подкасти структуровані так, щоб слухачі могли отримати основну інформацію за короткий час, а також мають інтерактивні елементи, які дозволяють аудиторії висловлювати свою точку зору чи ставити запитання.

Виставкові подкасти (Critique/Review). Подкасти цього типу зосереджені на обговоренні та рецензуванні продуктів культури — кіно, музики, книг, відеоігор та інших форм розваг. Вони можуть мати вигляд аналізу новинок або відгуків на класичні твори. Ведучі таких подкастів надають свої власні оцінки, дають поради слухачам щодо вибору культурних продуктів та інтерпретують їх.

Така форма популярна серед кіножурналістики, оскільки вона дозволяє дійсно зануритись у культурні продукти через огляди та критичний підхід до них.

Хоча різновиди подкастів можуть відрізнятися за формою та жанром, усі вони мають деякі спільні риси, що надають подкасту як медіаформату певну унікальність.

1. Співпраця з аудиторією. Подкасти, на відміну від звичних медіа, сприяють більш глибокій та активній співпраці між авторами та слухачами. Коментарі, соціальні мережі, створення спеціальних підкаст-спільнот — усе це дозволяє слухачам активно долучатися до дискусій, а також формувати взаємозв'язок з творцями контенту.

2. Гнучкість формату. Подкасти надають величезну гнучкість у виборі формату контенту, оскільки творці можуть адаптувати програму під свої вподобання і конкретну аудиторію. Це може бути регулярне мовлення або одноразові випуски, можуть використовуватись різні інтерв'ю, аналітика, аудіоформати (як діалоги, так і монологи).

3. Доступність і мобільність. Подкасти доступні на різних платформах і будь-де — від мобільних пристроїв до комп'ютерів. Це дозволяє слухачам споживати контент, не обмежуючи себе часом чи місцем. [2]

Ми можемо помітити, що подкасти як медіаформат є надзвичайно різноманітними і гнучкими, що дає змогу їм охоплювати різні теми та зацікавлення аудиторії. Типи подкастів, зокрема інтерв'ю, оповідні, освітні, комедійні, новинні та критичні, відрізняються один від одного за структурою та контентом, що забезпечує розмаїття у споживанні інформації та розваг. Кожен з цих форматів має свої особливості в подачі інформації та взаємодії зі слухачами.

Особливістю подкастів є їхня доступність, мобільність та здатність створювати глибокий емоційний зв'язок між ведучим і аудиторією.

Взаємодія через коментарі та соціальні мережі також є важливим аспектом, що сприяє формуванню відданих спільнот довкола подкастів.

Завдяки своїй гнучкості та можливості експериментувати з форматами, подкасти стають потужним інструментом як для професіоналів, так і для аматорів, відчиняючи нові можливості для створення контенту. Подкасти активно розвиваються завдяки своїй інтерактивності, доступності та здатності відповідати на потреби слухачів, що робить їх важливим елементом сучасного медіапростору.

1.3 Технологія створення подкасту

Створення подкасту — це непростий та багатошаровий процес, що вимагає від творців не лише креативного підходу, а й володіння певними технічними вміннями. У цьому розділі буде розглянута основна технологія створення подкасту, яка містить декілька ключових етапів: планування та підготовка, запис, монтаж, публікація та просування. У цьому розділі ми детально розглянемо кожний з важливих етапів.

Перший етап у створенні подкасту — це планування. На цьому етапі творці визначають головні аспекти майбутнього подкасту, такі як концепція, формат, тема та аудиторія. Вдале планування дає змогу створити структуру подкасту, котра буде зрозуміла та цікава слухачам.

Створення контент-плану. Після того, як концепція та формат визначено, важливо створити контент-план. Це може бути перелік тем для кожного епізоду, а також інтерв'ю з потенційними гостями, які можуть надати цінну інформацію. Планування допомагає організувати роботу та підтримувати стабільність випусків.

Вибір технічного обладнання. Для запису подкасту необхідно вибрати потрібне обладнання, зокрема мікрофони, навушники, аудіоінтерфейси, програмне забезпечення для запису та обробки аудіо. Оскільки якість звуку є

критичним чинником для слухачів, важливо підібрати пристрої, які забезпечать чистоту та чіткість звуку.

Запис є важливою частиною процесу створення подкасту, оскільки від нього залежить якість звуку та сприйняття контенту. Для того щоб запис був професійним, потрібно враховувати низку технічних моментів:

Вибір місця для запису. Ідеальне місце для запису подкасту — це тихе приміщення, де немає фонових шумів. Якщо записи проводяться вдома, краще використовувати кімнату з м'якими поверхнями, які поглинають звук (наприклад, килими, штори, меблі). Це дозволяє мінімізувати відлуння та інші неприємні звуки, які можуть вплинути на якість запису.

Налаштування обладнання. Після вибору місця для запису, наступний крок — налаштування техніки. Мікрофон повинен бути встановлений на правильній відстані від рота (зазвичай 10-20 см), а налаштування аудіоінтерфейсу повинні бути оптимальними для забезпечення чистоти звуку без перешкод. Важливо також використовувати поп-фільтри для зменшення шуму, що виникає при вимовленні приголосних звуків.

Запис аудіо. В процесі запису важливо дотримуватися чіткої структури епізоду, не переривати розповідь, зберігати природний темп і інтонацію. Важливо записувати аудіо в один зручний формат, наприклад, WAV або MP3, в залежності від подальших вимог до якості звуку. [3]

Після запису подкасту настає етап монтажу, під час якого очищають і покращують аудіо.

Очищення звуку. Під час запису можуть виникати різні звуки — клацання, шуми чи відлуння. Важливо використовувати програмне забезпечення для обробки звуку (наприклад, Adobe Audition, Audacity), яке дозволяє видаляти непотрібні звуки, зменшувати фонові шуми та покращувати якість звуку.

Коригування рівнів звуку. Для забезпечення оптимального звучання важливо коригувати рівні звуку між різними частинами запису, зокрема між

голосом ведучих та музикою або звуковими ефектами. Це допоможе зробити подкаст приємним для слухання.

Додавання музики та звукових ефектів. Музика може значно підвищити емоційний вплив подкасту, надаючи йому темп і атмосферу. Звукові ефекти допомагають краще передати суть епізоду, а також зробити подкаст більш динамічним. Однак важливо не перебільшувати з їх використанням, аби не відволікати слухачів від основної теми.

Після того, як подкаст був записаний та змонтований, наступним етапом є його видання на платформі для подкастів. Задля цього треба обрати платформу, де буде розташовано подкаст. До найпоширеніших платформ для публікації подкастів відносяться:

Apple Podcasts. Одна з найбільших і найпопулярніших платформ для подкастів, яка дозволяє створювати серії подкастів та моніторити їх популярність через статистику.

Spotify. Платформа, яка швидко набирає популярність серед подкастерів завдяки інтеграції з музичними сервісами та популярності серед молоді.

Google Podcasts. Інший популярний майданчик для публікації подкастів, що дозволяє слухачам легко знаходити і слухати подкасти через свої мобільні пристрої.

SoundCloud. Платформа, яка дозволяє легко публікувати аудіофайли, і використовує просту систему подачі і збереження контенту.

Для того, щоб подкаст досягнув широкої аудиторії, необхідно активно його просувати.

Соціальні мережі. Використання Facebook, Twitter, Instagram та інших платформ для поширення анонсів нових епізодів, взаємодії з слухачами та створення комунікаційної бази.

SEO для подкастів. Пошукова оптимізація є важливою для того, щоб подкаст міг бути знайдений за певними ключовими словами. Це дозволяє залучити нову аудиторію, яка не була знайома з проектом.

Співпраця з іншими подкастами та блогерами. Колаборації з іншими авторами можуть значно підвищити популярність подкасту, оскільки дозволяють залучити нову аудиторію.

Процес створення подкасту є комплексним та багатограним. Кожен етап, від планування до публікації та просування, має вирішальне значення для досягнення високої якості контенту та зацікавлення аудиторії. Планування є першим і головним кроком, адже воно визначає концепцію подкасту, його структуру та цільову аудиторію. Фаховий підхід до підготовки та налаштування техніки дає змогу створити якісний аудіоконтент, що є основою успішного подкасту.

Ключовим моментом у створенні подкасту є монтаж, що дозволяє не лише поліпшити якість запису, а й зробити контент більш динамічним та захопливим для слухачів. Це також дозволяє досягти оптимальної звукової якості та емоційного впливу на слухачів. [13]

Процес публікації та просування подкасту має важливе значення для його популярності. Вибір відповідної платформи та активне просування через соціальні мережі дають змогу залучити нову аудиторію та створити стабільний інтерес до контенту. Важливою складовою є також взаємодія з аудиторією через відгуки та коментарі, що створює лояльну спільноту слухачів навколо подкасту.

Загалом, успішне створення подкасту вимагає інтеграції креативного підходу та технічних знань на кожному етапі. Професійно створений та правильно просунутий подкаст може стати потужним медіа-інструментом, що дає змогу ефективно доносити інформацію до слухачів, одночасно створюючи унікальний контент, який знаходить відгук у серцях аудиторії.

РОЗДІЛ 2 МІСЦЕ ПОДКАСТІВ ПРО КІНО В СВІТОВИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

2.1 Історія розвитку подкастів про кіно у світі

Історія розвитку подкастів про кіно у світі є часткою загального процесу становлення подкастингу як медіаформату, що супроводжувався різкими змінами в технологіях та зацікавленнях аудиторії. Подкасти, як інструмент медіа та комунікації, розвивалися паралельно з розбудовою Інтернету та доступом до нових аудіовізуальних технологій. Спочатку подкасти сприймалися як новий канал для передачі інформації, проте з часом вони перетворилися на значну складову медіапейзажу, зокрема у сфері кіножурналістики.

Подкасти вперше постали в середині 2000-х років, коли технології для запису та публікації аудіо стали доступними для широкої публіки. Перші подкасти торкалися різних тем, однак вже на початку 2000-х років кіно стало однією з популярних тем серед подкастинг-спільноти. Спочатку подкасти про кіно були створені невеличкими ентузіастами та шанувальниками кінематографу, які мали намір обговорення новинок, фільмів-класиків, а також аналіз кінострічок. [15]

Одним із перших подкастів, присвячених кінематографу, був Filmspotting, що почав випускатися в 2005 році. Цей подкаст поєднував рецензії на нові фільми, обговорення класичних кінострічок та інтерв'ю з кінематографістами, здобувши популярність серед слухачів по всьому світу.

Завдяки своїй структурі та детальному аналізу фільмів Filmspotting став зразком для схожих проєктів.

Ще один важливий етап у розвитку подкастів про кіно був пов'язаний із запровадженням спеціалізованих подкастів від кінокритиків та блогерів. Це дозволило створити контент, орієнтований на більш вузьку та віддану аудиторію, що зацікавлена в глибокому аналізі кіно, а не просто в оглядах. Такі подкасти містили докладніше обговорення історії кінематографу, стилістики режисерів, а також розгляд соціальних, політичних і культурних аспектів фільмів.

У відповідь на зростаючу популярність подкастів про кіно великі медіа-компанії та кіновиробники почали створювати власні подкасти, що дозволяло їм безпосередньо взаємодіяти з кінематографічною аудиторією. Подкасти стали частиною стратегії просування нових фільмів, серіалів та телеканалів. Найбільші студії та кінокомпанії, як Warner Bros, Universal Pictures та 20th Century Fox, почали запускати власні подкасти, щоб привернути увагу до своїх проєктів.

З часом подкасти почали інтегруватися у широкий спектр кінематографічних тем: від інтерв'ю з режисерами та акторами до глибоких кінокритичних обговорень. Окремо стали з'являтися подкасти, присвячені специфічним жанрам кіно, таким як наукова фантастика, жахи або інді-кіно. Зокрема, подкасти, орієнтовані на специфічні жанри, дозволяли слухачам глибше зануритися в улюблені стилі кінематографу.

У 2010-х роках, коли популярність подкастів значно зросла, кіно стало однією з найбільш обговорюваних тем у цьому форматі. У той час багато подкастів про кіно перетворилися на справжні медіаплатформи для обговорення культових фільмів, режисерських досягнень та критичних оглядів. З'явилися нові подкасти, які не тільки обговорювали фільми, а й детально аналізували процеси створення фільмів, індустріальні зміни та новітні тенденції в кіновиробництві. [6]

Велику популярність здобули подкасти, що акцентують увагу на інтерв'ю з кінематографістами, а також ті, що створюють огляди на основі популярних кінематографічних подій, таких як Оскар чи Каннський фестиваль. Кожен епізод таких подкастів зазвичай супроводжується глибокими роздумами про те, як конкретний фільм чи режисер впливає на культурні та соціальні процеси.

Серед популярних подкастів про кіно сьогодні можна виділити такі, як The Filmcast, Kermode and Mayo's Film Review, The /Filmcast, The Next Picture Show та інші, які привертають увагу аудиторії завдяки своєму професіоналізму та детальному аналізу фільмів. [18]

Історія розвитку подкастів про кіно демонструє, як цей формат еволюціонував з незначного ентузіастичного руху до величезної медіаіндустрії, котра охоплює широкий спектр тем і жанрів. Подкасти про кіно стали важливим елементом медіапростору, даючи можливість слухачам з усього світу не лише отримувати інформацію про прем'єри кіно, а й брати участь у глибоких аналітичних бесідах про соціальну роль кіно, його вплив на суспільство та культуру. Від новинок кінематографа до спеціалізованих жанрових обговорень, подкасти продовжують зростати як могутній інструмент для кінематографічної журналістики та формування кінематографічної спільноти.

2.2 Поява та розвиток подкастів в Україні

Подкасти в Україні є відносно новим медіа-форматом, але вже за декілька років їхня популярність значно зросла. Це явище не є винятковим тільки для нашої країни, адже подкасти стали популярними по всьому світу, але особливості їх розвитку в Україні мають свою специфіку, що зумовлена соціальними, культурними та технологічними чинниками.

Перші спроби створення подкастів в Україні можна віднести до середини 2000-х років, коли Інтернет і технології для створення

аудіоконтенту стали більш доступними для широкої аудиторії. Однак цей формат медіа почав здобувати популярність лише на початку 2010-х, коли з'явилися більш зручні технології для поширення аудіоформатів, зокрема, мобільні додатки для прослуховування подкастів, такі як Apple Podcasts, Google Podcasts, Spotify та інші. [18]

Початково подкасти в Україні були здебільшого експериментальними проектами від невеликих ентузіастів, що захоплювалися різноманітними темами: від музики до політики. У цей період українські подкасти зазвичай створювалися аматорами та не мали великої аудиторії. Проте основною проблемою на той час було те, що технології прослуховування подкастів в Україні лише почали набирати популярності. Залишалася низька обізнаність серед громадян щодо цього формату медіа, і не всі мали доступ до інтернету або мобільних пристроїв, що забезпечують зручність прослуховування подкастів.

У той час українські подкасти зазвичай були сконцентровані на новинах та культурних подіях, а також охоплювали такі теми, як технології, бізнес, музика та загальна культура. Найбільш відомі подкасти, що з'явилися на початкових етапах, не мали професійної редакції і часто створювалися без бюджету. Проте вони ставали популярними серед молоді, особливо серед тих, хто шукав нові альтернативи традиційним медіа.

В середині 2010-х років інтерес до подкастів почав зростати, завдяки зручності і доступності цього формату. У цей період в Україні почали з'являтися перші великі платформи для публікації подкастів, а також спеціалізовані компанії, що почали розробляти подкастингові проекти для більш широкої аудиторії. Це сприяло підвищенню професіоналізму у створенні подкастів і привело до їх швидкого розвитку на ринку медіа.

Одним із перших великих кроків у розвитку подкастів став запуск «Подкасти Українського Радіо» в 2015 році, які привернули увагу

слухачів завдяки актуальним темам, які вони охоплювали. Це стало важливою подією в українському медіапросторі, оскільки вперше в Україні офіційна радіостанція почала інвестувати в подкастинг як медіа-формат.

Паралельно з цим в Україні почали активно розвиватися подкасти, що стосуються сучасних проблем та викликів у суспільстві: політика, економіка, культура, екологія, соціальні питання тощо. Це дозволило подкастам стати не просто розважальними, а й освітніми та аналітичними ресурсами, які допомагають слухачам отримувати глибоке розуміння актуальних процесів у світі та Україні.

Після того, як подкасти набули популярності серед української аудиторії, тема кінематографу також не залишилася поза увагою. Кінематографічні подкасти стали з'являтися на фоні зростання зацікавленості до кіно як культурного явища, а також завдяки розвитку кінокритики в Україні.

У цей же період з'явилися різні вітчизняні подкасти, зокрема «Радіо Свобода: Кіно», що стало популярним завдяки своїм глибоким аналітичним матеріалам, інтерв'ю з кінематографістами та критиками, а також обговоренню соціальних тем, піднятих в сучасних фільмах.

Криза, спричинена пандемією COVID-19, стала важливим фактором для подальшого розвитку подкастів в Україні. Відповідно до глобальних тенденцій, українці все більше почали звертатися до онлайн-форматів для отримання інформації, а подкасти стали важливим інструментом для дистанційного навчання та медіа-освіти. Протягом пандемії багато медіаорганізацій, культурних проєктів і незалежних виробників створювали нові подкасти, що стосуються актуальних тем – від культури та кінематографу до соціальних і психологічних аспектів життя в умовах карантину.

Водночас пандемія прискорила розвиток цифрової культури та привела до ще більшого попиту на подкасти в Україні. Зокрема, зросла кількість кінематографічних подкастів, які стали важливими платформами для

обговорення кінематографічної продукції, культурних подій та інтерв'ю з кінематографістами, які не могли проводити особисті зустрічі через карантинні обмеження.

На сьогоднішній день подкасти в Україні стали важливою частиною медіапейзажу, а кінематографічні подкасти займають своє місце серед популярних тем. Вони не лише допомагають слухачам отримувати актуальну інформацію про нові фільми та культурні події, але й створюють нову можливість для розуміння і аналізу кінематографу, як частини культури та соціальних процесів.

В умовах швидкого розвитку цифрових медіа, подкасти в Україні мають велике майбутнє, адже вони надають можливість для гнучкого формату передачі інформації та створення нового контенту, орієнтованого на інтереси молодшої аудиторії. Враховуючи зростаючий попит на українську кінокритику та культуру, можна очікувати, що подкасти про кіно в Україні будуть ставати все більш популярними і професійними. [9]

Поява та розвиток подкастів в Україні стали важливим кроком у трансформації медіапейзажу країни. Від перших експериментальних проєктів до великих медіаплатформ, подкасти в Україні розвиваються та вдосконалюються. Водночас, зростаючий інтерес до кінематографічних подкастів відображає зростання популярності та значущості кіно як частини культурного дискурсу країни. Подкасти стали потужним інструментом для кінокритики, а також для глибокого осмислення сучасних кінематографічних тенденцій.

2.3 Сучасний стан подкастів про кіно в Україні

Загалом, в останні кілька років подкасти про кіно в Україні значно зросли в популярності, і їхній вплив на медіапейз стає все більш помітним. Від початкових експериментальних проєктів до професійних

та високоякісних подкастів, кінематографічні подкасти в Україні демонструють зрілий розвиток і розширення аудиторії. У цьому розділі розглянемо сучасний стан подкастів про кіно в Україні, зокрема їхні особливості, тенденції та популярні проекти, що формують медіа країни.

Сучасний стан подкастів про кіно в Україні відзначається постійним збільшенням популярності. Все більше слухачів звертаються до цього формату, щоб отримувати не лише розважальний, але й глибокий аналітичний контент про нові фільми, культові кінострічки, кінематографічні тенденції та події в індустрії. За останні кілька років спостерігається суттєве зростання кількості кінематографічних подкастів, що стали важливою частиною українського медіапростору.

Цей тренд можна пояснити кількома факторами. По-перше, зростання зацікавленості до подкастів загальною популяризацією цього формату завдяки зручності та доступності сприяло також поширенню кінематографічних подкастів. По-друге, розвиток кінокритики в Україні, зокрема на платформах, орієнтованих на молодь, призвів до створення нових подкастів про кіно, які відповідають на запити слухачів, зацікавлених у культурних подіях та кінематографічному аналізі. Крім того, зростаюча цікавість до українського кінематографу також ставить акцент на розвиток кінематографічної критики, що включає подкасти як одне з основних джерел. [16]

В Україні існує кілька подкастів, які здобули популярність серед кіноманів і критиків завдяки їхній цікавій подачі матеріалу, глибокому аналізу фільмів та їхній здатності подавати інформацію в доступній формі. Деякі з них обговорюють світовий кінематограф, інші зосереджуються на українських фільмах, акторській майстерності та культурних подіях.

Однією з важливих рис сучасного стану подкастів про кіно в Україні є їх взаємодія з глобальними медіа-трендами. Українські кінематографічні подкасти активно сліднують світовим трендам у галузі кінокритики та кіноіндустрії, але водночас намагаються підтримувати національну ідентичність і відображати специфіку українського кінематографа.

Наприклад, багато українських подкастів активно обговорюють не тільки голлівудські новинки, а й теми, пов'язані з локальним кінематографом. Це дозволяє слухачам не тільки знайомитися з міжнародними тенденціями, але й дізнаватися більше про те, що відбувається на українській кіносцені. Більше того, українські подкасти активно підтримують українських кінорежисерів і акторів, інтерв'ю з якими часто є частиною програм. Вони таким чином сприяють розвитку місцевої кінокультури та зростанню інтересу до українських фільмів за кордоном.

У сучасному стані подкастів про кіно в Україні можна виділити кілька ключових тенденцій:

Формат коротких подкастів. У зв'язку з підвищенням популярності коротких форматів аудіоконтенту, українські подкасти про кіно все частіше зменшують тривалість своїх випусків, роблячи їх більш доступними для швидкого споживання інформації.

Інтерактивність та інтеграція з соціальними мережами. Подкасти активно взаємодіють з аудиторією через соціальні мережі, проводячи опитування, обговорення та активно запитуючи думки слухачів. Це дозволяє створювати більш інтерактивну та персоналізовану аудиторію.

Глибокий аналіз. Оскільки українські слухачі стали більш вимогливими до контенту, подкасти про кіно все більше фокусуються на детальному аналізі кінематографічних творів, а не тільки на поверхневих відгуках. Ведучі не обмежуються лише рецензіями, а розглядають фільми з культурної, соціальної та історичної точки зору.

Міжнародний контекст. Багато українських кінематографічних подкастів намагаються знайти баланс між локальними і міжнародними трендами, обговорюючи як українські, так і міжнародні кінострічки, порівнюючи їх між собою.

Сучасний стан подкастів про кіно в Україні є відносно стабільним, проте є низка викликів та перспектив. Одним з головних викликів є забезпечення високої якості контенту та боротьба з недостатньою кількістю фінансування. В умовах конкуренції з глобальними платформами українським подкастам необхідно знаходити свій унікальний голос і більш активно залучати слухачів. [16]

Перспективи розвитку подкастів про кіно в Україні зумовлені зростанням попиту на культурний контент, а також підтримкою локальних кінематографічних ініціатив. Подкасти мають потенціал стати важливим інструментом для популяризації українського кінематографа, а також для поглибленого вивчення світових кінематографічних тенденцій.

РОЗДІЛ 3 СТВОРЕННЯ ПОДКАСТУ ПРО КІНО

3.1 Планування та підготовка до запису подкасту

Планування та підготовка до запису подкасту — це надзвичайно важливий етап у створенні високоякісного аудіоконтенту, який включає в себе декілька ключових етапів: від концептуалізації та розробки задуму до організації запису та технічних налаштувань. Успіх подкасту напряму залежить від того, наскільки ретельно був виконаний кожен з цих кроків. Зважаючи на популярність подкастів і конкуренцію цього ринку, важливо приділяти увагу усім аспектам планування та підготовки до запису, щоб гарантувати ефективність комунікації з аудиторією та високу якість кінцевого продукту. У цьому розділі розглянемо основні етапи цього процесу, що включають розробку концепції, вибір теми та формату, написання сценарію, організацію запису та технічні аспекти підготовки.

Розробка концепції подкасту є першим і основним етапом його створення. На цьому етапі визначаються основні параметри програми, такі як тематика, стиль, цільова аудиторія та загальний тон. Правильна концепція подкасту дозволяє не лише сформулювати уявлення про те, чим саме буде займатися проект, а й створює основи для його популярності. [10]

Далі потрібно визначитися з темою подкасту, яка буде цікава і релевантна для обраної цільової аудиторії. Для кінематографічного подкасту, наприклад, можна вибрати такі напрямки, як огляд фільмів, історія кінематографії, аналіз кінотрендів, інтерв'ю з кінематографістами або обговорення конкретних жанрів. Вибір теми має відповідати інтересам аудиторії та бути актуальним на момент запису.

Розуміння цільової аудиторії дозволяє створити контент, який буде ефективно впливати на слухачів. Для подкасту про кіно аудиторія може бути різною за віком, соціальним статусом та інтересами, але важливо, щоб тема подкасту була цікавою саме для тих, хто його слухатиме. Наприклад, якщо подкаст орієнтований на кіноманів, він може включати глибокий аналіз кінострічок, тоді як для більш широкої аудиторії можна вибрати легкий та розважальний формат, який зосереджений на популярних новинках кінопрокату.

Після визначення теми важливо вирішити, який формат буде найбільш підходящим для подачі матеріалу. Формати подкастів можуть бути різноманітними: інтерв'ю, панельні дискусії, монологи, комбіновані формати тощо. Наприклад, для подкасту про кіно можна обрати формат обговорення фільмів з кількома ведучими, інтерв'ю з кінематографістами або огляд новинок кінопрокату. Стил ь ведення також важливий: він може бути серйозним і академічним або ж більш неформальним і розважальним в залежності від потреб аудиторії.

Сценарій є підґрунтям для вдалого подкасту, оскільки він визначає структуру, зміст і напрям випуску. Він дозволяє впорядкувати матеріал, гарантувати логічний та послідовний розвиток теми, а також утримати увагу слухачів. Добре написаний сценарій допомагає уникнути безладу, дає чіткі вказівки ведучим та гостям і забезпечує плавність діалогу. Окрім того, сценарій дозволяє ефективно контролювати час випуску, запобігаючи затягуванню або відсутності завершеності. Отже, сценарій є

не лише планом запису, але й інструментом для створення якісного і професійного контенту, що відповідає потребам аудиторії. [10]

Також важливо розподілити час між різними частинами подкасту, щоб утримати увагу слухачів. Як правило, структура включає:

Вступ – коротке представлення теми випуску, знайомство з гостями, роз'яснення мети випуску.

Основна частина – обговорення теми або інтерв'ю з гостем. Тут важливо не тільки подати цікаву інформацію, але й створити діалог, щоб аудиторія могла зануритися в процес обговорення.

Заключна частина – підбиття підсумків, можливі анонси для майбутніх випусків, заклик до дії (коментарі, репости).

Окрім власне сценарію, потрібно розробити план на декілька майбутніх випусків. Це дозволить створити безперервний контент, який підтримуватиме інтерес слухачів. Планування випусків допомагає уникнути невизначеності та зберегти якість, оскільки дає змогу продумати логіку переходу від одного епізоду до іншого й тримати стиль та тематику подкасту в єдиному руслі.

Наступним важливими етапом також можна назвати технічні аспекти запису подкасту, а саме ми виділимо:

Обладнання. Одним з найбільш важливих аспектів при підготовці до запису подкасту є вибір відповідного обладнання. Для запису подкасту необхідно мати якісний мікрофон, який забезпечить чіткий і чистий звук. Існують як бюджетні варіанти, так і професійні мікрофони, які можуть використовуватися в студії. Важливо також мати аудіоінтерфейс для підключення мікрофону до комп'ютера і запису звуку через спеціальне програмне забезпечення.

Запис та монтаж. Під час запису важливо створити комфортну атмосферу для ведучих, щоб уникнути шуму та небажаних перерв. Мікрофон повинен бути правильно налаштований, щоб уникнути ефектів відбиття або зайвого шуму. Після запису наступним етапом є монтаж, що включає

видалення зайвих пауз, шумів, корекцію рівня звуку та накладення музичних вставок або інших аудіоефектів, якщо це необхідно.

Програмне забезпечення для запису та монтаж. Існує кілька програм, які дозволяють здійснювати запис та обробку звуку. Для новачків підійде Audacity — безкоштовне програмне забезпечення, яке надає всі необхідні інструменти для редагування звукових доріжок. Для більш професійної роботи використовують програми, такі як Adobe Audition або Reaper, що дозволяють здійснювати більш точний контроль над якістю звуку.

Важливо також подбати про акустику приміщення, в якому здійснюватиметься запис подкасту. Для цього можна використовувати спеціальні звукопоглинаючі панелі або навіть звичайні домашні речі, як ковдри та подушки, щоб мінімізувати відлуння. Запис краще проводити в тиші, без сторонніх шумів, тому потрібно забезпечити необхідні умови для комфортної роботи. [10]

Якщо в подкасті беруть участь запрошені особи, то слід організувати відповідні умови для їхнього запису. Це може містити надсилання запрошення заздалегідь, роз'яснення формату запису та забезпечення необхідної технічної підтримки для проведення онлайн-запису, якщо гості знаходяться в іншому місті чи країні. Якщо в подкасті беруть участь запрошені особи, то слід організувати відповідні умови для їхнього запису. Це може містити надсилання запрошення заздалегідь, роз'яснення формату запису та забезпечення необхідної технічної підтримки для проведення онлайн-запису, якщо гості знаходяться в іншому місті чи країні.

Після того, як сценарій готовий і технічні моменти встановлено, необхідно влаштувати декілька репетицій. Це сприяє плавності запису, уникненню помилок та дозволяє заздалегідь визначити, чи коректно структуровано інформацію. Репетиції також допомагають ведучим звикнути до темпу подкасту і збільшити рівень спілкування в команді.

Планування та підготовка до запису подкасту є надзвичайно важливими етапами, що визначають успіх майбутнього проекту. Від ретельного розроблення концепції і написання сценарію до організації технічних аспектів запису — кожен етап має величезне значення для кінцевого результату. Тому правильний підхід до підготовки дозволяє створити високоякісний контент, який буде цікавим, інформативним і слухабельним для аудиторії.

3.2 Процес запису подкасту з гостем

Запис подкасту з відвідувачем є важливим етапом створення аудіоконтенту, що потребує ретельної підготовки та організації. Це складний процес, котрий передбачає не лише технічні аспекти, а й увагу до взаємодії з гостем, забезпечення комфортної обстановки, а також управління динамікою розмови. Важливим моментом є те, що запис з відвідувачем може включати як фізичну присутність у студії, так і віддалене спілкування через онлайн-платформи, що вимагає додаткових технічних знань.

Щоб запис пройшов ефективно, важливо заздалегідь проінформувати гостя про формат і тематику подкасту. Гостю слід пояснити основні моменти: тривалість запису, основні теми для обговорення, стилістичні особливості, чи буде це формальний або неформальний діалог, а також правила поведінки в студії або перед мікрофоном. Якщо гості мають бути підготовлені до конкретних запитань або тем, доцільно надати їм попередній список ключових моментів. [10] Тим часом ведучий повинен скласти список запитань або пунктів для обговорення, орієнтуючись на мету подкасту. Це допоможе уникнути безладних розмов та забезпечить чіткість і послідовність у процесі. Водночас, важливо зберегти гнучкість, щоб спонтанні відповіді або ідеї гостя могли бути використані в рамках загальної теми подкасту.

Для запису з гостем, незалежно від того, чи присутній він фізично в студії чи спілкується через онлайн-платформу, необхідно забезпечити правильні технічні налаштування. У разі віддаленого запису важливо виконати тест на з'єднання і якість звуку наперед. Це включає перевірку

мікрофонів, інтернет-з'єднання, рівня звуку та налаштування програмного забезпечення для запису. Якщо запис відбувається в студії, необхідно перевірити акустику приміщення та забезпечити відповідні умови для зручної роботи.

В цілому, для успішного запису з гостем важливо створити комфортне середовище, яке сприятиме природному та відкритому спілкуванню. Ведучий має бути привітним, створюючи атмосферу довіри і розслабленості. Це важливо як для гостей, так і для самого процесу — чим більше людина відчуває себе комфортно, тим більше вона відкривається для розмови. Ведучий повинен бути уважним слухачем, щоб забезпечити якісний діалог. Важливо не тільки задавати питання, але й активно слухати відповіді, виявляючи інтерес і доповнюючи розмову своїми коментарями або запитаннями для уточнення. Динамічне спілкування дозволяє розкрити тему подкасту глибше і зробити випуск більш інформативним. Один із важливих аспектів запису подкасту з гостем — це контроль за часом. Необхідно бути уважним до того, щоб кожна тема була охоплена, але при цьому не затягувати випуск. Кожна частина розмови повинна мати чіткий початок і завершення, щоб аудиторія могла слідкувати за ходом бесіди. Ведучий повинен вміти спрямовувати розмову до основних тем і при цьому не втрачати природність діалогу.

У процесі запису важливо дотримуватися етичних норм, що включають повагу до особистості гостя, коректне ставлення до його думок і відкритість до обговорення різних поглядів. Ведучий повинен бути обачним з критикою і не застосовувати провокативні запитання, якщо це не відповідає формату подкасту. Важливо пам'ятати, що подкаст є публічним контентом, тому кожен учасник повинен почуватися у безпеці та комфортно. [13]

Додатково, подкаст може включати інтеракцію з аудиторією через запитання слухачів, які ведучий може поставити гостям під час запису

або наприкінці випуску. Це також може включати обговорення коментарів чи відгуків, що надходять від слухачів після попередніх випусків.

Після основної частини обговорення важливо плавно завершити подкаст. Ведучий може подякувати гостю за участь, підсумувати розмови, а також анонсувати наступні теми або випуски подкасту. Завершення має бути чітким, щоб слухачі могли отримати відчуття завершеності. Після запису важливо провести монтаж, щоб усунути зайві паузи, відредагувати можливі помилки та покращити якість звуку. Важливо залишити природність розмови, уникати надмірного редагування, щоб подкаст лишався органічним і достовірним.

Процес запису подкасту з гостем є багатогранним і вимагає підготовки як з технічної, так і з комунікаційної точки зору. Важливо правильно підготувати гостя, створити комфортну атмосферу для запису, ефективно організувати діалог і забезпечити високий рівень звукової якості. Завдяки детальній підготовці та уважності до процесу запису можна створити цікавий і професійний подкаст, що приваблюватиме слухачів і підтримуватиме їх інтерес до контенту.

3.3 Монтування подкасту

Монтування подкасту є одним з найбільш важливих етапів створення аудіоконтенту, що безпосередньо впливає на якість фінального продукту. Це процес перетворення сирого аудіо в структурований, чіткий та привабливий для слухачів матеріал, котрий легко сприймається і відповідає високим стандартам. Монтаж не тільки усуває технічні недоліки, а й формує загальний настрій подкасту, визначаючи його сприйняття. Він дозволяє розкрити ідеї, підкреслити важливі моменти і забезпечити плавність переходів між різними частинами контенту, роблячи його більш захоплюючим та цікавим для слухача.

Процес монтажу починається з ретельного прослуховування записаного матеріалу. Це дає змогу оцінити загальну якість звуку, виявити потенційні

проблеми, такі як фонові шуми, перерви, непотрібні паузи або технічні дефекти, а також визначити, які частини потребують редагування чи вирізання. Під час цієї перевірки важливо звернути увагу не тільки на технічні аспекти, але й на емоційну складову розмови, щоб зберегти її природність та динамічність. Вибір правильного інструменту для монтажу також є критичним: найбільш популярними програмами для редагування аудіо є Adobe Audition, Audacity, Reaper, GarageBand, які пропонують широкий спектр інструментів для очищення звуку, коригування рівнів гучності та накладання ефектів.

Перший етап монтажу — очищення звуку від небажаних елементів, таких як фонові шуми, клацання, шерехи чи відлуння. Для цього використовуються спеціальні фільтри шумопоглинання та інші інструменти редагування. Під час цього етапу важливо забезпечити, щоб звук був чистим, без зайвих перешкод, що можуть відволікати слухачів від основного контенту. Часто застосовують техніки еквалайзера, щоб усунути низькочастотні шуми чи зробити голоси більш чіткими. На цьому етапі важливо не переборщити з використанням фільтрів, оскільки надмірна обробка може призвести до втрати природного звучання.

Наступним кроком є вирізання непотрібних частин запису. Це може включати довгі паузи між фразами, моменти, коли учасники розмови говорять одночасно, чи частини, де спостерігаються помилки чи повтори. Під час цього етапу важливо зберегти логіку та послідовність бесіди, щоб не порушити загальний потік думок, а також не змінити зміст або тональність розмови. Крім того, це дозволяє зробити подкаст більш динамічним, щоб слухачам не стало нудно від занадто тривалих пауз або повторюваних фрагментів.

У процесі монтажу також можна коригувати темп і ритм подкасту. Це означає, що монтажер може змінити інтервали між репліками, збільшити чи зменшити паузи, щоб забезпечити природніший і

приємніший для слухачів ритм. Наприклад, дуже швидка розмова може виглядати хаотично, тому в деяких випадках може бути корисно уповільнити темп, додавши паузи або змінивши порядок подачі інформації. І навпаки, занадто повільна розмова без динаміки може бути скоригована за допомогою пришвидшення окремих діалогів або збільшення темпу бесіди, щоб підвищити загальну енергію та інтерес.

Паралельно з цими процесами, можна додавати звукові ефекти або музику, що сприятиме атмосферності подкасту. Музика допомагає створити певний настрій, підкреслити важливі моменти, а також зробити перехід між різними частинами подкасту більш плавним. Для цього використовують як інструментальну музику, так і звукові ефекти, що підсилюють сприйняття теми чи контексту. Однак важливо пам'ятати, що музика не повинна перекривати розмову або забирати увагу від основної теми. Музика зазвичай використовується для вступних та заключних частин подкасту, а також для міжтекстових переходів, щоб зробити контент більш живим та емоційним.

Завершення монтажу зазвичай включає додавання вступу та заключення. Вступ — це перше враження, яке отримують слухачі, тому він має бути інформативним та коротким. В ньому зазвичай коротко анонсується тема подкасту, представляються учасники та дається загальне уявлення про зміст випуску. Це також чудовий момент для закликів до дії, таких як запрошення підписатися на подкаст або взаємодіяти з аудиторією через коментарі. Заключення, в свою чергу, підсумовує основні пункти, обговорені в подкасті, і може також включати заклики до подальших дій, наприклад, запрошення прослухати інші епізоди або відвідати сайт.

Після того, як монтаж завершено, необхідно ще раз прослухати подкаст, щоб переконатися, що він відповідає стандартам якості та зручності для слухачів. Під час фінального прослуховування можна звернути увагу на додаткові коригування, наприклад, вирівнювання гучності, коригування темпу та ритму або додавання тих самих музичних вставок для збереження правильного настрою. Перевірка якості допомагає також уникнути технічних

проблем, таких як нерівний звук, або моментів, які могли бути пропущені під час основного монтажу. [13]

Остаточний етап — це експорт готового файлу в зручний формат для публікації, зазвичай MP3 або WAV, в залежності від вимог платформи для публікації. Після цього подкаст готовий до публікації на різноманітних платформах, таких як Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts або на власних сайтах. Правильне налаштування метаданих, таких як назва, опис, категорії та ключові слова, дозволяє полегшити пошук подкасту серед потенційних слухачів.

Таким чином, монтаж подкасту є важливим етапом, що дозволяє не тільки покращити якість звуку, але й зробити сам подкаст більш структурованим і привабливим для слухачів. Від того, наскільки якісно буде проведений монтаж, залежить, чи зможе подкаст залучити та утримати аудиторію.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження теми подкастів як феномену сучасної кіножурналістики та медіа в Україні, було здійснено комплексний аналіз цього явища, його витоків, розвитку, видів, технологічної специфіки та ролі у вітчизняному медіапросторі. Подкастинг, який виник як формат цифрового мовлення на межі журналістики, блогінгу та радіо, поступово перетворився на повноцінну медіаіндустрію. Його стрімкий розвиток зумовлений поєднанням доступності, гнучкості, низького порогу входу, а також тісного зв'язку з інтересами аудиторії. Особливе місце в цій динаміці посідають подкасти про кіно, які виступають як формою популяризації кіномистецтва, так і інструментом критичного осмислення екранної культури.

Проведене дослідження дозволило з'ясувати, що подкаст сьогодні є окремим типом журналістського продукту, який одночасно виконує

інформативну, аналітичну, просвітницьку та розважальну функції. Подкасти відзначаються гнучкістю форми, багатоманітністю жанрів, тематичним фокусом, а також високим ступенем персоніфікованості, що дозволяє ведучим будувати довірливу комунікацію зі своєю аудиторією. За допомогою звукового контенту створюється специфічне середовище медіаспоживання, яке значною мірою орієнтоване на індивідуального слухача, його ритм життя, інтереси й звички.

Аналіз світового контексту показав, що кіноподкасти є важливою частиною кіноіндустрії та журналістського середовища. Вони не лише розширюють можливості кінооглядів і критики, але й створюють нові платформи для діалогу між творцями та споживачами контенту. В українських реаліях розвиток подкастингу загалом і кіноподкастів зокрема відбувається із затримкою, проте демонструє стабільну позитивну динаміку. Важливими чинниками цього розвитку є зростання інтересу до незалежних медіа, поява якісного національного кінопродукту, а також зміна запитів аудиторії, яка прагне глибшого розуміння фільмів, серіалів, а також кіноіндустріальних процесів.

У рамках роботи було також проаналізовано технологію створення подкасту, яка охоплює такі етапи, як підготовка, сценарна побудова, запис, монтаж, публікація та просування. Особливу увагу приділено сценарній структурі, плануванню випусків, роботі з гостями, а також важливості професійного звукового оформлення. Встановлено, що попри зовнішню простоту, якісний подкаст вимагає ретельної підготовки, знання технічних засобів, а також розуміння специфіки цільової аудиторії.

Окреме місце у дослідженні було присвячено сучасному стану кіноподкастів в Україні. Було виявлено, що попит на них зростає, зокрема в молодіжному середовищі, яке прагне до якісного контенту українською мовою. Незалежні ініціативи, підтримка з боку культурних інституцій, а також розвиток платформи Patreon, YouTube і Spotify сприяють формуванню професійного середовища українських подкастерів. Проте водночас існує

низка викликів, серед яких, наприклад, недостатнє фінансування, відсутність державної підтримки, слабкий зв'язок із кіноіндустрією, а також потреба в медіаграмотності серед слухачів.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що подкасти сьогодні є важливою формою розвитку цифрової журналістики, яка відображає нові способи споживання інформації, переосмислення ролі журналіста й актуалізацію авторського голосу. Подкасти про кіно в цьому контексті становлять перспективний напрям медіапрактики, здатний впливати на формування смаків, розширення культурного горизонту аудиторії та утвердження нових стандартів журналістського аналізу в епоху посттелебачення.

У перспективі подкастинг в Україні, зокрема в сегменті кіножурналістики, має всі передумови для перетворення на потужну медіаіндустрію. Для цього необхідні подальше підвищення якості контенту, розвиток співпраці між журналістами, критиками й кінематографістами, а також формування спільноти слухачів, відкритої до осмислення сучасної екранної культури.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєв Д. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроектів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://suspilne.media/287105-miznarodnij-den-podkativ-hto-i-naviso-ihstvorue-rozpovidaut-avtori-popularnih-ukrainskih-podkativ/>
2. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media // Lindgren M., Loviglio J. (eds.). *Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. London : Routledge, 2022. – P. 19–29.
3. Данилюк С. С. Особливості використання інтернет-технології “Подкаст” у процесі формування професійної компетентності майбутніх філологів [Електронний ресурс] / С. С. Данилюк. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vchdpu/ped/2012_101/Danyl.pdf

4. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо // Теле- та радіожурналістика. – 2015. – Вип. 14. – С. 149–154.
5. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://adsider.com/ua/poslukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-tasviti/>
6. Гаврилук І., Писанка Д. Аудіоподкасти на медіаплатформах ЗВО: специфіка, тенденції розвитку // Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. – Суми : Сумський держ. ун-т, 2021. – С. 54–57.
7. Галудзіна-Горобець В. І. Електронні медіа: типологічний аспект // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. – 2021. – Т. 32 (71), № 2. – С. 209–213.
8. Гиріна Т. Аудіоподкастинг як новітня форма поглиблення історичних знань України // Образ. – 2017. – Вип. 3 (27). – С. 134–140.
9. Каратаєва М. В. Подкаст як новий інструмент віртуальної комунікації всесвітньовідомих брендів // Грааль науки. – 2021. – № 10. – С. 353–359.
10. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію // Наукові записки Української академії друкарства. – 2016. – № 1. – С. 281–287.
11. Коваль С. Аудіальний контент користувачів // Теле- та радіожурналістика. – 2017. – Вип. 16. – С. 178–183.
12. Лизанчук В. Основи радіожурналістики. – Київ : Знання, 2006. – 628 с.
13. Llinares D., Fox N., Berry R. (Eds.). Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media. – Cham : Palgrave Macmillan, 2018. – 350 p. DOI: 10.1007/978-3-319-90056-8

14. Markman K. M. Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters // *New Media & Society*. – 2012. – Vol. 14, Issue 4. – P. 547–565. DOI: 10.1177/1461444811420848
15. McHugh S. How podcasting is changing the audio storytelling genre // *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*. – 2016. – Vol. 14, № 1. – P. 65–82. DOI: 10.1386/rjao.14.1.65_1
16. Meserko V. M. Producing a “radio of the future”: Class and labor in podcasting // *Cultural Studies ↔ Critical Methodologies*. – 2015. – Vol. 15(4). – P. 312–320. DOI: 10.1177/1532708615594797
17. Мисловський І. В., Мишкіна О. Ю. Довгі та короткі форми медіатекстів у онлайн-ЗМІ: вибір українського читача // *Молодий вчений*. – 2017. – № 8. – С. 350–354.
18. Мірошніченко П. Подкаст як тренд радіожурналістики // *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. – С. 110–112.*
19. Newman N. The future of voice and the implications for news [Електронний ресурс]. – Oxford : Reuters Institute, 2018. – Режим доступу: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/future-voice-and-implications-news>
20. Newman N. Podcasts: Who, what, why, and where // *Digital news report 2019* / Newman N., Fletcher R., Kalogeropoulos A., Levy D. A., Kleis-Nielsen R. – Oxford : Reuters Institute, 2019. – P. 60–64.
21. Нюзум Е. Гучніше! Як створювати подкасти. – Харків : Віват, 2022. – 336 с.
22. Pérez M. P. M.-C., Lus E. El éxito de los podcasts de noticias y su impacto en los medios de comunicación digital // *Miguel Hernández Communication Journal*. – 2019. – № 10(2). – P. 323–340. DOI:

- 10.21134/mhcj.v10i0.314. — Режим доступу:
<https://revistas.innovacionumh.es/index.php/mhcj/article/view/314>
23. Підручник з крос-медіа. – Bonn (Germany) – Sibiu (Romania) : Schiller Publishing Youse, 2015. – 140 с.
24. Рибак С. С. Аналіз проблеми якості сучасних подкастів // Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Буча : Міленіум, 2019. – С. 55–57.
25. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник. – Київ : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.
26. Санакоєва Н., Зборовська О. Подкастинг як вид новітніх медіа // Діалог: медіа-студії. – 2010. – № 10. – С. 88–95.
27. Smart Passive Income. 10 Reasons Why Podcasting is the #1 Content Platform [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.smartpassiveincome.com/10—reasons—whypodcasting—is—the—1—content—platform/>
28. Spinelli M., Dann L. Podcasting: The Audio Media Revolution. – New York : Bloomsbury Academic, 2019. – 224 p.
29. Шехавцова С. О., Протопопова К. О. Англомовний подкастинг як найсучасніша інтерактивно-комунікативна технологія // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2019. – № 7 (330). – Режим доступу: <http://dspace.luguniv.edu.ua/jspui/handle/123456789/4781> DOI: 10.12958/2227-2844-2019-7(330)-170-181
30. Що таке подкасти та як їх слухати? // Українська правда. – Київ, 2020. – Режим доступу: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/>
31. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навч. посіб. – Київ : Академія Української преси, 2004. – 262 с.

