

УДК: 070:004.738.5-028.26(477)

## ПОДКАСТИ В СИСТЕМІ УКРАЇНСЬКИХ ІНТЕРНЕТ-МЕДІА

**ГАВРИЛЮК Інна,**

канд. наук із соц. комунік., доц.,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, Україна, 40007, e-mail: i.gavriluk@journ.sumdu.edu.ua.

*У статті розглядаються подкасти як складова контенту українських інтернет-медіа. Визначається, що цей формат продукує значна група онлайн-ЗМІ. З'ясовано, що найбільшу кількість з-поміж них становлять ті, що є антиподами так званим мейнстримним (традиційним) ЗМІ. Це медіа, що сповідують так звану «повільну журналістику». Прикметно, що подкасти здебільшого представлені в нішевих ЗМІ. Тематичний діапазон подкастів залежить від типу ЗМІ – чи це медіа для широких аудиторних груп, чи нішеві медіа. Жанровий діапазон подкастів в інтернет-медіа обмежений – подкастери найактивніше записують програми в жанрах бесіди-монолога, діалога та інтерв'ю.*

**Ключові слова:** подкаст, онлайн-медіа/інтернет-медіа, тематичний діапазон, жанровий діапазон.

### PODCASTS IN THE SYSTEM OF UKRAINIAN INTERNET-MEDIA

*The article analyzes podcasts as a component of Ukrainian Internet-media content. It is determined that this format is produced by a significant group of online media. It was found that the largest number of them are those who are antipodes of the so-called mainstream (traditional) media. These are the media that profess the so-called “slow journalism”. It is noteworthy that podcasts are mostly presented in niche media. The thematic range of podcasts depends on the type of media – whether it is media for broad audiences or niche media. The genre range of podcasts in Internet-media is limited – podcasters are the most active in recording programs in the genres of monologue, dialogue and interview.*

**Key words:** podcast, online media / Internet-media, thematic range, genre range.

**Вступ.** Одним із форматів, який достатньо активно розвивається в українському медійному просторі, є подкаст (*під подкастом тут і надалі маємо на увазі аудіоподкасти – прим. наша*). Наразі не можна говорити про сформованість ринку подкастів, він поки що перебуває на стадії розбудови [6]. Це зумовлено тим, що вищезазначений формат є відносно новим для українського медіапростору. Однак певні тенденції у розвитку подкастів уже можемо спостерігати. До таких, зокрема, належить використання подкастів тими інтернет-медіа, для яких аудіоконтент апріорі не є іманентним елементом, їхню основу становлять текстові матеріали. Подкасти проникли навіть у ту медійну частину, де вони, по суті, є чужорідним «тілом». Усе більше інтернет-медіа долучаються до продукування аудіоконтенту. Цей процес стає трендом. І про такі медіа потрібно говорити, розглядати подкасти на їхніх платформах як продукт, що дозволяє їм ставати ближчими, зрозумілишими для реципієнтів, змінити традиційний підхід до медіаспоживання. Власне на цьому базується актуальність дослідження тенденцій розвитку подкастів у системі інтернет-медіа.

Українські медіадослідники намагаються досягнути ті чи інші процеси, пов'язані з подкастами. Це й дослідження особливостей, якості, типології, жанрів, ринку, тематичного діапазону, різновидів, розміщення на конкретних медіаплощадках тощо. Вищезазначені складові представлені в розвідках І. Гаврилук та Д. Писанки [1], Т. Гиріної [4], О. Дмитровського [5], М. Каратаєвої [7], С. Коваль [8], Ю. Любченко [9], П. Мірошниченка [11], С. Рибак [13], Н. Санаєвої та О. Зборовської [14] та інших.

© Гаврилук І., 2021

Проте подкастам, що є складовою онлайн-медіа, не приділяється належної уваги, незважаючи на достатньо активне використання їх як одного з провідних медіаформатів.

*Наукова новизна* одержаних результатів полягає в тому, що вперше системно досліджено представленість і тенденції розвитку подкастів у системі українських інтернет-ЗМІ.

*Об'єкт* – подкасти, що представлені в системі інтернет-медіа.

*Предмет* – тенденції розвитку подкастів як складових інтернет-ЗМІ.

*Мета статті* – з'ясувати тенденції розвитку, тематичний діапазон та жанрові різновиди подкастів, представлених в українських інтернет-медіа.

Досягнення поставленої мети вимагає виконання таких *завдань*: з'ясувати, в яких типах медіа представлені подкасти; визначити жанрові особливості й тематичний діапазон таких подкастів.

**Методи дослідження.** Під час дослідження використані: метод класифікації, що дозволив чітко виділити ті групи інтернет-ЗМІ, в яких найширше представлені подкасти; контент-аналізу, за допомогою якого з'ясовано тематичний діапазон подкастів, представлених в інтернет-медіа; аналізу та систематизації, що дав можливість визначити жанрові пріоритети подкастів у досліджуваній групі медіа. Для отримання результатів переглянута значна кількість українських онлайн-медіа. Також укладена картотека, де зазначалося медіа, його різновид, представлені на або вироблені ним подкасти, кількість епізодів, жанри, тематика. Обрані методи дозволили з'ясувати загальні особливості розвитку подкастів в українському сегменті інтернет-ЗМІ.

**Результати й обговорення.** «Подкаст – (англ. iPod+broadcasting) спосіб публікації медіа-потоків, зазвичай у форматі MP3. Технологічно ґрунтується на базі формату RSS/Atom. Технологія подкастингу дозволяє будь-кому записувати свої власні аудіо (відео) передачі і публікувати їх у Всесвітній Мережі» [12, с. 136].

Власне, технологія публікації подкастів зумовлює їхнє медійне розмаїття. На сьогодні вони представлені на різноманітних платформах, сервісах тощо. Їхнім виробництвом займаються професіонали й аматори.

Окрему нішу з-поміж подкастів, виробництвом та розміщенням яких займаються медійники, посідають подкасти, розміщені в інтернет-медіа. Як зазначає В. Галудзіна-Горобець, «нині всі мас-медіа чітко можна розділити на такі дві категорії, як власне інтернет-ЗМІ й онлайніві версії вже знайомих «традиційних» ЗМІ» [3, с. 210]. Проте окрему групу на сьогодні становлять і так звані гібридні медіа.

Аналіз українських інтернет-видань засвідчив, що подкасти продукує достатньо велика кількість інтернет-медіа. Це, наприклад, «NV.UA», «The Village Україна», «The Ukrainians», «Грати», «Заборона», «Локальна історія», «Українська правда», «Vertigo», «Liga.net», «Куншт», «VoxUkraine» (проект «VoxCheck»), «Детектор медіа», «Вперше», «Мінфін», «Укрінформ». Як бачимо, список доволі широкий, і це вважаючи на те, що подкасти не є їх іманентним форматом.

Прикметно, що з-поміж зазначених медіа не представлені онлайніві версії «традиційних» ЗМІ. Одне з видань належить до групи гібридних – це сайт суспільно-політичного новинного видання «NV.UA», який публікує переважно власні матеріали, а також републікує та адаптує під власні потреби матеріали журналу «НВ» та «Радіо НВ». Усі інші з перерахованих – це власне інтернет-ЗМІ.

Найбільшу кількість з аналізованих медіа становлять ті, що є антиподами так званим мейнстримним (традиційним). Вони сповідують цінності «повільної журналістики» (slow-journalism) – тобто журналістики, яка «керується принципом “якість важливіша за швидкість” і є протилежною до новинної журналістики» [10, с. 351].

До групи традиційних онлайн-медіа, де представлені подкасти, належать «Українська правда», «Liga.net», «Мінфін», «Укрінформ», «NV.UA». Указана група є незначною.

Умовно за типом контенту її також можна поділити на дві типологічні підгрупи – медіа для широкої аудиторії та нішеві. За основу взято класифікацію бізнес-моделі медіа відповідно до їхнього контенту, автори якої пропонують виділяти медіа для широкої аудиторії, нішеві тематичні (фінансові, аграрні та ін.), локальні для мешканців конкретного міста, області, регіону [3, с. 24].

Більшість становлять медіа для широкої аудиторії. Це «Українська правда» – суспільно-політичне інтернет-медіа, «Liga.net» – новинний портал, основу якого становлять матеріали ділової та суспільно-політичної тематики, сайт «NV.UA» та інформаційне агентство «Укрінформ». Показовим фактом трендовості подкастів є їх продукування навіть інформаційними агентствами.

До нішевих належить медіапортал «Мінфін», що розкриває питання, які стосуються фінансової сфери та інвестицій.

На відміну від групи традиційних, медіа, в основі концепції яких закладений принцип «повільної журналістики», становлять кількісно більшу групу.

Зазначимо, що подкасти в ній представлені в усіх групах ЗМІ – і для широкої аудиторії, і нішевих, і локальних.

До медіа, що призначені для широких аудиторних груп, належать «The Village Україна», «The Ukrainians», «Заборона». Наприклад, у фокусі «The Village Україна» – культурне й громадське життя м. Київ. Як зазначено на сайті, «наша мета – виробляти контент, який допомагатиме покращувати життя у місті» (<https://www.the-village.com.ua/pages/about>). Контент онлайн-журналу «The Ukrainians» стосується суспільно важливих тем. Основна цільова аудиторія – проактивна українська молодь. У центрі уваги інтернет-видання «Заборона» – важливі суспільні та культурні питання. «Ми розповідаємо про суспільні виклики, свободи і кордони безпеки, про людей, які відстоюють базові права і змінюють уявлення про те, як може бути влаштований світ. Ми говоримо про те, про що інші мовчать», – зазначено на сайті (<https://zaborona.com/pro-redakciyu/>).

Цікаво, що нішеві онлайн-ЗМІ, на відміну від медіа для широких аудиторних груп, активніше зосереджують увагу на продукуванні подкастів. До таких належать, наприклад, «Грати», «Куншт», «Локальна історія», «VoxUkraine», «Вперше», «Детектор медіа», «Ain.ua», «Vertigo». Так, медіапроект «Грати» порушує широке коло правових питань. «Куншт» продукує науково-популярний контент. Подкаст представлений і в контенті інтернет-порталу «VoxUkraine» (у межах проекту «VoxCheck»). Медіапроект «Вперше» присвячений продукуванню просвітницьких матеріалів на теми сексуальної освіти. Контент «Детектор медіа» стосується медіасфери. «Локальна історія» – це науково-популярне видання про історію. «Vertigo» продукує контент, присвячений таким темам, як кіно, серіали та комікси. «Ain.ua» – інтернет-журнал про IT-сферу, стартапи, технології та підприємництво.

Одна з особливостей подкастів, розміщених у аналізованих медіа, – усі вони виробляються безпосередньо цими виданнями. Виняток становить сайт «NV.UA». Презентовані на його платформі подкасти – республікація із «Радіо НВ» або ж зі сторонніх медіаресурсів: «Українська правда», «Куншт», «Детектор медіа», «hromadske», «Суспільне подкасти», різноманітних організацій – Асоціації Креативних Індустрій України, Центру спільних дій, ПОЛІТклубу УКУ, PeopleForce, Києво-Могилянської Бізнес-Школи, окремих авторів – Олега Новікова й Тараса Чмута («Право на поплаву»), Едуарда Коваленка («Пара з уст»), Влада Ноздрачова («Wlad Nozdrachev»), Івана Горовського («Засновники») та ін. Загалом на платформі «NV.UA» до початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України було представлено 255 подкаст-проектів. Із початком війни платформа поповнюється новими подкастами, тематика яких тісно пов'язана з воєнними діями росії проти нашої держави.

У групі локальних нішевих видань, на платформах яких представлені подкасти, у процесі дослідження зафіксовано лише одне видання – «Накипіло».

Тематичний діапазон, пропонований інтернет-медіа в подкастах, доволі широкий. Особливо це стосується видань, розрахованих на широкі аудиторні групи.

Тематика подкастів сайту «NV.UA» – суспільно-політичне життя, політика, економіка, психологія, суспільство, подорожі, освіта, культура, історія, література, музика, наука, технології, креативні індустрії, медіаосвіта, здоров'я, діти, їжа, мода, спорт.

«The Village Україна» пропонує слухачам такі теми, як психологія – «Простими словами», література, кіно, мистецтво – «Станція 451», «Minculpryvit», здоров'я – «Здоровий подкаст», секс – «Сексуальний подкаст».

Контент видання «The Ukrainians» представлений такими темами: суспільно-політичне життя – «Правила гри», психологія – «Робота на здоров'я», правознавство, судочинство – «Не та людина», музика – «Музика з історіями», креативні індустрії – «Маю ідею», екологія – «Дім», суспільство – «Іскра» (український скаути), «Номо codeus» (українці, які працюють у найкрутіших технологічних компаніях світу), «Репортери» (історії про реальне життя), «Роби добре» (історії волонтерів), «Точка повернення» (досвід волонтерів, ветеранів російсько-української війни, які стали успішними й змінюють себе та країну), права людини (соціально-вразливі групи) – «Спільні знаменники», історія – «Як ми кохалися».

У подкастах «Заборони» порушується соціальна проблематика – «Зі мною це не станеться», «Иди и слушай». Напередодні вторгнення рф в Україну медіа започаткувало подкаст «Тривожні питання». Його тематика – суспільно-політичне життя.

«Українська правда» порушує такі теми: історія – «Українські 90-ті», «Євродонбас: Німецька спадщина», «#укрдерждвогубуд», суспільно-політичне життя – «Клятві питання», «Ок і шо?», «Україна після карантину», психологія – «Я не встигаю!», здоров'я – «Температура – нормальна!», економіка – «У тіні», кібербезпека – «Онлайн[за]хист», медіаменеджмент – «Медіабіль!», кіно/телеіндустрія – «До попкорну з Анною Паленчук», література – «Ранкова доза», культура – «Культура всего», медіаосвіта – «Minddetox Essays». Різні теми порушуються в подкасті «Життя бентежне».

Наразі інтернет-медіа «Liga.net» пропонує слухачам лише один подкаст – «Перші Люди» на суспільну тематику.

На сайті «Укрінформ» представлено подкаст «Музичні історії». Розміщено й кілька окремих подкастів, що стосуються культурно-мистецького життя України.

Якщо говорити про нішеві медіа, то контент їх подкастів відповідає тематичному спрямуванню ЗМІ.

Видання «Грати» наразі продукує два проекти – «Колючі Ріжучі» та «Сирена». У фокусі подкасту «Колючі Ріжучі» – тема правосуддя, яку автори розкривають крізь призму історій окремих людей. У розпал воєнних дій, які розпочала рф проти України, редакція випустила новий проект – «Сирена». У ньому йдеться про життя українців під час війни, тобто продукується суспільно-політична тематика.

Інтернет-медіа «Локальна історія» пропонує слухачам подкасти «Давні міста», «Пісні війн та революцій», «Їли колись», «Українські історичні пісні про Різдво», «Норовисті пройдисвіти», «Без броду», «Туди-Сюди», «У пошуках Ярослава Осмомисла», «Спогади» тощо. Усі вони стосуються історичного минулого наших предків.

Видання «Vertigo» пропонує слухачам два проекти – «Щотижневик Vertigo» та «Ігровий вісник». Контент першого стосується новинок кіно, серіалів, другий присвячений індустрії відеоігор.

Широкий тематичний спектр подкастів представлений у виданні «Куншт»: інформаційна гігієна (медіаграмотність) – «Пост правди» (2 сезони), здоров'я – «МаміяПандемія», психологія – «Головний подкаст», шгучний інтелект – «Проект інтелект» (2 сезони), магічне мислення – «До ворожки не ходи», наука (проблемні питання) – «Буде тобі наука», жінки в науці – «Жіноча справа» та ін. Інформація, представлена в подкастах «Куншту», подана в науково-популярному форматі.

Проект «VoxCheck», що є складовою інтернет-порталу «VoxUkraine», пропонує подкаст «Переможеньки» – про перемоги України у війні, яку розв’язала проти нашої держави рф.

«Секс как есть» – подкаст інтернет-видання «Вперше». Матеріали подкасту присвячені сексуальній освіті підлітків. Наразі цей подкаст-проект завершений.

ІТ-сфері, новим передовим технологіям, стартапам присвячений подкаст «Ain.ua Daily», який виробляє команда інтернет-журналу «Ain.ua».

Тематика подкасту «Прямо по курсу», що належить онлайн-медіа «Мінфін», розкриває питання зі сфери економіки (фінансові новини).

Запустило подкаст й онлайн-видання «Детектор медіа» – «Русській фейк, іді на\*\*\*!». Його поява пов’язана з початком війни, яку розпочала рф проти України. Тема подкасту – медіаграмотність (розвінчання російських фейків).

Що стосується жанрів, у яких представлені подкасти, тут спостерігаємо певну тенденцію – абсолютну перевагу деяких із них.

Найбільшу кількість становить бесіда-монолог (наприклад, «Правила гри», «Як ми кохалися», «Музика з історіями», «Маю ідею» («The Ukrainians»), «Давні міста», «Пісні війн та революцій», «Українські історичні пісні», «Норовисті пройдисвіти», «У пошуках Ярослава Осмомисла» («Локальна історія»), «Життя бентежне», «Медіабіль!» («Українська правда»), «Станція 451» («The Village»), «Жіноча справа» («Куншт»), «Музика вихідного дня» («Укрінформ») тощо). Головна роль у таких подкастах покладається на автора-співрозмовника, його індивідуальність, досвід, ерудицію тощо. Саме такі форми дозволяють слухачеві «говорити» з автором.

Активно використовують у подкастах автори й такий формат, як бесіда-діалог («Тривожні питання» («Заборона»), «Роби добре», «Робота на здоров’я» («The Ukrainians»), «Щотижневик Vertigo», «Ігровий вісник» («Vertigo»), «Кляті питання», «Я не встигаю!» («Українська правда»), «Простими словами», «Minculpryvit», «Здоровий подкаст», «Сексуальний подкаст» («The Village»), «Пост правди», «Проект інтелект» («Куншт»)). Здебільшого участь у таких програмах беруть два автори, рідше – автор та запрошений гість. Бесіди-діалоги дають можливість слухачеві також долучитися до розмови, щоправда, у такому випадку він є пасивним співрозмовником.

Популярний у розглядуваних подкастах і жанр інтерв’ю («Точка повернення», «Спільні знаменники» («The Ukrainians»), «Їли колись», «Без броду», «Туди-Сюди» («Локальна історія»), «Перші Люди» («Liga.net»), «Температура – нормальна!», «Онлайн[за]хист», «Ок і що?», «До попкорну з Анною Паленчук», «Культура всего», «Україна після карантину» («Українська правда»), «Головний подкаст» («Куншт») та ін.).

Актуалізують журналісти й такий жанр, як репортаж: «Колючі Ріжучі», «Сирена» («Грати»), «Репортери» («The Ukrainians»).

Прикметно, що долучаються медійники й до створення документальних аудіо-серіалів («Зі мною це не станеться», «Иди и слушай» («Заборона»), «Не та людина» («The Ukrainians»), «Євродонбас: Німецька спадщина» («Українська правда»), портретних нарисів («Іскра», «Homo codeus» («The Ukrainians»)).

Поодинокі представлені й інші жанри. Наприклад, огляд – «Прямо по курсу» («Мінфін»), коментар – «Мама м’я, Пандемія!» тощо.

Широкий жанровий пласт представлений на подкаст-платформі сайту «NV.UA». Це зумовлено тим, що на ньому розміщені подкасти з різних інформаційних площадок, зокрема радіо «НВ». Останні вирізняються тим, що в них представлений широкий пласт інформаційної та аналітичної радіожурналістики. Це й інтерв’ю, радіобесіди-діалоги й монологи, дискусії, радіошоу, радіокоментарі.

Як бачимо, у подкастах, що розміщені в інтернет-медіа, представлений вузький спектр жанрів та форматів: бесіда-монолог, бесіда-діалог, інтерв’ю. Значну увагу ав-

тори подкастів звертають і на такі жанри, як репортаж, аудіосеріал, нарис, тобто вони актуалізують ті жанри, які мало представлені в традиційних медіа, і потребують копіткої роботи журналіста.

**Висновки та перспективи.** Усе більше онлайн-медіа звертають увагу на подкасти як той продукт, що дозволяє залучити аудиторію, бути креативнішими, ближчими, відкритішими до споживачів інформації. Список інтернет-ЗМІ, що продукують подкасти, як і самих подкастів, доволі широкий.

Подкасти представлені як у традиційних інтернет-ЗМІ, так і тих, що є їхніми антитепами (це медіа, що сповідують цінності так званої «повільної журналістики» (slow-journalism), де акцент зроблений на якісних матеріалах). Причому ширше представлені подкасти саме в останній групі.

Прикметно, що в групі мейнстримних онлайн-медіа, які продукують подкасти, найбільшу кількість становлять ті, що розраховані на широкі читачькі групи. Найменшу – нішеві. Не вдалося зафіксувати в цій групі локальні інтернет-ЗМІ. Інакша ситуація спостерігається в групі онлайн-медіа, що сповідують принципи «повільної журналістики». Найбільшу групу ЗМІ, де представлені подкасти, становлять нішеві, меншу – для широкої аудиторії, абсолютно мінімально – локальні.

Майже всі онлайн-медіа є прямими виробниками своїх подкастів.

Тематичний діапазон подкастів в інтернет-медіа достатньо розмаїтий. Він залежить від типу ЗМІ. Найширший тематичний пласт представлено в онлайн-медіа, що розраховані на широкі аудиторні групи. Нішеві видання орієнтовані на конкретні теми, що залежить від їхнього спрямування.

Потенціал жанрів та форматів подкастів в інтернет-медіа вузький. Переважають бесіди-монологи, бесіди-діалоги та інтерв'ю. Окрім того, активно використовують подкастери для створення своїх програм такі жанри, як репортаж, документальний серіал, нарис. Саме вони свідчать про авангардність цих ЗМІ.

Подкасти стають дедалі затребуваними в медійній сфері, тож перспективним вважаємо дослідження тенденцій розвитку вищезазначеного формату на різних медійних платформах.

1. Гаврилук І., Писанка Д. Аудіоподкасти на медіаплатформах ЗВО: специфіка, тенденції розвитку. *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти* : Матеріали сімнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 20–21 травня 2021 р.) / уклад. : І. Р. Жиленко, О. Г. Ткаченко. Суми : Сумський державний університет, 2021. С. 54–57.

2. 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.

3. Гарус А., Яніцький А. Бізнес-моделі медіа на прикладі українських онлайн-видань суспільно-політичної та економічної тематики. К. : Центр вдосконалення економічної журналістики при Київській школі економіки, 2019. 32 с. URL: [https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/СЕЕJ\\_policy-brief-example-1.pdf](https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/СЕЕJ_policy-brief-example-1.pdf).

4. Гиріна Т. Аудіоподкастинг як новітня форма поглиблення історичних знань України. *Образ*. 2017. Вип. 3 (27). С. 134–140.

5. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 149–154.

6. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. URL: <https://adsider.com/ua/poslukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-ta-sviti/>.

7. Каратаєва М. В. Подкаст як новий інструмент віртуальної комунікації всесвітньовідомих брендів. *Грааль науки*. 2021. № 10. С. 353–359.

8. Коваль С. Аудіальний контент користувачів. *Теле- та радіожурналістика*. 2017. Вип. 16. С. 178–183.

9. Любченко Ю. В. Ринок подкастів в Україні: основні тенденції. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив* : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної

конференції / відповід. ред. В. В. Костюк, відповід. секретарі В. А. Ковпак, А. О. Шевченко]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2021. 179 с.

10. Мисловський І. В., Мишкіна О. Ю. Довгі та короткі форми медіатекстів у онлайн-ових ЗМІ: вибір українського читача. *Молодий вчений*. 2017. № 8. С. 350–354.

11. Мірошніченко П. Подкаст як тренд радіожурналістики. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі* : Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Запоріжжя. II Всеукраїнська науково-практична конференція / В. Л. Погребна, В. М. Попович, Н. В. Островська, О. О. Турба та ін. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 110–112.

12. Підручник з крос-медіа. Schiller Publishing Youse: Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Sibiu, Strada Mitropoliei, 2015. 140 с.

13. Рыбак С. С. Аналіз проблеми якості сучасних подкастів. *Засоби масової інформації та комунікації: історія, сьогодення, перспективи розвитку* : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Буча, березень 2019 р. К. : Міленіум, 2019. С. 55–57.

14. Санакоєва Н., Зборовська О. Подкастинг як вид новітніх медіа. *Діалог: медіа-студії*. 2010. № 10. С. 88–95.

1. Gavrylyuk, I., Pysanka, D. (2021), «Audio podcasts on media platforms ZVO: specifics, development trends», in Zhylenko, I.R. (Eds.), *Journalism education in Ukraine: world professional standards, Proceedings of the seventeenth All-Ukrainian scientific-practical conference*, Sumy State University, Sumy, 20–21 May 2021, Sumy, pp. 54–57.

2. Galudzina-Gorobecz, V.I. (2021), «Electronic media: typological aspect», *Vcheni Zapysky Tavrijskogo Nacionalnogo Universytetu imeni V. I. Vernadskogo. Seriya: Filologiya. Zhurnalistyka [Scientific Notes of Tavriya National University Named after V. I / Vernadsky. Series: Philology. Journalism]*, Vol. 32 (71), no. 2, pp. 209–213.

3. Garus, A., Yaniczkyj, A. (2019), *Media Business Models on the Example of Ukrainian Online Publications on Socio-political and Economic Issues: a Textbook*, Centr vdoskonalennya ekonomichnoyi zhurnalistyky pry Kyivskij shkoli ekonomiky, Kyiv 32 p., available at: [https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/CEEJ\\_policy-brief-example-1.pdf](https://voxukraine.org/wp-content/uploads/2019/12/CEEJ_policy-brief-example-1.pdf).

4. Gyrina, T. (2017), «Audio podcasting as the latest form of deepening the historical knowledge of Ukraine», *Obraz [Image]*, Iss. 3 (27), pp. 134–140.

5. Dmytrovskij, O. (2015), «Typology of Ukrainian podcasts – the most important segment of Internet radio», *Tele- ta radiozhurnalistyka [TV and radio journalism]*, Iss. 14, pp. 149–154.

6. Dubenska, O. «Listen to me. How the podcast market is developing in Ukraine and the world», available at: <https://adsider.com/ua/poslukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-ta-sviti/>.

7. Karatayeva, M.V. (2021), «Podcast as a new tool for virtual communication of world-famous brands», *Graal nauky [The Grail of Science]*, no. 10, pp. 353–359.

8. Koval, S. (2017), «Audio content of users», *Tele- ta radiozhurnalistyka [TV and radio journalism]*, Iss. 16, pp. 178–183.

9. Lyubchenko, Yu.V. (2021), «Podcast market in Ukraine: main trends», in Kostyuk, V.V. (Eds.), *Social Communications: Strategic Interaction and Interaction: Proceedings of the II All-Ukrainian Scientific and Practical Conference*, ZNU, Zaporizhzhia, 179 p.

10. Myslovskij, I.V. & Myshkina, O.Yu. (2017), «Long and short forms of media texts in online media: the choice of the Ukrainian reader», *Molodyj vchenyj [Young scientist]*, no. 8, pp. 350–354.

11. Miroshnychenko, P. (2021), «Podcast as a trend of radio journalism», in Pogrebna, V. L. (Eds.), *Society and the individual in modern communication discourse: Proceedings of the III All-Ukrainian scientific-practical conference*, NU «Zaporizka politexnika», Zaporizhzhia, pp. 110–112.

12. Kreczu, I. (Eds) (2015), *A Textbook on Cross-media: a Textbook*, Schiller Publishing House, Bonn / Germany – Sibiu / Romania, 140 p.

13. Rybak, S. S. (2019), «Analysis of the problem of quality of modern podcasts», *Mass media and communication: history, present, development prospects: Proceedings of the international scientific-practical conference*, Bucha, March, Milenium, Kyiv, pp. 55–57.

14. Sanakoyeva, N. & Zborovska, O. (2010), «Podcasting as a kind of new media», *Dialog: media-studiji [Dialogue: media studios]*, no. 10, pp. 88–95.

UDC: 070:004.738.5-028.26(477)

## PODCASTS IN THE SYSTEM OF UKRAINIAN INTERNET-MEDIA

**Havryliuk Inna**, PhD (Social Communications),

Sumy State University, 2, Rymtsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine, e-mail: i.gavriluk@journ.sumdu.edu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-7454-3540>

**Introduction.** More and more Internet-media are joining podcasts. This process is becoming a trend. We need to talk about such media, consider podcasts on their platforms as a product that allows these media to become closer, more understandable to their recipients, to change the traditional approach to media consumption.

**Relevance of the study.** Research on the development of podcasts in the online media system is relevant because it gives an opportunity to understand how they are represented in the Internet-media, which media produce them most actively, what genres and topics podcasts offer their listeners.

**Methodology.** The following methods were used in the study: classification – allowed to clearly identify those groups of online media in which podcasts are presented; content analysis – the thematic range of podcasts is clarified; analysis and systematization – made it possible to determine the genre priorities of podcasts in the studied media group.

**Results.** The list of Internet-media producing podcasts, as well as the podcasts themselves, is quite wide. Almost all online media are direct producers of their podcasts. Podcasts are presented in both traditional online media and media that profess the values of so-called “slow journalism”. And podcasts are more widely represented in the last group. It is noteworthy that podcasts are mostly presented in niche media. The thematic range of podcasts depends on the type of media. The widest thematic layer is presented in online media, designed for a wide audience. Niche publications are focused on specific topics, which depends on their direction. The genre potential of podcasts in online media is narrow. Monologues, dialogues and interviews predominate. Use podcasters, reports, documentaries, essays. They testify to the avant-garde of these media.

**Conclusions.** Podcasts are becoming popular in the media field, according to our research. Therefore, we consider it promising to consider the development trends of the above format on various media platforms.

**Key words:** *podcast, online media / Internet-media, thematic range, genre range.*

Стаття надійшла до редакції 02.03.2022.