МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

Кваліфікаційна робота магістра

На тему «Концепт «війна» у сучасних подкастах:

формально-змістові характеристики проєктів»

Виконав: студентка 2 курсу, групи 8.0612-ж-з
Спеціальності 061 «Журналістика»
(освітня програма «Журналістика»)
Звягінцева А. А.
Керівник: к.соц.ком., доц.
Любченко Ю .В.
Рецензент: к. філол. н., доц.
Лебідь Н. М.

Запоріжжя – 2023

ЗМІСТ

Реферат……..…… 3
Завдання…….….. 5
Вступ…… 7
Розділ 1. Подкастинг на тему війни в Україні: основні тенденції……. 11
1.1 Явище подкастингу в Україні…… 11
1.2 Концепт «війна» в сучасному медійному дискурсі……. 24
Розділ 2. Війна як основний тематичний вектор сучасного українського подкастингу …… 38
2.1 Тематичний зріз українських подкастів про війну…….. 38
2.2 Формально-змістові особливості подкастів……. 54
Висновки ..…… 69
Список використаної літератури.…….. 74
Додаток А …….... 80
Додаток Б ……. 86
Додаток В …… 89
Декларація академічної доброчесності …… 91

РЕФЕРАТ

Тема магістерської роботи: Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів.

Обсяг основного тексту: 68 сторінок.

Кількість використаних джерел: 69.

Мета дослідження – визначити прояви концепту «війна» в сучасному українському подкастингу крізь призму формально-змістових характеристик аудіопроєктів.

Мета роботи передбачає виконання певних **завдань**:

1) схарактеризувати явище подкастингу в Україні;

2) узагальнити науково-теоретичі підходи до розуміння концепту «війна» у сучасному медійному дискурсі;

3) визначити основну проблематику подкастів, привчених темі війни;

4) з’ясувати формальні особливості подкастів на воєнну тематику.

Об’єктом дослідження: українські подкасти від медіаплатформ «Свідомі», «The Ukrainians», «The Village», «Суспільне», «Українська правда» та незалежних українських подкастерів, які адаптували свій формат, або були створенні після 24 лютого 2022 року.

Предмет дослідження: формально-змістові характеристики українських подкастів, присвячених темі війни в Україні.

Отримані результати: здійснено тематичний зріз українських подкастів, які розкривають концепт війни. Визначено тематичний поділ на групи українських подкастів. Досліджено формально-змістові особливості українських подкастів на тему війни.

Ключові слова: подкаст, концепт, війна, формально-змістові характеристики, тематика, українська медіасфера.

SUMMARY

Topic of the master's thesis: The concept of "war" in modern podcasts: formal and substantive characteristics of projects.

The main aim of the paper to determine the manifestations of the concept of "war" in modern Ukrainian podcasting through the prism of the formal and content characteristics of audio projects. It determined the accomplishment of such objectives as:

- characterize the phenomenon of podcasting in Ukraine;
- generalize scientific and theoretical approaches to understanding the concept of "war" in modern media discourse;
- to determine the main issues of podcasts devoted to the topic of war;
- find out the formal features of military-themed podcasts.

The object of the work is Ukrainian podcasts from the media platforms "Svydmi", "The Ukrainians", "The Village", "Suspilne", "Ukrainian Pravda" and independent Ukrainian podcasters who adapted their format or were created after February 24, 2022.

The subject of the research is formal and content characteristics of Ukrainian podcasts devoted to the topic of the war in Ukraine.

The scientific novelty of the obtained results lies in the study of Ukrainian podcasts, which highlight various topics through the prism of war, and in the understanding of the information saturation of the media product as counter-propaganda in today's information war.

Keywords: podcast, concept, war, formal and substantive features, subject matter, Ukrainian media sphere.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет журналістики
Кафедра журналістики
Рівень вищої освіти – магістр
Спеціальність 061 журналістика
Освітньо-професійна програма «Журналістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Чернявська Л. В. _____
« » грудня 2023 року

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА СТУДЕНТЦІ

Звягінцевій Анастасії Андріївні

1. Тема роботи: «Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів («The concept of «war» in modern podcasts: formal and substantive characteristics of projects»),
керівник роботи – Любченко Юлія Валеріївна, к.соц.ком., доцент кафедри журналістики, затверджені наказом ЗНУ від «03» травня 2023 року №660-с.
2. Строк подання студентом роботи – 27.11.2023 р.
3. Вихідні дані до роботи – наукові праці дослідників: І. Гаврилюк, О. Дмитровського, О. Дубенськой, П. Мірошниченка, І. Страшко, В. Шевченко та інших.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1)опрацювати наукові роботи та визначити особливості подкасті; 2) узагальнити науково-теоретичі підходи до розуміння концепту «війна» у сучасному медійному дискурсі; 3) визначити основну проблематику подкастів, привчених темі війни; 4) з’ясувати формальні особливості подкастів на воєнну тематику.

5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Любченко Ю.В. доц.	08.05.2023	08.05.2023
1 розділ	Любченко Ю.В. доц.	29.05. 2023	29.05. 2023
2 розділ	Любченко Ю.В. доц.	04.09.2023	04.09.2023
Висновки	Любченко Ю.В. доц.	16.10.2023	16.10.2023

6. Дата видачі завдання 08.05.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти та узгодити з науковим керівником графік виконання роботи, визначити мету дослідження, завдання, об’єкт, предмет дослідження.	29.05.2023	Виконано
2	Підібрати та проаналізувати наукову літературу з проблеми дослідження. Написати теоретичну частину	26.06.2023	Виконано
3	Дібрати фактичний матеріал для аналізу: медіа контент. Написати аналітичну частину.	29.09.2023	Виконано
4	Апробація наукового дослідження, підготовка тез для фахового видання.	1.11.2023	Виконано
5	Сформувати висновки магістерської кваліфікаційної роботи, оформити список літератури,	23.10.2023	Виконано
6	Оформити роботу відповідно до вимог	01.11.2023	Виконано
7	Пройти процедуру попереднього захисту	06.11.2023	Виконано
8	Оформити роботу відповідно до вимог	13.11.2023	Виконано
9	Пройти процедуру нормоконтролю та рецензування	20.11.2023	Виконано
10	Перевірити роботу у програмі Unicheck	23.11.2023	Виконано
11	Виправити зауваження і здати роботу на кафедру.	27.11.2023	Виконано

Студент _____ Звягінцева А.А.

Керівник роботи _____ Любченко Ю.В.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Усманова О.В.

ВСТУП

Актуальність дослідження. На розвиток та адаптацію під нові реалії завжди впливали історичні чинники. Спочатку анексія Криму та війна на території Донецької та Луганської областей у 2014, а пізніше й повномасштабна війна внесла свої корективи у медійний простір України й світу в цілому. Тепер нові реалії диктують свої умови, до яких мають адаптуватися всі сфери життя українського суспільства. Чи не найбільше велика війна, яка почалась 24 лютого 2022 року, вплинула на журналістику та на українську медійну сферу. Трансформувалось українське телебачення, транслюєтьсся національний телемарафон, до нових реалій пристосувались й регіональні інтернет-ЗМІ. Від початку великої війни широкої популярності серед українців набули й інформаційні телеграм-канали.

Після повномасштабного вторгнення більш популярними стали подкасти, популярними як серед авторів, так і серед слухачів. Українці почали відмовлятись від російського продукту й шукати альтернативу серед українського контенту. За період від початку повномасштабної війни в Україні з’явилась велика кількість подкастів на різні теми, але велика кількість прямо чи опосередковано стосуються теми війни в Україні. Таким чином, подкасти стали одним з інструментів інформаційної війни. Адже українські аудіопроєкти розповідають про факти привласнення Росією української спадщин, про історію державності, культуру, роль якої применшувалась або приписувалась країні-агресорці. У акий спосіб українські автори намагаються протистояти ворожій пропаганді. У своїх проєктах медійники розвінчують міфи та намагаються спростувати стереотипи про українців, які багато років нав’язувала Росія. Варто зазначити, що про популярність українських подкастів свідчить премія «Слушно» від Megogo Audio, де з кожним роком зростає кількість учасників та номінантів.

Дослідження концепту «війни» в українському медіапросторі є вкрай важливий, і не тільки тому, що це актуально для українського суспільства, це також має важливу історичну цінність. До того ж через свою тематичну різноманітність подкасти демонструють різні підходи до трансляції концепту «війна» в медійному контенті, з'ясовуючи історичний контекст, розповідаючи про події сьогодення, досліджуючи культурну спадщину тощо. Вивчення формальних та змістових характеристик українських подкастів, що присвячені темі війні, відкриє нові перспективи для розуміння впливу цього медійного контенту на формування суспільної свідомості та сприйняття важливих подій.

Мета дослідження – визначити прояви концепту «війна» в сучасному українському подкастингу крізь призму формально-змістових характеристик аудіопроєктів.

Мета роботи передбачає виконання певних *завдань*:

1) схарактеризувати явище подкастингу в Україні;

2) узагальнити науково-теоретичі підходи до розуміння концепту «війна» у сучасному медійному дискурсі;

3) визначити основну проблематику подкастів, присвячених темі війни;

4) з'ясувати формальні особливості подкастів на воєнну тематику.

Об'єктом дослідження є українські подкасти від медіаплатформ «Свідомі», «The Ukrainians», «The Village», «Суспільне», «Українська правда» та незалежних українських подкастерів, які створили свої проєкти або оновили формат після 24 лютого 2022 року.

Предмет дослідження – формально-змстові характеристики українських подкастів, присвячених темі війни в Україні.

Методи досілдження. У процесі дослідження застосовувалися такі методи: збір інформації, аналіз й синтез під час вивчення теоретичної бази дослідження; типологічний – для опису змістових характеристик українських

подкастів, моніторинг – для виявлення формально-змістових характеристик українських аудіоподкастів.

Методологічну й теоретичну основу роботи складають теоретичні розвідки про явище подкастингу І. Гаврилюк, О. Дмитровського, О.Дубенської, Ю. Махновської, П. Мірошниченка, І. Мудрої, І. Страшко, В. Шевченко; наукові підходи до тлумачення поняття «концепт» Н. Бойко, Є. Васянович, Т. Вільчинської, Л. Зіневич, В. Красавіної, Ю. Маслової, С. Мельника, О. Назаренко, А. Огар, М.Полюжина, І. Стаднік, В. Сікорської, Г. Яворської.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у дослідженні українських подкастів, які розповідають про війну в Україні у різних тематичних контекстах, зокрема:

вперше:

- здійснено тематичний зріз українських подкастів, прямо чи опосередковано присвячених війні в Україні;

удосконалено:

- теоретичні підходи до явища подкасту в українському та міжнародного контексті;

набуло подальшого розвитку:

- дослідження концепту «війна» у різних сферах наукової думки.

Теоретичне і практичне значення одержаних результатів. Матеріали дослідження можуть бути використані під час подальших наукових розробок, створення проєктів або викладання факультетських і шкільних курсів, пов’язаних зі створення аудіоподкастів.

Апробація роботи. Основні положення та результати дослідження представлені в доповідях:

1. «Концепт «війна» у сучасних українських подкастах» на Міжнародній конференції «Європейські цінності і медійні стандарти: контекст російсько-

української війни» в межах проєкту Європейського Союзу за програмою Еразмус+, напрям Жана Моне EU-Indy (19-20 жовтня 2023 р.).

2. «До питання поширення подкастингу в Україні» на XVI університетській науково-практичній конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2023» (м. Запоріжжя).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається з реферату, вступу, двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків, списку використаної літератури та одного додатку. Обсяг основної роботи – 68 сторінок. Список використаної літератури включає 69 найменувань (викладених на 6 сторінках).

РОЗДІЛ 1
ПОДКАСТИНГ НА ТЕМУ ВІЙНИ В УКРАЇНІ: ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ

1.1 Явище подкастингу в Україні

Кожен крок у розвитку технологій у сфері засобів масової інформації породжує питання щодо життєздатності «класичних» засобів масової комунікації. Обговорення можливого зникнення друкованих медіа спочатку виникло після винайдення радіомовлення, а потім – телебачення. Зараз ця проблематика актуалізується завдяки розповсюдженню Інтернету, прогресуючій популярності соціальних мереж і месенджерів, що надає ще більшу вагомість взаємозв'язкам між новими та традиційними ЗМІ.

Важливо відзначити, що через розвиток технологій одні тренди в медіа з’являються, натомість інші зникають. Свого часу радіо склало неабияку конкуренцію для друкованих медіа, з появою телебачення радіомовлення ризикувало залишитись без своєї аудиторії. На заміну ТБ прийшов Інтернет. Однак він не замінив телебачення на 100%, а можна сказати адаптував його під нові тренди, під потреби аудиторії. Так само як газети, що перетворились на інтернет-портали, й радіо в FM-просторі, що перетворилось на інтернет-радіо без прив’язки до території.

Однією з сучасних форм подачі аудіоінфрмації стали подкасти. Термін «подкаст» був запропонований Беном Гемерслі, британським журналістом і публіцистом, і вперше з’явився у статті для газети «The Guardian», опублікованій 12 лютого 2004 року. Слово «подкаст» поєднує в собі дві частини: «под.» від «iPod», популярного портативного програвача від Apple, і «cast» від «broadcast» (трансляція). Він вивів цей термін, коли писав редакційне завдання про нове явище «аудіоблогів, які можна завантажити з інтернету» [63]. Після введення цього терміну подкасти стали активно використовуватися в освіті. Так, наприклад, у грудні 2005 року медичний

факультет Гарвардського університету став піонером, зробивши всі лекції доступними для завантаження у форматі MP3/4. У травні 2006 року BBC повідомило, що доктор Білл Ашраф, старший викладач мікробіології Бредфордського університету, відмовився від традиційних лекцій на користь подкастів [67]. А вже у червні наступного 2005 року під час презентації продукції Apple це слово було відображено на великому екрані позаду Стіва Джобса. Компанія Apple започаткувала новий розділ в iTunes під назвою «Подкасти» [53]. До червня 2013 року Apple оголосила, що на їхньому iTunes налічується 1 мільярд подкастів. Станом на січень 2020 року доступно понад 900 000 подкастів, які слухають хоча б раз на місяць 104 мільйони людей [53].

При цьому варто зазначити, що як засновники подкастів в історію увійшли розробник програмного забезпечення Дейв Вінер та відеожокей MTV Адам Каррі. У 2004 році Дейв Вінер створив технологію RSS, яка дозволила користувачам підписуватися на аудіоблоги та автоматично завантажувати нові епізоди. Пізніше Дейв Уінер із радіоведучим Крістофером Лайдоном записали у саморобній студії mp3-файл, який вважається першим подкастом у світі [53].

А от значну роль у зростанні популярності подкастів відіграв американський детективний аудіосеріал «Serial», який вийшов у 2014 році. В основі розповіді лежить кримінальна справа, пов'язана із загадковим вбивством Хе Мін Лі, вісімнадцятирічної американо-корейської студентки. Проте основний акцент подкасту робиться на Еднана Саєда – колишнього хлопця дівчини, якого винесли звинувачення у цьому злочині, і якого засудили до довічного ув’язнення у 1999 році. Протягом шоу ведучий, провідний розслідувальник, вивчає кожен аспект справи та представляє історію у стилі, що є характерним для художньої літератури. Він закликає слухачів приєднатися до пошуку правди щодо подій, які сталися у той доленосний день, і визначити, чи був Саєд неправомірно засуджений. Також у випусках залучаються свідки подій і незалежні експерти, які надають додаткові деталі, що впливають на сприйняття аудиторії щодо того, що може бути

трибуналізовано 23 роки тому. «Serial» набрав п'ять мільйонів завантажень, а навіть через рік після випуску продовжував завантажуватись близько 500 тисяч разів на день [53].

Загалом подкастинг має довгу історію. Якщо розглядати це явище як засіб сторітелінгу, можна вважати, що їхніми передвісниками були радіоп’єси та радіофільми. Так, дослідник А. Близнюк зазначає, що радіоп’єса – це «особливий вид драматичного мистецтва, розрахований у міру своїх специфічних особливостей та можливостей не на глядача чи читача, а на слухача». За висновками вченого, термін «радіоп'єса» не зовсім точно відображає сутність цього жанру. Відповідно до автора, кращими еквівалентами є іноземні терміни, такі як німецьке «Höhrspiel» чи польське «sluchowisko», які перекладаються як «слухоп'єса». Ці терміни правильно підкреслюють той факт, що цей драматичний жанр сприймається аудиторією виключно через слух. Таким чином, автори контенту такого типу повинні під час його створення використовувати всі можливості радіо, такі як звукові ефекти, шуми та фонограми [3].

Подкасти можуть містити різноманітні теми, жанри й формати, і їх основна особливість полягає в тому, що вони доступні для вільного відтворення та завантаження слухачами на різних платформах і пристроях, таких як смартфони, планшети та комп'ютери. Подкасти часто включають в себе аудіо- або відеоінтерв'ю, розмовні програми, лекції, аудіокниги та інші форми контенту, які призначені для розваги, навчання або інформування аудиторії. Однією з ключових ознак подкасту є його можливість передачі інформації або розваги в будь-який час, коли це зручно для слухачів.

Загалом подкасти виникли завдяки поєднанню технологічних можливостей, творчості, вільності вибору та попиту на різноманітний та доступний контент.

Дослідники вказують на той факт, що конвергенція медіа веде до інтеграції різних видів медіаконтенту у єдину систему, створюючи нові

медіаплатформи, такі як соціальні мережі, інтерактивне телебачення та веб-видання. Конвергенція означає появу медіапродукту, який виникає через злиття різних медіа на одній технологічній платформі [58].

Цей процес дозволяє користувачам взаємодіяти з медіаконтентом у реальному часі, реагувати на нього та пропонувати власні теми. Він виник завдяки потребі перетворювати медіапродукти на цифрові формати на альтернативних медіаплатформах завдяки Інтернету.

Подкастинг, по своїй суті, є результатом цієї медіаконвергенції, оскільки він поєднує в собі радіомовлення та Інтернет, пропонуючи багато переваг для слухачів. Подкасти дають можливість слухачам створювати власний графік прослуховування, обирати платформу та проєкти, які їх цікавлять, і слухати контент в будь-який зручний для них час. Це відрізняє подкасти від традиційного радіомовлення, де слухачам доводиться пристосовуватися до графіка передач.

У підсумку медіаконвергенція вплинула на створення нових засобів комунікації, а подкастинг є однією з цих інновацій, яка змінила спосіб поширення і споживання інформації в медіапросторі.

О. Дмитровський вказує, що подкаст – це регулярно оновлювана серія аудіофайлів або один окремий такий файл, що публікується за однією адресою в мережі [14].

Інше формулювання «подкасту» подають теке: «це цифровий аудіо або відеофайл, який можна стрімити або завантажити з Інтернету для прослуховування або перегляду на пристроях, таких як смартфони, планшети та комп'ютери» [63]. Становлення і розвиток сфери подкастингу вивчав й французький дослідник К. Пельтьє (C. Peltier). У його працях це явище визначено як метод розповсюдження аудіофайлів через автоматичні інформаційні канали (RSS-канали), на які кожен може підписатися за допомогою програмного забезпечення. Також виокремлено такі ознаки даного медіапродукту: неформальність, інклюзивність та інтимність [65].

Інші закордонні дослідники загалом описують подкасти, як це цифровий медіаконтент, який може бути відтворений або завантажений для прослуховування або перегляду та який випускається у вигляді аудіоабо відео файлів [53].

І. Страшко у роботі «Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії» називає подкаст цифровим звуковим «посередником» між взаємодіючими у мережі суб'єктами, який передає інформацію, транслює і породжує смисли, що зумовлюються соціальним, культурним, професійним, мовним, особистісним контекстом. Дослідниця каже, що розглядаючи різні аспекти життя людей, подкаст не обмежується лише описом суспільства, а також висловлює свої судження, що сприяють кращому розумінню сучасних суспільних процесів: «Подкаст – це не тільки спосіб комунікаційної взаємодії, але й цифровий «транслятор» вічних цінностей буття, актуальних питань соціального, політичного, культурного життя, пов'язаних з рішенням різнорівневих проблем сучасного суспільства» [48].

Дослідники зазначають, що подкасти – це цифрові медіафайли, що розповсюджуються в Інтернеті, а їх вміст схожий на ток-шоу, вони містять інтерв'ю, діалоги чи інші типи контенту, пов'язаного з усним мовленням. Виокремлюють чотири основних типи подкастів [14]:

- Аудіоподкаст – це аудіофайл, який є записом за допомогою мікрофону думок, розмов, інтерв'ю, лекцій, ідей, презентацій або новин, які можуть бути або безпосередньо є цікавими цільовій аудиторії.
- Відеоподкаст – відповідно, це відеофайл, який знятий на певну тему, яка цікава цільовій аудиторії та опублікований в мережі.
- Скрінкаст – явище, яке є характерним для онлайн-навчання. Його мета полягає в тому, аби через спеціальну програму на комп'ютері записати дії, які відбуваються на екрані, які у свою чергу супроводжуються аудіо коментарями.

- Скайпкаст – це голосова розмова, записана за допомогою популярної програми скайп і поширена засобами подкастингу.

Дослідник О. Дмитровський у своїй роботі «Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо» зазначає, що: «відеокасти мають певну перевагу над аудіоподкастами, тому що вони активізують не тільки слухове сприйняття, а й візуальне, що сприяє кращому запам’ятовуванню. Скрінкастинг (англ. Screen – екран та broadcasting – передача) – жанр подкастингу, що транслює для широкої аудиторії відеопотік із записом того, що відбувається на екрані комп’ютера автора. Додатково накладаються аудіокоментарі й текстові блоки з поясненням того, що відбувається. Ефект від перегляду скрінкастинга аналогічний тому, якби глядач знаходився поряд з автором і той показував би дії на своєму реальному комп’ютері і при цьому давав би коментарі» [15].

Дослідниці І. Мудра та Ю. Майхровська пишуть, що: «часто подкасти порівнюють із радіо або радіопередачами. Але вони відрізняються від них. Найперше подкасти не мають етеру. Аудиторія радіо слухає у конкретний час та лише те, що вирішують редактори програм і звукорежисери. Натомість аудиторія подкастів самостійно обирає коли і що послухати. Ще важлива відмінність у тому, що подкасти є персоналізованими. Вони готуються з урахуванням, що їх буде слухати, скоріш за все, одна людина за раз. Радіо у цьому плані більше схоже на гучномовець, задача якого – донести інформацію до якомога більшої кількості людей одночасно» [27].

Подкасти відрізняються від традиційного радіо своєю гнучкістю та різноманітністю контенту. Вони можуть представляти собою новини, розмовні шоу, освітні програми, інтерв'ю з відомими гостями, розважальні виступи та інші рубрики. Деякі виробники подкастів використовують цей формат для звернення уваги на спеціалізовані теми, які можуть зацікавити вузьку аудиторію. Це надає слухачам можливість знаходити контент, який відповідає їхнім інтересам та потребам, сприяючи розвитку спеціалізованих порталів із

конкретними концепційними принципами. За словами іноземних вчених: «Розвиток подкастів також створює нові можливості для монетизації контенту. Багато подкаст-мейкерів знаходять способи отримання доходу через рекламу, спонсорство, пожертвування від слухачів або платні підписки. Це заохочує авторів присвячувати більше часу та зусиль на створення вмісту сторінки, і стимулює подальший розвиток подкастингу як важливого сегмента медіа індустрії» [63].

Дослідники Мартін Спінеллі та Ленс Денн визначають десять ключових характеристик та концепцій жанру подкастів, на які слід звернути увагу:

1. Споживання в навушниках сприяє внутрішній та інтимній взаємодії. Це відрізняється від прослуховування радіо через динаміки чи відкриті навушники і сприяє іншому рівню спілкування.

2. Подкасти як переважно мобільне середовище використовуються в русі, в міських просторах, на вулицях та в інших громадських місцях.

3. Подкасти надають більший контроль слухачам, дозволяючи легко повторно відтворювати та перемотувати вміст.

4. Прослуховування подкастів вимагає вибірковості та активної участі слухачів у виборі контенту, використовуючи технологію push-pull.

5. Подкасти можуть успішно існувати серед нішевої глобальної аудиторії, що менше залежить від конкретних спільнот і територій.

6. Подкасти інтегровані в соціальні медіа, що підвищує їх взаємодію з аудиторією та активізує спільноту слухачів.

7. Виробництво та розповсюдження подкастів можливі без схвалення редактора-замовника та програмного контролера, надаючи творцям велику свободу.

8. Подкасти є «вічнозеленими», доступними назавжди, і стикаються з меншими викликами стосовно «жвавості» в порівнянні з іншими медіа.

9. Відсутність жорсткого чи остаточного тексту епізоду або частини подкасту дозволяє виправляти помилки, додавати вибачення, змінювати рекламу та коригувати звук.

10. Подкасти не обмежені за часом і розкладом, що дозволяє їм тривати стільки, скільки захоче автор [68].

О. Дмитровський у своїй роботі «Типологія українських подкастів» зазначає, що їх можна розділити на два типи:

- подкасти організацій (радіостанцій, університетів тощо);
- приватні подкасти блогерів [14].

Вчені І. Мудра та Ю. Майхровська у своїй роботі «Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ» надають таку класифікацію українським подкастам:

- **за технічною платформою:** автономні (подкаст як окремий аудіофайл, створений на спеціальному сайті або за допомогою автономної програми) та інтегровані (створені на спеціалізованому сайті подкастів, або на сайті-сховищі даних файлів);
- **за типом мультимедіа:** аудіоподкаст та відеоподкаст;
- **за кількістю авторів:** індивідуальний та колективний;
- **за юридичним статусом авторів:** організація/компанія (ЗМІ), приватна особа, група авторів;
- **за кількістю дикторів і формою представлення:** монолог, діалог, полілог, поєднує елементи монологу/діалогу/полілогу;
- **за типом і цільовим призначенням:** автентичний, навчальний, професійний;
- **за доступністю ресурсів:** у вільному доступі, з платним доступом із частини ресурсів, повністю платний [27].

Дослідниці І. Мудра та Ю. Майхровська також зазначають, що «подкасти поділяють на: подкаст-інтерв'ю, подкаст-монолог, подкаст-бесіда, подкаст-випуск радіопередачі, подкаст-круглий стіл, подкаст-огляд» [27]. У

своїй роботі «Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ» вчені також надають визначення кожному з представлених видів українських подкастів:

1. Інтерв’ю. Журналісти записують подкасти з експертами, волонтерами, військовими тощо. Під час нашого дослідження побачили найбільше інтерв’ю-подкастів з експертами у різних галузях.

2. Бесіда. Вчені пишуть, що такий подкаст подібний до інтерв'ю, але відрізняється тим, що журналіст, перебуваючи в дружній атмосфері, спілкується з гостем, не лише ставить йому питання, але й додає свої власні думки до відповідей співрозмовника. У таких подкастах журналіст часто вживає жарти, ділиться цікавою інформацією не лише з аудиторією, але й із співрозмовником. Загальна атмосфера спілкування в студії нагадує бесіду двох близьких друзів.

3. Монолог. Журналісти розказують найважливіші новини, аналізують ситуації та проблеми.

4. Випуск радіопередачі. Дослідниці зазначають, що це формат подкасту, який виникає, коли на платформі для подкастів публікується повністю радіопередача, що до того була випущена в ефірі радіостанції.

5. Круглий стіл. Коли у студії у ведучого є кілька гостей і вони обговорюють важливу тему.

6. Огляд. Журналіст робить огляд найважливіших подій чи новин, а також може здійснювати огляд преси [27].

Загалом виокремлюють такі основні спрямування подкастів: аудіоблоги (аналог онлайн-щоденника), музика, техніка, камеді-подкаст, Couple Casts (особисте життя авторів), аудіокниги, освітні подкасти, інтерв’ю, новини, політика, радіовистави й радіошоу, кіно, спорт, ігри.

Так само можна сказати, що українські подкасти відповідають класифікації жанрам радіожурналістики, про які говорить у своєму підручнику професор В. Лизанчук:

- інформаційні (радіоповідомлення, радіозвіт, радіоінтерв'ю, радіорепортаж, радіовиступ, радіоогляд преси);
- аналітичні (радіокореспонденція, радіокоментар, радіобесіда, радіоогляд);
- художньо-публіцистичні (радіонарис, радіофейлетон, радіокомпозиція, радіофільм, оригінальна радіодрама) [24].

У роботі І. Страшко «Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії», опублікованій у 2017 році, автор аналізує функції подкастів з соціально-філософської перспективи. Основні функції подкастів, які можуть бути виділені в цій роботі, включають:

1. Комунікаційна функція – подкасти сприяють взаємодії та обміну думками між авторами та слухачами. Вони створюють медійну платформу для діалогу та обговорення соціальних питань.

2. Соціокультурна функція – подкасти впливають на формування соціокультурних цінностей та сприяють розумінню соціальних процесів та явищ.

3. Інформаційна функція – подкасти служать для поширення актуальної інформації та аналізу суспільних подій.

4. Освітня функція – подкасти можуть використовуватися для освіти та навчання, надавати доступ до наукових знань та історичної інформації.

5. Соціально-філософська функція – подкасти відіграють свою роль у розвитку соціальної філософії та роблять свій внесок у вирішення соціальних проблем.

6. Медіа-критика – подкасти впливають на медіаландшафт та критикувати певні аспекти медійних практик [48].

Варто зазначити, що основний стрибок у популярності подкастів в усьому світі припав на 2020 рік, коли булла пандемія Covid-19. Згідно із дослідженням Westwood One за 2020 рік, 93% слухачів заявили, що від

початку коронавірусної пандемії слухають таку саму кількість подкастів, як і до неї, або навіть більше [16].

Однак при цьому великого стрибку на українському медіаринку не спостерігалось. Дослідники пишуть, що станом на 2020 рік «ринок подкастів» як такий в Україні ще зовсім не сформований. На той момент в Україні були локально популярні подкасти такі, як «Простими словами» від The Village Ukraine, «Акустика Тіней» від Іванни Шкромиди.

Найбільше зростання популярності подкастингу в Україні припав на 2022 рік, після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Наразі на українському медіаринку можна знайти подкаст на будь-який смак та жанр, від медійних редакцій і окремих авторів.

О. Дмитровський пише, що поява і зростання популярності подкастингу є результатом розвитку технологій в Інтернеті, що розширило аудиторію та сприяло виникненню нових форм онлайн-комунікації. З іншого боку, з соціальної точки зору, поява подкастів свідчить про етап розвитку суспільства, коли потреба у вираженні особистості та прагнення до визнання стають все більш важливими і актуальними для суспільства [15].

Важко надати точну інформацію про стрибок популярності подкастів в Україні за час повномасштабної війни, оскільки як таких досліджень та аналізів на цю тему ще не проводилось. Так, за даними опитування на тему відмови від російського контенту від соціологічної групи «Рейтинг», від початку повномасштабної війни майже 70% відмовились від російських серіалів. Також понад майже 60% відмовились від російської музики. Внаслідок цього в українців виникла потреба в українськомовному контенті, одним із яких стали подкасти [46]. Статистичні дані від Американської радіомережі Westwood One свідчать, що 52% людей слухають подкасти від початку до кінця, в той час як текстові матеріали дочитують лише 20% людей [46]. На «Медіакритиці» виділяють такі пояснення, чому подкасти популярніші:

1. Подкасти більш практичні, оскільки люди слухають їх, не відволікаючись від рутинних справ: приготування їжі, пробіжки чи їзди на авто. Натомість на текстові матеріали потрібно виділяти час.

2. Подкасти дозволяють ефективніше донести інформацію до слухачів [44].

Наразі в Україні подкасти присутні як у традиційних новинних онлайн-ЗМІ, так і в тих, що працюють в стилі «повільного журналізму» (slow-journalism) і прагнуть розтлумачити проблеми та явища. Важливо зазначити, що в останній групі подкасти представлені більш широко. Причина, через які подкасти наразі вигідні для медіа це те, що слухачі подкастів більш лояльні до реклами. Вже згадана нами радіомережа Westwood One, яка проводить одні з найбільш комплексних досліджень ринку подкастів, зазначає що 60% слухачів не проти кількох рекламних оголошень, щоб їхні улюблені програми продовжили існувати. Такі цифри приваблюють рекламодавців, коштом яких можна й надалі розвивати свій продукт [46].

І. Гаврилюк у своїй статті пише, що майже всі онлайн-медіа є прямими виробниками своїх подкастів. При цьому тематичний діапазон подкастів в інтернет-медіа достатньо розмаїтий. За словами дослідниці, найширший тематичний пласт представлено в онлайн-медіа, що розраховані на широкі аудиторні групи. Нішеві видання орієнтовані на конкретні теми, що залежить від їхнього спрямування [8] . Як пише вчена у своєму дослідженні, потенціал жанрів та форматів подкастів у сфері інтернет-медіа виявляється обмеженим. Домінуючими є бесіди-монологи, бесіди-діалоги та інтерв'ю. Крім того, для створення своїх програм подкастери активно експлуатують такі жанри, як репортаж, документальний серіал та нарис, які відзначаються виразною авангардністю. Оскільки популярність подкастів стрімко зростає в медійній сфері, вважаємо за доцільне дослідження тенденцій розвитку цього формату на різних медійних платформах [8] .

У своїй роботі «Подкаст як тренд у радіожурналістиці», П. Мірошниченко характеризує подкаст як медіатренд, який активно розвивається разом із розвитком технологій. У журналістських подкастах активно використовуються різноманітні форми інтерактивності, і автори додають до них не лише аудіо, але й відео [29].

М. Сибірцева у своєму блозі «У чому секрет популярності подкастингу», посилаючись на зарубіжні дослідження (Edison Research, The Publisher's Guide to Podcasting), виділяє такі основні причини популярності подкастів:

1. Подкасти можна слухати у режимі багатозадачності.
2. Прослуховування подкасту – простий спосіб дізнатися останні новини й події.
3. Подкасти розважають [43].

І. Страшко у роботі «Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії» зазначає, що популярність подкастів також опосередковується відносною простотою виробництва і поширення, легким доступом, відсутністю просторових та часових обмежень та не залежить від економічного становища слухачів. Ефективність та успішність функціонування подкасту в інтернеті визначається його змістом, який впливає на особистісний розвиток людини. Якщо подкаст реалізовано на найвищому рівні, він дозволяє слухачам почути і побачити творчу та вільну особистість, яка здатна передати реальну картину суспільства XXI століття [48].

В. Нановська у статті «6 тенденцій розвитку подкастингу за 2022 рік» із посланням на дослідження «Megaphone» зазначає, що у 2022 році дуже розширилась аудиторія подкастів: «Спочатку подкасти були найпопулярнішими серед людей віком 25–54 роки. Проте тепер з новим і різноманітним контентом зросла аудиторія унікальних слухачів віком 13–17 років і 55+» [30].

Загалом варто зазначити, що за останній рік популярність подкастів значно зросла серед української аудиторії. Опираючись на соціологічні

опитування можна сказати, що однією з причин є те, що більшість українців відмовились від російського контенту від початку повномасштабної війни й почали заміняти його українськими подкастами. Популяність виробництва українських подкастів можна визначити й за аудіопремією «Слушно» від медіасервісу Megogo Audio. Премія була заснована до повномасштабної війни, у 2021 році, й тоді було номіновано 50 українських подкастів. Водночас вже в 2022 році було номіновано 134 подкасти, а в 2023 році – 135 подкастів. Спираючись на ці цифри, можна говорити про стабільну популярність подкастів серед української аудиторії .

2.2 Концепт «війна» в сучасному медійному дискурсі

Кожен історичний період, кожна епоха або значуща подія залишають свій слід у мові, створюючи власний словник, який зберігає пам'ять про їхній перебіг, явища та видатних особистостей. Сьогодні Україна переживає стан війни, і цілком обґрунтованим є актуалізація в її соціально-політичному дискурсі лексики військової концептосфери. Концепт «війна» належить до універсальних і відстежується в усіх культурах і мовах, оскільки війни супроводжують людство протягом всієї його історії. Враховуючи складну і тривалу боротьбу українців за свою державність, концепт «війна» має розгалужену систему.

Варто зазначити, що концепт «війна» досліджувався на матеріалі різних мов (української, англійської, французької, давньогрецької, тощо) (Брославська, 2016; Верьовкін, 2012; Коваленко, 2011; Міщенко, 2013) і різних епох (Верьовкін, 2012; Вільчинська, 2017; Яворська, 2016). Саме це доводить його актуальність і важливість для багатьох націй у різні часи.

Вчені Л. Зіневич і В. Красавіна у своїй спільній роботі «Концепт «війна» у сучасному українському суспільно-політичному дискурсі» пишуть: «Концепт (від латинського "concipere (conceptus)" – думка чи погляд, основне поняття чи ідея, узагальнення, спеціально сформоване з конкретних прикладів.

За словниковим визначенням, концепт – це формулювання, розумовий образ, ментальний прообраз, ідея поняття, саме поняття» [17]. Дослідники відзначають, що загалом концепт вміщує різні поняття: «У психіці це об'єкт ідеальної природи, образ, що втілює певні культурно зумовлені уявлення носія мови про світ і водночас є праобразом, прототипом, ідеєю групи похідних понять; у мові концепт має певне ім'я, оскільки реальність відбивається у свідомості не безпосередньо, а через мову. Концепт – це фрагмент знання, досвід особистості, що включає як мовну, так і позамовну інформацію» [17].

Термін «концепт» походить від латинського слова «conceptus», що означає поняття, а від «concipio» – збирати, вбирати у себе; представляти; уявляти, формулювати; утворювати, зачати тощо. Початок вивчення концепту пов'язують із працями П. Абеляра, який трактував його як згусток смислу, вкрай суб'єктивну форму відображення. Серед важливих етапів у розвитку концептуальних досліджень вважається 1928 рік, коли С. Акольдов-Алексеєв у статті «Концепт і слово» визначив концепт як специфічне утворення – результат узагальнення невизначеної множини предметів того самого роду. До середини минулого століття термін «концепт» не використовувався в науковій літературі, але в 80-х роках відзначився повноправним використанням завдяки розквіту когнітивного напряму в лінгвістиці, що дозволило аналізувати ментальні структури. В науці сформувались два основних підходи до розуміння концепту: лінгвокогнітивний і лінгвокультурологічний [33].

М. Полюжин зазначає, що «лінгвокогнітивний і лінгвокультурний підходи до розуміння концепту не взаємозаперечують один одного, оскільки розгляд концепту як ментального утворення у свідомості індивіда – це вихід на концептосферу мовної спільноти, що є показником рівня її культурного розвитку. І навпаки, розгляд концепту як репрезентанта культури є напрямом руху в науковому дослідженні від колективного до індивідуального досвіду. Інакше кажучи, ці підходи розрізняються векторами щодо індивіда: лінгвокогнітивний підхід – це напрям розгляду, що прямує від індивідуальної

свідомості до культури, а лінгвокультурний – від культури до індивідуальної свідомості. Зазначені напрями розгляду – дослідницькі прийоми, а не цілісні багатовимірні процеси» [38].

У більш широкому лінгвокогнітивному розумінні концепт розглядається як уявлення про ті смислові ознаки, якими користується людина у процесі мислення. Ці ознаки відображають зміст її досвіду та «кванти» структурованих знань, які вона здобула у процесі своєї пізнавальної діяльності. А от концепт у контексті лінгвокультурних аспектів є одиницею, призначеною для об'єднання наукових досліджень в галузі культури, свідомості та лінгвістики. Цей концепт представляє собою культурно обумовлений вираз свідомості, який фіксується у мові. Іншими словами, лінгвокультурний концепт, як скупчення вербалізованого смислу, відображає лінгвоменталітет конкретного етносу, і його назва, як правило, співпадає з домінантою конкретного синонімічного ряду або ядром лексико-семантичного поля [38]. У підсумку М. Полюжин каже, що: «концепт – це ментальна одиниця, елемент свідомості, який відіграє роль посередника між культурою й мовою. Саме у свідомість надходить культурна інформація, де вона фільтрується, переробляється, систематизується та формується у вигляді концепту, відповідає за вибір мовних засобів, що передають інформацію в конкретній комунікативній ситуації для реалізації певної комунікативної мети» [38].

Дослідниця А. Огар пише, що концепт представляє собою комплексну ментальну одиницю, що формується внаслідок щільного взаємодії різних елементів, які отримують різні теоретичні обґрунтування [33]. За поглядами деяких вчених, концепт складається з компонентів, або концептуальних ознак, які представляють собою окремі риси об'єктивного чи суб'єктивного світу, що усвідомлюються в свідомості та відрізняються за ступенем абстракції. Вчені ці ознаки вважають необхідними й достатніми для ідентифікації предмета чи явища і класифікує їх по-різному:

- як мотивувальні, образні, поняттєві й ціннісні;

- як ціннісні, образні, поняттєві;
- і фактуальні елементи, і те, що робить його фактом культури: вихідну форму (етимологію), згорнуту до основних ознак історію, сучасні асоціації, оцінки, конотації [33].

У своїй роботі вчена А. Огар зазначає, що: «наскрізними у концепті є поняттєві, образні та ціннісні ознаки. Поняттєвий вимір концепту презентує дефініція його вербалізаторів, образний – його перцептивні й когнітивні складники, ціннісний відображає вагомість психічного утворення» [33].

Дослідники С. Мельник, О. Назаренко та В. Сікорська у своїй спільній роботі зазначають, що розуміння концептів є досить варіативним. Все це через те, що термін «концепт» з'явився у лінгвістиці завдяки взаємодії цієї науки з іншими галузями знань, такими як філософія, психологія, антропологія, семіотика. Як результат, у лексикографічних джерелах і спеціалізованих наукових дослідженнях існує багато різних визначень цього поняття, включаючи різні конкретизатори та аспекти цього явища. Однак при цьому фахівці зазначають, що як такого конкретного й вичерпного визначення концепту немає, що є характерним й для інших популярних сьогодні термінів [28].

М. Полюжин у своїй роботі «Поняття, концепт та його структура» пише, що: «Концепт як лінгвістичне явище проявляється у вигляді сутності, що репрезентує асоціативне поле імені, хоча й не прирівнюється до нього. Інакше кажучи, концепт – парадигматична модель імені, що містить його логічну й сублогічну структури, які виводяться і з вільного сполучення імені, і зв’язаного, тобто з синтагматичних зв’язків, зафіксованих у тексті. Обсяг концепту охоплює зміст наївного поняття, проте не вичерпується лише ним, оскільки охоплює всю безліч практичних елементів імені, що проявляються в різних словосполученнях» [38]. Концепт – це формування мовної одиниці, яке охоплює певний обсяг її змісту, включаючи конотації та конкретно-чуттєві асоціації. Він включає не лише поняття класів предметів і явищ

навколишнього середовища, але й асоціативне соціокультурне уявлення про них у загальному вигляді. Навіть якщо концепт виражається мовою і пов'язаний з окремими мовними одиницями, він не зводиться до них. Зміст концепту виникає з реконструйованого розуміння слів, контекстів і текстів, у яких формується узагальнене уявлення про певний факт свідомості. Всі складові терміна «концепт» включають нероздільне поєднання елементів свідомості, реальності та мовних знаків, спільноту людей за допомогою мовних знаків на різних етапах історичного розвитку та прояв у ставленні до дійсності та взаємодії з нею, а також реальну і віртуальну сутність, які характеризуються загальноприйнятою та специфічною національно-культурною детермінованістю мовними знаками [38].

У роботі «Суперечливі аспекти поняття «концепт» вчена А. Огар пише, що деякі дослідники пропонують розрізняти предметні (вербалізовані словами з конкретним значенням), концепти-ґештальти (об’єктивовані абстрактною лексикою), типологічні (репрезентовані лексикою з просторовим значенням), емоційні концепти (їх презентують назви почуттів та емоцій). Інші ж вчені розподіляють всі репрезентовані у мові концепти на три понятєві класи: базові концепти, концепти-дескриптори та концептирелятиви: «Базові – космічні, соціальні та психічні ні (духовні) – формують основу мови й усієї картини світу […]. Концепти-дескриптори пояснюють базові концепти. Серед них розрізняють: дименсіональні (категоризують різні виміри: розмір, об’єм, глибина тощо); квалітативні (виражають якість: тепло-холод, твердість-м’якість); квантитативні (виражають кількість: один, багато, достатньо). Концепти-релятиви реалізують типи відношень: концепти-оцінки (смачно-несмачно, корисно-некорисно); концепти-позиції (навпроти, близько-далеко); концепти-привативи (свій-чужий, брати-давати, включати-виключати)» [33].

Варто зазначити, що концепт «свій-чужий» є дуже розповсюдженим. Так, Е. Кривка у своїй роботі пише, що: «складний і багаторівневий характер концепту «свій-чужий» зумовлює різноманітність аспектів його дослідження в

науковій літературі. Система диференціації «свій-чужий», на думку сучасних дослідників, є першим і основним механізмом ідентифікації. Класичний подорожній хронотоп зосереджується на описах чужого, при цьому автор намагається зробити його доступним і зрозумілим реципієнту. Це хронотоп спостереження, який спрямований на зближення «свого» і «чужого» простору. Читач запрошується в «чужий» простір і стає поруч з мандрівником-спостерігачем» [22].

Також важливо відзначити, що в контексті опозиції «свій»–«інший» часто використовується поняття пограниччя, оскільки питання взаємодії, переплетення та взаємного впливу культур і літератур вивчаються як у політичному, так і у художньо-естетичному контексті протягом численних століть, особливо актуалізуючись у XXI столітті. Отже, на межі конкретного простору відіграється роль обмеження між «своїм» та «іншим». Це передбачає непорушність кордонів, але одночасно враховує можливість, а навіть необхідність, виходу за межі рідної країни та взаємодії з культурою та побутом інших народів. Таким чином, автор медіатексту розглядає опозицію «свій–інший» як значущий концепт для вивчення національної ідентичності, ментальності та культури, як єдність елементів, що визначають національну приналежність [22].

І. Стаднік в праці «Опозиція «свій/чужий» у складі концепту war/війна» описує це так: «опозиція «свій/чужий» у свідомості носіїв української, російської та англійської мовних картин світу пов’язується з категорію посесивності, у досліджуваних мовах є вербально представленою присвійними займенниками, лексичними одиницями, семантика яких вказує на приналежність, спорідненість, володіння чи відчуженість, а також стилістичними тропами й фігурами. Однак через етноспецифічну віддаленість носіїв англійської мови в перекладах спостерігаємо часткове «невключення» до сфери «свої» та нейтралізацію лексичних «кордонів» сфери «чужі» [47].

Термін «концепт» останнім часом став предметом інтенсивного вивчення в сучасних наукових дослідженнях. Проте розуміння цього поняття має значну варіативність і відрізняється в залежності від контексту наукового дослідження, включаючи лінгвістику, літературу, культурологію, філософію, психологію та логіку. Ю. Маслова у свій роботі розглядає концепт «як соціокультурно маркований, вербалізований сенс, репрезентований мовними засобами вираження в ментальних одиницях, які формують загальнонаціональну асоціативно-вербальну павутину. Мовні засоби, які використовують для його ословлення, називаємо засобами вербалізації, мовної репрезентації, мовної реалізації, мовного вираження концепту» [26]. При цьому дослідниця наголошує на тому, що вербалізований концепт може бути виражений лексичними, фразеологійними одиницями, тропеїчними конструкціями, усними й письмовими текстами, етикетними формулами й відповідними тактиками мовної поведінки, зокрема й невербальними знаками [26].

М. Полюжин у своїй праці «Поняття, концепт та його структура» пише, що до змістових типів концептів належать:

- культурний концепт;
- лінгвокультурний концепт;
- когнітивний концепт;
- емоційний концепт;
- науковий концепт [38].

Отже, треба відзначити, що термін «концепт» – це складний, суперечливий та многогранний феномен. Вчені ведуть дискусії щодо його структури, при цьому одні підкреслюють доцільність стратифікації, інші – його структурованість. Також обговорюється питання вербалізації концепту, де він розглядається як повністю вербалізована одиниця чи частково та повністю не вербалізована. Однак не однозначним залишається підхід, за яким проводиться трактування концепту, і вчені акцентують на когнітивних,

культурологічних та інтегративних аспектах. Питання класифікації концепту також розглядається за різними параметрами, такими як його поява у концептосфері, структурний розвиток, первинність, актуальність, типи знань, смисловий обсяг і т. д. [33].

Є. Васянович у своїй роботі «Структурно-семантичне наповнення концепту «війна» у лінгвіністичних дослідженнях» пише: «Автори статей мають тенденцію конотувати війну лише негативно (особливо у зв’язку з поточною ситуацією в Україні): цинічна і садистська війна; несправедлива, безглузда війну. Присутнє чітке розмежування між високою метою справедливої війни (боронити Україну) та несправедливою (бутафорська антитерористична операція, кривава бійня). Вивчаючи публіцистичний дискурс, важливо зауважувати той факт, що автори послуговуються не лише традиційними для національною мовною свідомості засобами, а й власними образними одиницями» [5].

Учені виділяють наявність концепту «війна» у мовній картині світу як буквального явища з конкретними атрибутами (наприклад, «війна – битва» або «війна – зброя»), а також як метафоричного явища (наприклад, «війна – гра»), відображаючи різноманітність його структурно-семантичного наповнення. Саме тому під час вибору слів-стимулів для дослідження концепту «війна» у мовній свідомості важливо враховувати всі найпоширеніші складові цього концепту. Це передбачає обрання стимулів, пов'язаних із характерними рисами війни (її семантичним вмістом) та конкретними атрибутами цього явища, а також використання антонімічних понять: війна – зброя, перемога, поразка, смерть, бій [5].

Є. Васянович зазначає, що «концепт «війна" є невід'ємною частиною світосприйняття українців через історичні події, які відбувалися на теренах країни, а також через поточну ситуацію. Тому дослідження цього концепту та виявлення його асоціативного складника є актуальним» [5].

Т. Вільчинська пише, що концепт «війна», при первинному розгляді, здається зрозумілим, але насправді виявляється важким та багатогранним. Аналізуючи символічну природу цього поняття, автори Енциклопедичного словника символів культури України стверджують, що на планеті завжди відбувається якась форма конфлікту, і війна стала невід'ємною та, схоже, неухильною складовою людського існування. Навіть безсвідомо ми переживаємо певну концепцію війни, яка вкорінилася в нашій свідомості та культурі. Дослідниця також каже про те, що концепт «війна» є загалом багатогранним [6]. У своїй роботі «Концепт війна: особливості мовної об’єктивізації у газетному тексті» зазначає: «До засобів його вербалізації належать одиниці різних мовних рівнів – лексичного, фразеологічного, граматичного, серед яких основне ім‘я концепту та його синоніми, в тому числі й запозичені, атрибутивні і предикативні синтагми, фразеологічні одиниці. Чимало виявлено тропеїчних конструкцій на позначення відповідного концептуалізованого поняття, передусім метафор і метафоричних епітетів. Більшість мовних репрезентантів концепту є оцінно маркованими, що забезпечує емоційність, експресивність медіатекстів. Встановлено, що автори газетних матеріалів про війну не лише послуговуються традиційними для української лінгвокультури номінативними засобами, а й використовують власні, нерідко образні, одиниці» [6].

Концепт «війни» в Україні та в українському медіапросторі відповідно присутній вже давно, ще з 2014 року. Саме тому ця тема займає окреме місце у вітчизняному медіадискурсі. Вчені зазначають, що цей концепт у журналістських матеріалах має свою, особливу, специфіку. Так, впродовж війни на Донбасі автори статей послуговувалися розгалуженою системою непрямих визначень, наприклад: АТО (антитерористична операція), збройний конфлікт, російська агресія, російсько-українське протистояння, російська окупація, неоголошена війна, російське вторгнення тощо. Цей прийом застосовували замість того, аби називати дійсністю «війною». Вчені вважають,

що причина цього полягала в суттєвих суперечностях у сприйнятті та розумінні російської агресії як учасниками збройного конфлікту, так і міжнародною спільнотою. Однак на сьогодні, навіть при тому факті, що російська федерація продовжує зі свого боку вести неоголошену війну проти України, вже суттєво змінилися домінанти в сприйнятті цього явища. Це відображається в риториці українських політиків, виступах міжнародних лідерів, політичних експертів, соціологів, військових та звичайних громадян, де спостерігається зміна в тлумаченні термінів [28].

Дослідниця А. Огар у своїй роботі «Вербалізація концепту «війна» в сучасному художньому дискурсі» пише, що першою складовою, яка призвела до того, що концепт «війна» став актуальним, є складова «просторова близькість»: «Цей концепт до 2014 року був у мовній картині світу українців, як й усіх інших народів, але ми його розуміли як віддалену від нас в часі й просторі подію/події. Однак нові реалії спричинили нове осмислення, війна різко увірвалася в життя країни, про неї стали думати й говорити. Виявилося, що війна стосується усіх: у чиєсь життя вона увійшла абстрактно, чиїмось життям вона стала, а в когось життя забрала. Однак відчуття загрози, яке вона принесла, не полишає нікого в країні» [32].

Про це також каже дослідниця Ю. Маслова: «Семантичне поле концепту "війна" досить різнобарвне в газетних виданнях. У процесі вербалізації війни простежуємо світоглядні зміни в соціумі, певну радикалізацію й бінарну опозицію «свій-чужий», активізацію новотворів, професійної й ненормативної лексики, перебудову системи ціннісних орієнтирів» [26].

Тут варто зазначити, що в українських подкастах риторика щодо війни в Україні є більш спрощеною, особливо у тих медіапродуктах, які були випущені до початку повномасштабної війни. Все через те, що подкасти мають більш розмовний стиль викладу інформації, через це в подкастах можна простежити, що немає непрямих назв війни, таких як конфлікт, збройна агресія і т.д. Тут дійсність вербалізується досить конкретно – «війна на Донбасі».

Важливим фактором є й те, що до повномасштабної війни подкастів на воєнну тематику було набагато менше, ніж сьогодні. Тому в цьому питанні подкасти сильно відрізняються в подачі інформації від інформаційних інтернет-видань або аналітичних ресурсів.

Дослідники С. Мельник, О. Назаренко та В. Сікорська зазначають, що «наразі щодня у новинних стрічках онлайн-медіа фіксуємо розгалужену систему номінацій, ядро яких складає саме лексема війна […]» [28]. Вони вказують на те, що основним акцектом є підсилювальні прикметники, такі як: повномасштабна, широкомасштабна, велика, відкрита, холодна, терористична, жорстока, кривава, безглузда, абсурдна, агресивна, загарбницька. Також фахівці відзначають, що окремим аспектом концепту «війна» у сучасних українських медіаресурсах є самі види війни: інформаційна, психологічна, кібервійна [28].

Дослідниця А. Огар вважає, що «концепт "війна" в художньому дискурсі учасників – це багатовимірне ментальне утворення, дуже складне, що охоплює кардинально протилежні смисли. Зрозуміло, що вміст концепту включає компоненти, які асоціюються з смертю, розрухою, болем, жахом, пригніченістю, зрадою, підлістю, розгубленістю, байдужістю, оманою, помстою, злістю, ненавистю, безпомічністю тощо. Водночас до структури концепту входять вкрай позитивні смисли, які можна вербалізувати словами життя, свобода, любов, чесність, гідність, шляхетність, благородство, допомога, героїзм. Для кожного війна несе щось своє, особисте, але завжди війна – це коли болить серце» [32].

Л. Зіневич та В. Красавіна зазначають: «Концепт "війна" в сучасних умовах воєнного конфлікту належить до ключових і має високий ступінь актуалізації та розгалужену систему вербалізації, що будується як на традиційних усталених номенах, так і новотворах, які передають своєрідність саме нинішньої війни. Нова реальність диктує нові номінації, що зумовило

появу численних, ще не усталених, назв одного поняття (війна гібридна, пропагандистська, інформаціна, тонкого плану, психологічна тощо)» [17].

Т. Храбан зазначає, що характеристикою емоційного концепту «війна» є об'єднання альтруїстичних мотивів та мотивів нехтування. У цьому конгломераті виявляється, з одного боку, готовність до безкорисної жертви, бажання віддавати та відчуття відповідальності, а з іншого – усвідомлення неоціненності власної жертви та страх неприйняття. Домінуючими в цьому концепті є смисли, пов'язані з емоційною біллю і моральними стражданнями, вони характеризуються високим напруженням. Мотив нехтування виступає як засіб негласного докору від особи, яка гостро відчуває потребу в любові, турботі та увазі, і намагається отримати їх, закликаючи до почуття обов'язку.

Концепт «війна» можна реструктурувати з різних поглядів, однак А. Огар наполягає на тому, що саме творчість учасників війни така важлива з погляду актуалізації зазначеного концепту. Загалом дослідниця виділяє такі «погляди»:

- з погляду професійних письменників, які «намагаються відтворити реальність, але обрамлюють її все ж незмінними супутниками художнього твору – образністю, метафоричністю, що зрештою і робить слово художнім» [32];
- з погляду журналісті – «прагнення реалістичності й правдивості яких часто-густо позначене заангажованістю автора/медіа» [32];
- з погляду пересічних українців, «неучасників тих подій з різними світоглядними переконаннями» [32];
- з погляду учасників війни, «думка яких, попри свій суб’єктивізм – або саме через нього – є найоб’єктивнішою, найбільш повно презентує концепт, унаочнює ті його сторони, які невідомі іншим, бо ними не переживалися. Навіть найоб’єктивніші журналістські репортажі чи інші масмедійні форми –це все-таки репродукція справжніх емоцій, почуттів, справжніх сенсів» [32];

Варто зазначити, що в час повномасштабної війни найбільша довіра серед українців саме до військового керівництва країни та Збройних Сил України. Про це йдеться в опитуваннях. Зокрема, таке опитування проводив «Разумков Центр». За їхіми даними «серед державних та суспільних інститутів найчастіше довіра висловлюється до Збройних Сил України (їм довіряють 96% опитаних)» [54]. Таким чином, можна сказати, що ті матеріали або медіапродукти, які пишуть та публікують самі військовослужбовці викликають більшої довіри у жителів України, ніж якщо та сама інформація буде подана від когось іншого.

Авторка роботи «Концепт «війна»: семантика і прагматика» вказує на те, що цей концепт насправді має дуже динамічну структуру: «Прототипний характер Другої світової для категорії подій, яка об’єднує війни, очевидно, впливає на сучасні уявлення про війну, також і на ментальну репрезентацію російської агресії в Україні. Водночас тут відбувається зсув: нинішня війна поступово переміщується для громадян України до центру категорії. Про це свідчать вирази до війни і після війни, які до 2014 року мали значення «до Великої Вітчизняної війни», а нині змінюють референцію – до війни тепер позначає життя до російської агресії, а після війни відсилає до майбутнього» [59].

За результатом аналізу лексико-семантичного поля концепту «війна» Н. Бойко «специфіку семантичної структури ключової одиниці лексико-семантичного поля концепту війна вбачає в тому, що до неї може входити значна кількість контекстуально актуалізованих компонентів, які відображають найрізноманітніші негативні риси війни, виявляють широкий діапазон експресії, об’єктивуючи ядерний концепт опосередковано, через інтенсифіковані семантично, метафоризовані (метонімізовані) емоційну й почуттєву сфери людини» [4].

Отже, концепт «війна» в сучасному медійному дискурсі в Україні є вкрай актуальним і важливим. Цей концепт є частиною культурної пам'яті та

історії українського народу через події, які відбуваються на теренах країни. Медійний дискурс впливає на утворення і зміну цього концепту в суспільній свідомості. Також слід відзначити, що поняття «війна» несе в собі багато асоціацій та метафор, які є важливими для аналізу мовного структурування цього концепту. Розуміння цих асоціацій і метафор може допомогти розкрити глибше значення та сприймання війни в медійному контексті. Таким чином, концепт «війна» залишається важливим об'єктом дослідження для мовознавців, культурологів, журналістів та науковців інших сфер, оскільки він є важливою частиною сучасного медійного дискурсу і відображає складні та динамічні процеси в суспільстві.

РОЗДІЛ 2
ВІЙНА ЯК ОСНОВНИЙ ТЕМАТИЧНИЙ ВЕКТОР СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПОДКАСТИНГУ

2.1 Тематичний зріз українських подкастів про війну

Війна супроводжує людство протягом всієї його історії. Одними з найбільших рушійних сил для людства стали Перша світова війна та Друга світова війна, які змінили устрій в багатьох країнах та перекроїли карти світу. Тема війни в Україні була актуальною ще з 2014 року, коли російські війська анексували Крим і окупували частину Донецької і Луганської областей. До воєнних дій на сході України, війна супроводжувала українців у спогадах старшого покоління, які пережили Другу світову війну.

Звісно, українські медіа стали майданчиками для висвітлення подій 2014 року, а згодом і 2022 року. Перед медійниками стояло непросте завдання – інформувати українців і світ про події в Україні, здійснюючи боротьбу з російською пропагандою та протистояти інформаційній війні. Однак при цьому новини, що були б присвячені війні та воєнній тематиці не були основними в українському медіапросторі. Так, за даними дослідження «Інституту масової інформації» за 2017 рік ситуації на Сході України було присвячено приблизно 7-9% від загальної кількості новин на сайтах провідних українських інтернет-ЗМІ (фактично, кожна 12-та новина) [19]. Водночас через 3 роки частка новин, що стосується війни значно зменшилась. За даними дослідження ІМІ за 2020 рік, темі ООС було присвячено лише 5% матеріалів у регіональних медіа на Сході та Півдні України. При цьому більшу частину цих матеріалів (третина) становили статистичні дані [20].

Ця ситуація значно змінилась після початку повномасштабної війни у лютому 2022 року. Так, згідно з дослідженням ІМІ, 50% новин у регіональних онлайн-медіа стосуються повномасштабного вторгнення Росії в Україну і понад половину з них присвячено бойовим діям, обстрілам і руйнуванню

цивільної інфраструктури та соціальним наслідкам війни. Найменше ж уваги в регіональних онлайн-медіа приділялося тематиці ВПО і біженців (4% новин про війну), а також інформації про повітряні тривоги (0,2% новин про війну) [18].

Сьогодні українські подкасти мають дуже різноманітну тематику: архітектура, технології, історія, музика, кіно, література, психологія, бізнес і т.д. Однак при цьому більшість із них, навіть у межах своєї теми, так чи інакше торкаються теми війни. Автори розкривають такі проблеми: як виживає бізнес під час війни, як живе музичне/кіно/літературне/художнє мистецтво під час війни і т.д. Все тому, що зараз війна стосується кожної сфера життя українців.

Тут варто зазначити, що одна з головних причин створення таких подкастів є протистояння російській пропаганді та наративам, які та поширює. Зокрема створення культурних та історичних подкастів зумовлені процесом контрпропаганди. Росія довго поширювала наративи про те, що український та російський народи є братськими, мають спільну мову, культуру та історію, тому створюючи історичні та культурні подкасти, автори прагнуть розвінчати ці міфи й донести до аудиторії те, що Україна є країною з тисячолітньою історією і найголовніше – є нащадком Київської Русі. Своїми наративами Росія також намагається виправдати повномасштабне вторгнення в Україну. Для обґрунтування вторгнення російський Президент Володимир Путін у своєму зверненні 24 лютого 2022 року використав такі міфи:

- білоруси, росіяни та українці – один народ. Війна в Україні – війна всередині триєдиного російського народу;
- Україну створили росіяни чи СРСР;
- українці у Другій світовій війні співпрацювали з нацистами, тому вони і їхні національні герої – нацисти;
- Крим у складі України опинився випадково, і росіяни забрали його назад цивілізовано шляхом референдуму;

- Революція гідності 2014 року була державним переворотом, яку втілили націоналісти, а владу в Україні контролюють націоналісти і нацисти;
- українські націоналісти мають на меті знищення росіян;
- «Демілітаризація й денацифікація України»;
- ЄС і НАТО намагаються знищити Росію, а вступ держав із колишнього соціалістичного табору туди – це загроза;
- українці чекають на те, щоб Росія їх звільнила;
- ніхто не буде воювати з такою ядерною державою, як Росія;
- українські військові систематично знищують російськомовних представників так званих Донецької і Луганської «народних республік»;
- докази воєнних злочинів росіян – постановка;
- в Україні розроблять хімічну, біологічну чи ядерну зброю;
- країни світу занадто залежать від російських енергоресурсів і корисних копалин, щоб наважитись на воєнну конфронтацію з Росією.

У відповідь на все це в українському медіа середовищі почали з’являтись контрпропагандистські проєкти, які розвінчують міфи, що нав’язує РФ та доносять до українців реальну історію. В тому числі, такою реакцією слугують й подкасти, де з різних аспектів розглядається історія, культура, давні традиції українців.

Історичні подкасти. Тема історії завжди актуальна, адже, як кажуть дослідники та вчені, вона циклічна. Про це казали ще давні філософи та політичні діячі: Геракліт, Цицерон, Плутарх. Такої думки трималися й вчені Нікола Макіавеллі, Освальд Шпенглер [31]. Через це у суспільства є потреба в постійному вивченні історії. Особливо гостро зараз потребують цього українці. Все через те, що кілька поколінь вивчали викривлену історію України і тепер намагаються її пізнати наново. До вивчення історичної правди долучились і українські подкастери, тому історичні проєкти є популярними й кожен має свою аудиторію.

Одним із прикладів історичного подкасту є проєкт *«Як ми вижили»* від «Суспільне. Подкасти». Він розкриває історію мирних жителів, які ще дітьми та підлітками бачили Другу світову війну. Автори зібрали їх спогади про депортації, концтабори, примусову працю, життя в окупації та після неї. У подкасті війна розглядається як історичний концепт, проте з порівнянням повномасштабного вторгнення Росії в України.

Ще один приклад історичної тематики в подкастах є проєкт *«Без оголошення війни»* від Іллі Кабачинського та Олександра Аврамчука. Автори розповідають про історію воєнних світових конфліктів та політику різних країн в історичній ретроспективі: історія Римської імперії, депортація українців після Другої світової війни, війна Судного дня між Ізраїлем та Сирією з Єгиптом, прагнення Росії захопити Україну тощо. У подкасті війна розглядається як історичний концепт, проте з проєкцією на українські реалії [1].

Одним із популярних сьогодні історичних подкастів є подкаст *«Комік+Історик»* від Фелікса Редьки та Євгена Мурзи. Автори в своєму медіапроєкті обговорюють життя осіб та події минулого України: історія Слобожанщини, історії життя різних українських діячів: Степана Бандери, Олекси Довбуша, Ярослава Мудрого та багатьох інших.

Подкаст *«Люди, які не мовчали»* від «Суспільне. Подкаст» також є прикладом історичної тематики в подкастах, які розкривають тему війни. Проєкт вміщає 6 історій про людей: свідків Голодомору, записи яких збереглись у справах НКВС, дослідників, які без українського коріння самостійно дошукались до правди і оприлюднювали свої дослідження [2].

В іншому історичному подкасті під назвою *«Українські 90-ті»* від видання «Українська правда» також розкривається тема воєнних дій на території України. Тут автори розповідають про часи розпаду СРСР, проголошення Незалежності України, позбавлення України ядерної зброї та поступової анексії Кримського півострова [40]. Ще одним подкастом

історичної тематики є *«ПостГрушевський»* від історичного проєкту LEGIO. Автори разом з гостями говорять про українську історію та як події, що відбулись десятки, сотні і тисячі років тому, настільки сильно впливають на сучасне українське суспільство. Також у подкасті розповідають про те, як іноземці говорять про війну, голокост в Україні [21].

Ще один *подкаст Ярослава Грицака*, яки є істориком від The Ukrainians, розповідає про історію крізь призму війни. У медіапроєкті є епізоди, де автор зосереджується на подіях становлення України як держави: творення Заходу, козацька доба та формування української нації. Загалом автор відповідає на питання, що хвилюють українців і стосуються питань «хто ми?», «якого походження?», «яке наше коріння?» [11].

Інший приклад історичного подкасту є прєкт *«Ген війни»* від онлайн-платформи «Локальна історія». Автором і ведучим є кандидат історичних наук Павло Нечитайло. У своєму подкасті він розповідає про найдавніші військові конфлікти на українських землях. Він розкриває історію перших відомих конфліктів в історії людства від неандертальців і до наших днів [25].

Зважаючи на ту кількість історичних подкастів, про які ми вже згадали і, ту кількість, яка загалом є в українському медіа дискурсі, варто зазначити, що це є одна з найрозповсюдженіших тематик подкастів. В українські премії подкастерів «Слушно» від Megogo Audio тільки в історично-суспільній номінації було представлено 41 подкаст [39]. Нами було приведено 8 прикладів українських проєктів, які присвячені темі війни з історичного погляду. Досліджуючи проблематику подкастів, ми виділили кілька тематичних напрямів в контексті історичної тематики. Отже, такі подкасти умовно можна поділити на чотири групи.

Таблиця 2.1.1 – Поділення українських історичних подкастів на групи

НАЗВА ГРУПИ	**Спогади про очевидців Другої світової війни, тощо**	**Про історію світових конфліктів**	**Історія України**	**Новітня історія України**

Продовження таблиці 2.1.1

НАЗВА ПОДКАСТУ	*«Як ми вижили»*	*«Без оголошення війни»*	*«Комік+Історик»*	*«Українські 90-ті»*
	«Люди, які не мовчали»		*«ПостГрушевський»*	
			Подкаст Ярослава Грицака.	
			«Ген війни»	

Психологічні подкасти. Ще однією популярною тематикою для подкастів є психологія. Зараз турбота про своє ментальне здоров'я стоїть на першому місці у багатьох в суспільстві. Все це зумовлено тим, що майже кожен українець по-своєму травмований внаслідок повномасштабної війни (діти, внутрішньо-переміщені особи, військові, родини військових і тд.). Тому тема психології є популярною серед медійників загалом і подкастерів зокрема. Медіапродукти цього спрямування зазвичай виглядають так: кваліфікований психолог або психотерапевт разом із журналістом чи інфлюенсером говорять про важливі психологічні практики. Ще до повномасштабної війни створювались подкасти на тему психології, однак після 24 лютого 2022 року питання «менталки» та постійного вигорання у суспільства постало дуже гостро. Все тому, що повномасштабне вторгнення дуже сильно позначилося на психіці українців.

Одним із найяскравіших прикладів психологічного подкасту є *«Простими словами»* від The Village. Цей продукт було створено ще у 2019 році й він був одним із найпопулярніших у своїй тематиці на той момент. До повномасштабного вторгнення наповнення подкасту складалось із розгляду людських емоцій, як пережити стрес і т.д. Однак після 24 лютого 2022 року творці подкасту обрали той вектор, якого «вимагало» суспільство – пояснення емоцій, які переживають люди під час війни: вигорання, стрес, тривожність, страх і багато іншого. Зараз автори запустили новий сезон, який називається

«Простими словами + Ти як?». Він виходить у межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?». У своїх епізодах автори беруть інтерв'ю у експертів про ментальне здоров'я та про те, як про нього турбуватись українцям під час повномасштабної війни [69].

Ще одним прикладом психологічного подкасту є прєкт *«Як це пережити?»*. Автором подкасту є психологиня Олександра Підгаєвська. В своєму проєкті фахівчиня говорить про емоційні стани через, які проходить будь-яка людина. Зокрема, вона пояснює реакцію українців на ті чи інші трагедії, які стаються під час війни. Один із її епізодів присвячений підриву окупантами Каховської ГЕС в Херсонській області у червні 2023 року, тому як відреагувало на це українське суспільство та, як відбулось гуртування суспільства задля допомоги жителям постраждалої Херсонщини [37].

Інший приклад психологічного подкасту є *«Хтознаяк з Анною Шийчук».* Це авторський подкаст психологині Анни Шийчук на Urban Space Radio. До повномасштабного вторгнення авторка розповідала про емоційний інтелект та його впив на всі сфери життя. Під час воєнних дій формат програми змінився та сфокусувався на тому, як зберегти ментальне здоров'я, запалити внутрішнє світло, пережити розлуку з рідними, відновити сили та жити в нових реаліях. Крайній сезон подкасту отримав назву «Хтознаяк: під час війни» і завершився у вересні 2022 року [57].

Ще один приклад психологічної тематики під час війни – це проєкт *«Прийом»* від The Village. Авторка подкасту Ірина Виговська – письменниця та журналістка. Головний герой проєкту Артем Осипян – психотерапевт і правозахисник, який після повномасштабного вторгнення став добровольцем. Артем співпрацює з військовими, тому в подкасті розказують про стосунки військових із цивільними, психологічні та фізичні травми, про що можна говорити з воїнами, а чого казати не варто [7].

Подкаст *«War-Life Balance»* від «Української правди» є ще одним прикладом психологічного контенту. Тут автори говорять про пошуки себе під

час війни, побудову романтичних стосунків і стосунків з сім'єю та близькими, пошук сил на роботу в часи відключень електроенергії, усвідомлення та прийняття смерті, – проблеми, які всі ми відчули після початку війни [52].

«Давайте після війни» – подкаст від Urban Space Radio також має психологічну тематику. Тут автори говорять із психологами, науковцями та військовими про різні ситуації, які виникають в українців у воєнний час. Зокрема у подкасті розглядають проблему порозуміння переселенців та людей, які приймають їх у своїх громадах.

Варто відзначити, що одним із яскравих прикладів психологічного подкасту був проект Євгена Яновича та Спартака Суботи *«Подкаст терапія»*, який до резонансного скандалу із одним з авторів, був дуже популярним. Тут ведучі говорили про психологічні проблеми із котрими стикаються українці під час війни. Важливо відзначити, що після скандалу із розкриттям особистості Спартака Суботи, більшість слухачів та прихильників подкасту говорили, що не дивлячись на ці викриття, проєкт дуже допоміг психологічно впоратись із проблемами, які принесла повномасштабна війна. Наразі проєкт закрито, а канал, де публікували випуски, було видалено. В мережі можна знайти лише перший випуск оригінального подкасту [60].

У підсумку можна сказати, що психологічні подкасти не менш затребувані, ніж історичні. Українське суспільство хоче розумітись на психології та розумінні себе так само, як на історії українського народу та держави. Повертаючись до українські премії подкастерів «Слушно» від Megogo Audio, у категорії «Про здоров'я та саморозвиток» було представлено 16 подкастів [39]. Ми промоніторили шість українських подкастів, які торкаються теми війни з психологічного погляду, і визначили чотири аспекти, в межах яких створюються подкасти про психологію. Однак варто відзначити, що деякі подкасти пропонують ширшу проблематику. Так, наприклад, часто поєднують розгляд емоційних реакцій та поради.

Таблиця 2.1.2 –Поділення українських психологічних подкастів на групи

НАЗВА ГРУПИ	**Поради**	**Про емоційну реакцію**	**Робота із військовими**	**Життя під час війни**
НАЗВА ПОДКАСТУ	*«Простими словами»(«Простими словами + Ти як?»)*		*«Прийом»*	*«Хтознаяк з Анною Шийчук»*
		«Як це пережити?»		*«War-Life Balance»*
		«Подкаст терапія»		*«Давайте після війни».*

Культура і мистецтво. Широким різномаїттям українськиї подкастів представлена також культурна й мистецька тематика, адже вона дуже охоплює в собі багато тем та спрямувань, для поглибленого розкриття. Тут автори можуть говорити про кіно, літературу, музику, театр і багато іншого. З початку повномасштабного вторгнення почали з’являтись подкасти, які крізь призму культурної тематики торкаються теми війни. В таких проєктах розповідають зазвичай, як виживає мистецтво під час війни, як воно психологічно допомагає людям, ще одним спрямуванням є розмова із представниками культурної сфери життя, які покинули свою професію й пішли на фронт, або які поєднують це.

Одним із прикладів подкасту культурного спрямування є *«Поміж»*. Це проєкт про культуру під час війни від Поміж Медіа. Тут автори подкасту разом із героями епізодів говорять про кіно, музику, літературу, мову, видавництва, журналістику, стендап та інші культурні категорії у період невизначеності та небезпеки, зумовлених війною.

Ще один приклад – це *«Kult: Podcast»,* авторський подкаст про культуру, літературу, філософію, мистецтво та політику від викладачів Києво-Могилянської академії, літературознавиці Тетяни Огаркової та філософа Володимира Єрмоленка. Тут автори розповідають про відомих культурних постатей: Пруста, Лесю Українку, Клімта, Сковороду, Ройтбурда, Парфан. З

початку повномасштабного вторгнення у подкасті культура розглядається крізь призму війни [34].

Проєкт *«Де ми?»* від «Свідомі» є одним із яскравих прикладів подкасту на культурно-мистецьку тематику. Цьогоріч він переміг на премії для подкастерів «Слушно» від Megogo Audio у номінації «Найкращий подкаст про культуру й мистецтво» [39]. У епізодах свого подкасту автори досліджують вплив імперії на українську історію, культуру та повсякденне життя. Наприклад: епізоди порушують теми колоніалізму, орієнталізму, шароварщини, стереотипізації українців у культурі, деколонізації та мови як інструменту колонізації [42].

Інший приклад культурного спрямування – *«MovieHub»* від Максима Шадов. Це проєкт присвячено виключно кінематографу. Тут автор розповідає про нові і класичні фільми, новини світу кіно, найважливіші кінонагороди та найхайповіші серіали. Однак при цьому також подкаст торкається теми війни. Зокрема проєкт має епізоди, присвячені тому, що українці дивились на початку повномасштабної війни. Також автор розповідає про нові українські фільми, які були створені або випущені під час повномасштабної війни [56].

Ще одним прикладом конкретно спрямованого культурного подкасту є *«Книгосховище»* від «Суспільне Подкаст». Тут автор разом зі своїми гостями говорить про читання під час війни, на які книги варто звернути увагу зараз. Також тут розкривається питання того, як змінюється сучасна українська література під впливом війни. Всі ці питання авторка обговорює з відомими письменниками, видавцями, критиками, літературознавцями [50].

Подкаст *«Чому вони крадуть?»* від «Української правди» є ще одним прикладом культурного аудіопроєкту. Тут розповідають про культурні крадіжки, які Росія вчиняє протягом багатьох століть в Україні, а також про те, як сьогодні Росія продовжує красти нашу культуру на окупованих територіях України: скіфське золото, козацький спадок, древні мозаїки, пограбування Мелітопольського музею [12].

Ще одним яскравим прикладом культурного подкасту, який торкається війни в Україні, – це *«Баланс білого»* від DTF Magazine. Тут автор зі своєми гостями говорить про українську документалістику, яка дуже активно розвивається в період повномасштабної війни. Також в епізодах розкривається «кухня» українського телебачення 90-х та природа російської пропаганди. Одним із важливих аспектів, який розкривається у подкасті, – це те, як іноземці сприймають українське документальне кіно та західна аудиторія дивиться українські фільми про війну [62].

Подкаст *«Культурний трибунал»* від The Ukrainians Audio також є прикладом культурного подкасту. Тут автори розповідають про великі українські імена культури, мистецтва, науки, про колекції світового рівня, які російська імперія впродовж століть привласнювала собі. Зокрема тут розглядаються та фіксуються крадіжки росіян в історії та культурі.

Підсумовуючи варто зазначити, що подкастів, присвячених темам культури та мистецтва дуже багато і це дуже популярний напрямок серед авторів. Знову повертаючись до української премії подкастерів «Слушно» від Megogo Audio, у цьогорічній категорії «Про культуру та мистецтво» було представлено 31 подкаст [39]. Ми розглянули 8 прикладів українських культурних проєктів, які прямо чи опосередковано торкаються теми війни. Умовно їх можна поділити на чотири групи.

Таблиця 2.1.3 –Поділення культурно-мистецьких подкастів на групи

НАЗВА ГРУПИ	**Розвиток під час війни**	**Про культурних постатей**	**Вплив історичних чинників на культуру**	**Злочини росії**
НАЗВА ПОДКАСТУ	*«Поміж»*	*«Kult: Podcast»*	*«Де ми?»*	*«Чому вони крадуть?»*
	«MovieHub»			*«Культурний трибунал»*
	«Книгосховище»			
	«Баланс білого»			

Бізнес. Подкасти, де говорять про український або зарубіжний бізнес, також є одними із найпопулярніших. Загалом вони популярні тому, що вони надають слухачам доступ до цінної інформації та знань, які можуть покращити їхні навички в сфері бізнесу. Також у багатьох подкастах містяться практичні поради та інсайти від досвідчених фахівців та підприємців. Варто зазначити, що багато подкастів, у яких тематика «бізнес», часто торкаються теми війни, розкриваючи історії того, як живе українських бізнес під час війни.

Одним із прикладів подкасту про бізнес є проєкт *«Сродна праця»* від радіо Skovoroda та West Ukrainian Business Club. Подкаст виходить у світ з 2020 року, коли український бізнес тяжко переживав епідемію коронавірусу. Крайній, четвертий, сезон вийшов під гаслом «Цінності на озброєння», де авторка розповідає, як трансформувався український бізнес під час війни, які виклики постали перед підприємцями, як втратити все та почати знову [66].

Ще один приклад подкасту, в якому розповідається про бізнес під час війни, є подкаст *«Відкриті знову»* від Urban Space Radio. Тут висвітлюють історії українських підприємців, які постраждали від бойових дій, але попри руйнування та втрати відновили свою роботу. Наразі є 9 епізодів про підприємців із Київської та Чернігівської областей. Авторка відвідує виробництва, ферми та кав'ярні у розбомблених районах, куди поступово повертається життя [36].

Інший приклад подкасту про бізнес під час війни – це проєкт *«Не сплю, працюю»* від «Радіо Треба» і Бізнес-школи УКУ. Тут автори розповідають про підприємців, які працюють попри війну: на передовій, в укриттях, під час повітряних тривог. Гості подкасту (українські підприємці) розповідають про те, де беруть сили для роботи в період повномасштабної війни.

Подкаст *«Хроніки економіки»* від «Економічної правди» є ще одним прикладом подкасту про бізнес під час війни, однак при цьому він відрізняється від попередніх. Тут автори говорять про економічні новини України та світу. Зокрема про те, як економіка України переживає

найскладніший період у сучасній історії; що буде з заощадженнями та яке теперішнє та майбутнє очікує на курс гривні; як війна впливає на економіку світу.

Звісно, проектів на економічну тему не так і багато в українському подкастингу. Наприклад, на цьогорічній премії «Слушно» від Megogo Audio у категорії «Про бізнес» було представлено всього 17 подкастів [39].

Архітектура. Існують також нетипові тематичні напрямки, які обирають для створення подкастів. Це робить їх, по суті, унікальними. Саме таким є подкаст про архітектуру. Цієї категорії немає в премії «Слушно» від Megogo Audio, й навіть подкастів, які б стосувались цього спрямування немає в переліку домінантів [39]. Однак є подкасти про архітектуру, в яких автори торкаються теми війни. Таким є український подкаст *«Rebuilding»* від «Суспільне подкаст». Тут автори говорять із архітекторами, посадовцями та волонтерами про відбудову українських міст після перемоги України. Теми епізодів подкасту торкаються різних установ або різної інфраструктури, яку треба буде відновлювати (мости, лікарні). Також у подкасті говорять про компенсації, які отримують українці за зруйноване житло від російської агресії [35].

Війна. Якщо подкасти, які були розглянуті вище, стосувались теми війни лише опосередковано, то цю категорію ми виділили як таку, яка присвячена виключно війні, її наслідкам, людям, які сьогодні служать у лавах ЗСУ і творять історію. Подкасти про війну з’являлись ще з 2014 року. Тоді в них говорили про волонтерство, про події, які розгортались в Луганській та Донецькій областях під час першого російського вторгнення. Сьогодні воєнних подкастів з’являється набагато більше. Це контент про армію, мобілізацію, воєнні злочини росіян, досвід цивільних українців, які пережили обстріли РФ, окупацію і багато іншого.

Подкаст *«Добровольці»,* авторкою якого є військова Аліна Сарнацька, зокрема присвячений темі війни. З його назви можна одразу зрозуміти, про що

йде мова. У своїх епізодах вона спілкується із особами, які нині є військовими і брали участь у бойових діях на фронті, а раніше мали різні цивільні професії. У подкасті обговорюють такі питання, як мобілізація до армії, досвід фронту, власний досвід полону, роль жінок під час війни, евакуація поранених з фронту, і як цивільні особи змінили своє мирне життя з початком великої війни [41].

Іншим прикладом подкасту про війну є проєкт *«Моя історія війни»* від «Суспільне Запоріжжя». Герої аудіопроєкту – це звичайні українці, життя яких змінила повномасштабна війна: хтось опинився в окупації, хтось був змушений змінити роботу чи втратив близьких. Тут журналісти розповідають різні історії українців: як кожен по своєму пережив перші дні війни, які жахи пережили герої, яке в них світосприйняття всіх подій в Україні. Зокрема деякі епізоди подкасту стосуються окремих міст: Гуляйполя, Михайлівки, Маріуполя, Херсона та інші [49].

Подкаст *«Згідно/відповідно»* від Алли Кошляк також є прикладом воєнного подкасту. Проєкт створено у форматі аудіощоденника, де авторка, мобілізована колишня радіоведуча, говорить про службу і роботу в лавах ЗСУ. Зокрема журналістка говорить про те, як вона потрапила до армії, як до неї підготуватись, про досвід на фронті та про петиції щодо звання «Героя України».

Ще один приклад воєнного подкасту – це проєкт *«Психологія злочину»* від «Суспільне Подкаст». Тут авторка Марія Лебедєва розбирає такі теми, як депортація мирного населення, ракетні обстріли цивільних міст, фільтрація та допити. Творці подкасту говорять, що він створений для того, аби детально задокументувати все, що вчиняє ворог на українських територіях [23].

Ще одним подкастом від «Суспільного», що розповідає про війну очима цивільних є проєкт *«Пошрамований. Подкаст про місто нескорених»*. Тут медіа платформа «Суспільне» зі своїми героями говорять про Харків та те, що довелось пережити місту та його жителям за час повномасштабної війни.

Зокрема містяни розповідають про те, як вони проживали перші дні й тижні, перші бої та руйнування [51].

Схожим прикладом того, як у подкасті розповідають про війну очима цивільних, є проєкт *«Голоси Мирних»,* який видається музеєм «Голоси Мирних» Фонду Ріната Ахметова. Тут говорять про те, як російсько-українська війна змінила життя звичайних громадян, українську націю та весь світ. Зокрема автори ведуть розмови із провідними світовими експертами в галузі національної пам'яті про важливість збирання історій людей, які постраждали від російської агресії.

Подкаст *«Йде нині війна»* від радіостанції «Твоє Радіо» розповідає про творчих людей (художників, акторів, музикантів, радіоведучих, гумористів), які вступили до ЗСУ в перші дні повномасштабного вторгнення. Серед гостей подкасту чинні військовослужбовці: Коля Сєрга, Євген Галич, Олександр Положинський та інші. Сам автор Олександр Сердюк мету свого проєкту вбачає в показі українцям, що герої – це не ті зірки, які виїхали (втікли) за кордон, заплативши гроші, а саме військові.

Ще одним подкастом про війну й, зокрема українських військових, є *«Щоденник подкаст Чеки».* Проєкт реалізувався спільно з онлайн-медіа «Свідомі», його авторкою є парамедикиня Ірина Цибух. В епізодах говорять про евакуацію поранених бійців з лінії фронту, про втрати, про близьких, які відпускають своїх рідних на війну. Авторка говорить, що цей подкаст було створено для того, щоб зробити війну більш зрозумілою, через досвід дівчини-парамедика [55].

Проєкт *«Людина в окупації»* від «Радіо Треба» також розповідає про війну й, як можна зрозуміти із назви, про російську окупацію. В подкасті психологи, журналісти, духовенство, іноземці та активісти діляться своїм досвідом та порадами, як діяти в умовах окупації, як допомагати тим, хто переживає навалу росіян. Або просто розповідають історії, які торкають кожного і кожної [13].

«Цей дощ надовго» – ще один подкаст, де говорять про війну. Тут керівник воєнного напрямку фонду «Повернись живим» Андрій Римарук та СЕО онлайн-медіа «Свідомі» Анастасія Бакуліна обговорюють актуальні події тижня та порушують теми, які допоможуть краще зрозуміти реалії війни. Автори аналізують події війни, говорять про актуальні інфоприводи щодо контрнаступу ЗСУ або повторного наступу Росії, які ширяться як в українських, так і в західних медіа.

Отже, подкасти на тему війни є найпоширенішою проблематикою подібного контенту. Ми дослідили десять проектів, на основі чого виділили чотири основні групи.

Таблиця 2.1.4 – Поділення українських подкастів про війну на групи

НАЗВА ГРУПИ	**Про війну, армію, мобілізацію від військових**	**Про війну очима цивільних (Документація злочинів)**	**Про відомих людей на війні**	**Новини про війну**
НАЗВА ПОДКАСТУ	*«Добровольці»*	*«Моя історія війни»*	*«Йде нині війна»*	*«Цей дощ надовго»*
	«Згідно/відповідно»	*«Голоси Мирних»*		
	«Щоденник-подкаст Чеки»	*«Психологія злочину»*		
		«Людина в окупації»		

Спираючись на тематичний зріз можна сказати, що українські подкасти про війну представлені в широкому спектрі жанрів та стилів. Вони включають інтерв'ю з ветеранами, журналістські розслідування, аналіз подій, військову та політичну експертизу, а також спогади та особисті історії. Також тема війни порушується й у подкастах, які мають зовсім інший напрямок (бізнес, культура, мистецтво, історія, психологія, архітектура та інше). Таким чином автори подкастів прагнуть зберегти пам'ять про війну та поділитися історіями тих, хто пережив воєнні події. Це важливо для формування колективної пам'яті та свідомості українців.

Проблематика українського подкастингу, присвяченого війні та її наслідкам, багатоаспектна, тому в межах широкої теми ми погрупували контент, що дає змогу більш точно усвідомити основні підходи до створення ауділроєктів в українському медійному просторі. Тим самим поглиблюють розуміння аудиторії щодо реалій воєнного часу і його наслідків.

2.2 Формально-змістові особливості українських подкастів

Для дослідження формально-змістових особливостей українських подкастів нами було обрано 35 медіапроєктів, які мають різне тематичне спрямування та транслюються різними українськими медіа платформами, а саме: «Свідомі», «The Ukrainians», «The Village Ukraine», «Українська правда», «Радіо Треба», «Радіо Skovoroda», «Urban Space Radio» та інші. Всі подкасти, які ми аналізували, були випущені ще до повномасштабного вторгнення й трансформували свою тему та формат під нові реалії, або ж були створені вже, безпосередньо, після 24 лютого 2022 року.

У попередньому підрозділі ми аналізували українські подкасти, в яких концепт війни присутній в різних варіантах і різних тематиках. Зокрема, ми говорили про те, що українські подкасти сьогодні в умовах інформаційної вінйи є елементами контрпропаганди на російські наративи. Українські проєкти формують свідоме та правдиве уявлення про український народ та його особливості. Тут ми будемо аналізувати те, до яких форматів найчастіше звертаються медійники при створенні своїх подкастів та яким чином вони наповнюють й оформлюють свій продукт. Ми проаналізуємо та співставимо жанрові особливості та визнаимо звукові образи українських подкастів, які стосуються війни.

Варто зазначити, що наш аналіз формально-змістових особливостей українських подкастів має важливе значення, по-перше, у медійному дискурсі, а, по-друге, у розумінні розвитку подкастів, як таких. Зокрема серед причин важливості нашого аналізу є те, що формально-змістові особливості дають

можливість краще зрозуміти тенденції сучасного подкастингу. Також наш аналіз допоможе краще зрозуміти природу впливу українських подкастів на аудиторію.

Спочатку ми розглянемо українські подкасти, що мають історичну тематику. Загалом для аналізу нами було досліджено 8 подкастів, які висвітлюють історію в контексті воєнних реалій України. За результатми нашого аналізу можна сказати, що історичні подкасти створені у різних жанрах, зокрема серед них переважають діалоги або бесіди між авторами проєктів. Менш розповсюджений жанр нарису, найменше зустрічаються такі жанри, як огляд, радіопередача чи монолог.

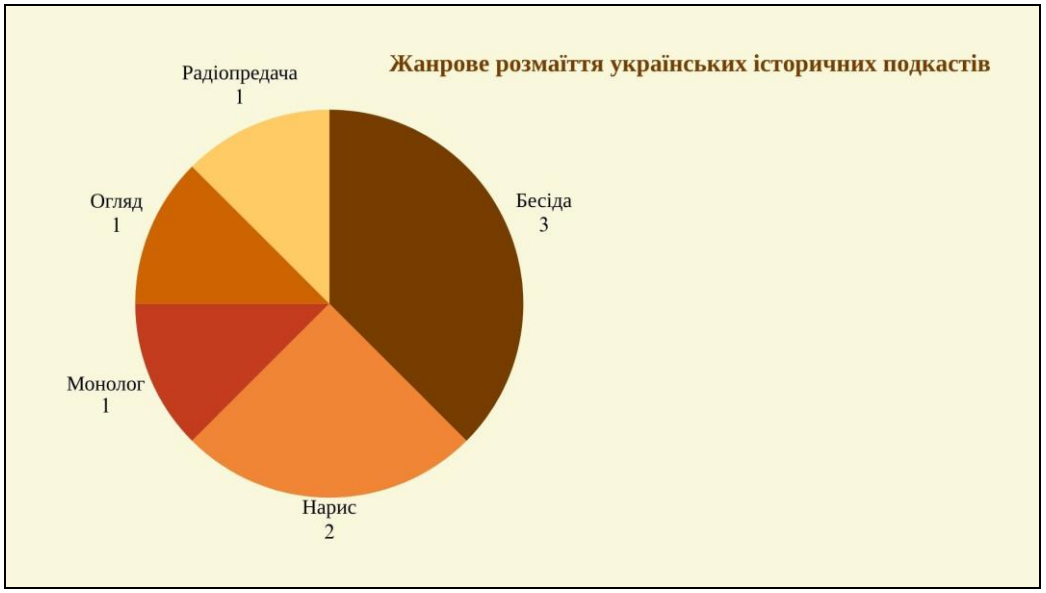

Рис. 2.2.1. Жанри історичних подкастів.

Згідно з нашим дослідженням, найпопулярнішою формою історичних подкастів є діалог/бесіда, що зумовлено простим стилем подачі інформації. Фактично такі подкасти виглядають, як звичайний діалог між людьми, які знаються на обговорюваних питаннях з історії, висловлюють свою думку зрозумілою мовою, спираючись на історичні факти, з наведенням документальних аргументів тощо. Найбільш розповсюджений сценарій у подібних подкастах – це дует автора подкасту й історика, який вправно

розтлумачує історичні події, коментує прийняті свого часу рішення, розповідає про історичні постаті, визначає їхню роль в історії країни. Ця модель по-різному інтерпретується. Наприклад, замість автора-журналіста є автор-комік. Подкаст із відповідною назвою «Комік+Історик» пропонує модель поведінки: фахівець і людина, що розважає аудиторію. Тут у авторів чітко розподілені ролі, де автор-комік модерує бесіду протягом всього епізоду та підтримує відповідний настрій, також має відповідні інформаційні дані, розроблені за сценарієм, щодо певних історичних моментів відповідно до теми епізоду. А також є автор-історик, який є основним оповідачем цього подкасту, який розтлумачує історичні події, пояснює чому були прийняті ті чи інші історичні рішення і т.д. Також розповсюдженим серед подкастерів є залучення різних експертів (зазвичай у кожному новому епізоді подкасту новий експерт), який є кваліфікованим спеціалістом та глибоко досліджує лише окремі сторінки історії. Наприклад, подкаст «ПостГрушевський» від проекту LEGIO, де автори кожного епізоду запрошують нових експертів та говорять на певні теми, в яких кваліфіковані їх гості, або подкаст «Ген війни» від «Локальної історії», де так само розподілені ролі – автор подкасту та експерт, що спеціалізується на певній історичній темі (в кожному епізоді новий).

Іншим розповсюдженим жанром є нариси. Тут автори подкастів розкривають історичні факти за допомогою сторітелінгу, в основі якого історії різних людей. Таким чином медійники звертаються до методу зближення з аудиторії через реальну людину. Так, показуючи головного персонажа як постать, що переживає історичні події, можна легше залучити аудиторію до прослуховування свого продукту. Це також виконує велику навчальну й освітню функції. Наприклад, коли автори подкастів розповідають про історію життя Степана Бандери, вони звертаються до важливих історичних подій, у вирії яких й жив головий герой. Такий чином автори дають аудиторії можливість більше дізнатись про певну постать в історії та про історичний контекст.

Монологічні жанри не надто розповсюджені у подкастах історичної тематики та й у подкастах загалом. Можна припустити, що однією з причин є те, що увага аудиторії має бути сконцентрована лише на одній людині. Єдиним прикладом подкасту такого жанру у нашому дослідженні є подкаст Ярослава Грицака. Однак тут використовується цікавий прийом для залучення аудиторії – автор веде непряму бесіду зі своїми слухачами, відповідаючи на питання, які вони йому ставлять у мережі. Завдяки цим питанням автор й готує епізоди свого подкасту, спираючись на ті теми, які безпосередньо цікавлять його аудиторію. У випадку монологічних проектів авторам слід думати про різні засоби утримання уваги аудиторії. У цьому разі допоможе монологічний діалог з аудиторією (прямі звертання, риторичні питання, паузи тощо), інтонації автора, а також додаткові елементи (перебивки, звукові сигнали, рубрики), які активізовуватимуть слухача, допомагатимуть долати пороги уваги.

За результатами нашого дослідження з 8 проаналізованих подкастів 3 взагалі не мають ніякого звукового одягу: не підложки, ні заставки. Деякі мають лише заставку й основний виклад матеріалу йде без підложки. В одному з подкастів, «Українські 90-ті», має вставки з архівними аудіо записами такими, як цитати історичних постатей і т.д. Єдиний подкаст серед досліджених, який має традиційний звуковий одяг – це проєкт «Люди, які не мовчали» від «Суспільного», який створений у форматі радіопрограми. Тут присутня оригінальна заставка та підложка. Також є спеціально озвучені цитати, за допомогою яких слухачів занурюють в атмосферу розповіді.

Рис.2.2.2. Звуковий одяг історичних подкастів.

Також для аналізу ми обрали українські подкасти на психологічну тематику. Загалом для дослідження ми прослухали 7 подкастів і прийшли до висновку, що форми подачі інформації досить однотипні, автори не прагнуть особливо відрізнятися від своїх колег. Більшість проаналізованих проєктів – це бесіди, також трапляються монологічні подкасти та інтерв'ю.

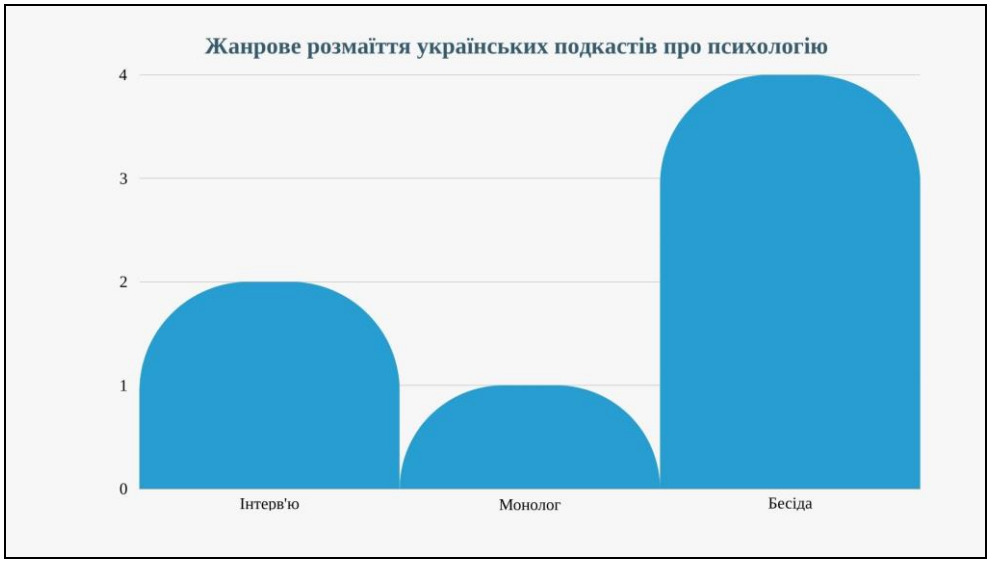

Рис.2.2.3. Жанри психологічних подкастів.

Варто зазначити, що інтерв’ю та бесіда, не зважаючи на свою жанрову подібність, мають значну різницю, що стосується в більшій мірі ролі інтерв’юйованого. Дослідники говорять, що бесіда є різновидом інтерв’ю. Так, за словами І. Горбової , жанр бесіди як різновид інтерв’ю передбачає дискусію зі співрозмовником, коментар на його відповідь та оцінку події [10]. Ще одна дослідниця О. Глазова пише, що «від бесіди інтерв’ю відрізняється тим, що в процесі бесіди відбувається обмін інформацією (співрозмовники володіють нею рівною мірою), тоді як в основу інтерв’ю покладено запит на інформацію від журналіста. Інформація зазвичай переплітається з експресивними оцінками подій і осіб. Ідеальне інтерв'ю має виглядати як невимушена розмова двох співрозмовників, один з яких поінформований з певної теми більше за іншого» [9]. Тому варто розрізняти ці два жанри, адже інтерв’ю – це діалог, в якому журналіст-інтерв’юєр ставить гостю/експерту чіткі та доволі прості запитання без власних роздумів. Водночас бесіда навпаки – журналіст-інтерв’юєр ділиться своїм досвідом з певних питань, може висловлювати свою думку щодо сказаного експертом. Саме бесіда є одним із найпопулярніших жанрів для подкастів, бо в більшості цих медіапроєктах автори або автори з експертами ведуть просту невимушену розмову і при цьому надають слухачу нову інформацію. Для українських подкастів притаманний вільний стиль бесіди, який нагадує зустріч двох знайомих, які просто діляться своїм досвідом без повчань і порад. Рідше в подкастах на психологічну тематику трапляються монологічні жанри. Загалом із 7 нами проаналізованих подкастів тільки один подається як монолог. Це подкаст «Як це пережити?», авторкою якого є Олександра Підгаєвська. В цьому прикладі авторка, яка водночас є й кваліфікованою експерткою з психології доступною та простою мовою пояснює слухачам такі теми, як синдром самозванця, розуміння своїх потреб, планування майбутнього і багато інших. При цьому подкаст є не на сто відсотків монологічним, адже присутні епізоди, в яких авторка запрошує

експертів, які більш кваліфіковані у певних питаннях психології, наприклад, стосунки в парі, сором, дієти і т.д.

Згідно з результатами нашого дослідження більшість подкастів, які тематично стосуються психології, поведінки, ментального здоров'я під час війни, має дуже спрощений звуковий образ. Більшість подкастів містять лише заставку-мелодію або заставку зі словами. Всі опрацьовані подкасти не мають звукового тла. Основну причину вбачаємо в основній меті таких проектів. Вони не прагнуть привернути увагу аудиторії, здивувати, їхня мета – допомогти тій частині слухачів, які сьогодні мають нестабільний психологічний стан, підвищену тривожність, негативне сприйняття дійсності тощо. Йдеться про те, що такі подкасти спрямовані на вузьку спеціалізовану аудиторію, яка сприймає цей продукт не заради розваги, а для власної потреби.

Рис.2.2.4. Звуковий образ психологічних подкастів.

Найбільше жанрове розмаїття мають подкасти, присвячені темі культури та мистецтва. Для нашого аналізу ми прослухали 8 українських подкастів. Згідно з нашим дослідженням, культурні подкасти створюють у жанрі інтерв'ю, бесіди, огляду, нарису, а також у формі радіопрограми чи

радіофільму. Серед проаналізованих подкастів найбільш затребуваним є жанр бесіди – 3 з 8 медіапроєктів.

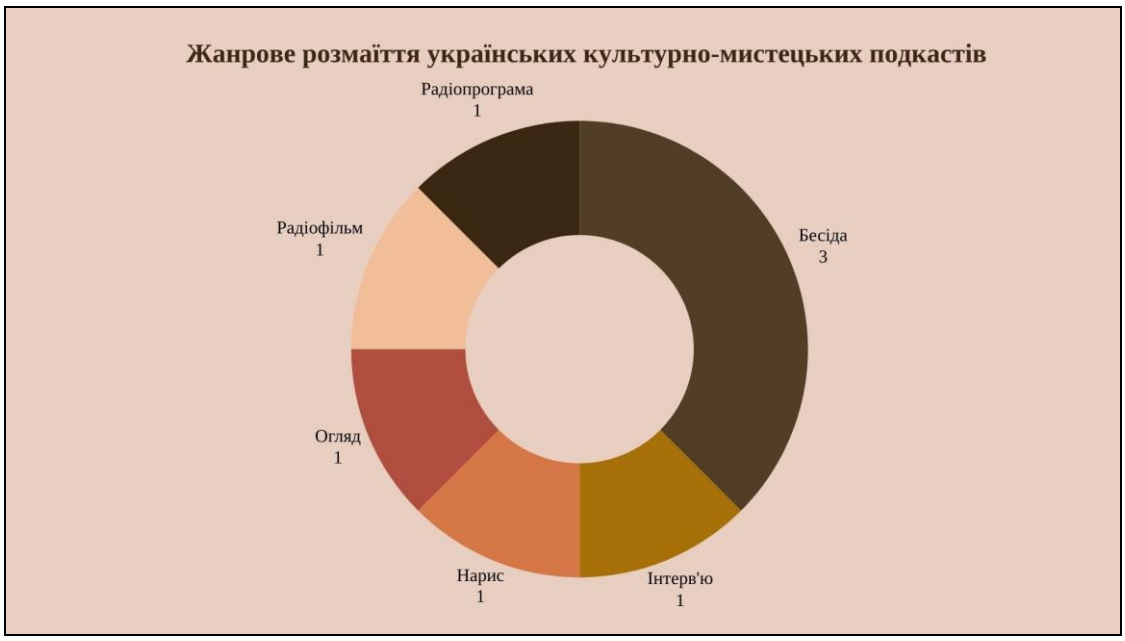

Рис.2.2.5. Жанри культурних подкастів.

Якщо говорити про подкасти на тему кіно, то такі проєкти зазвичай представлені рецензіями, оглядами на нові серіали, які випускають стрімінгові сервіси. Також у таких подкастах говорять про новинки у музичній індустрії. В нашому дослідженні такий приклад це подкаст «MovieHub». Тут автор Максим Шадов, говорить про кінематограф, музичну індустрію та інше. В своїх епізодах автор ділиться власними враженнями та емоціями від перегляду тих чи інших фільмів. При цьому в подкасті, зокрема, зустрічається тема війни. В таких епізодах автор говорить про кіно або музику, які були найбільше затребувані в українському суспільстві на початку повномасштабної війни.

Варто відзначити, що зустрічається і досить рідкісна форма радофільму. В. Лизанчук у своїй роботі «Основи радіожурналістики» зазначає, що радіофільм – це художньо-публіцистична передача, основу якої складають документально-образні матеріали, об’єднані однією темою, що розкрита через

спосіб мислення, сприймання сучасника [24]. Як зазначає дослідник, до основних жанрових ознак радіофільму належать:

- документальна історична основа (різноманітні документи, спогади, записи на плівці тощо);
- ретроспективна інтерпретація (поєднання документів і пояснень — дуже складний процес звукозапису і звуковідтворення дійсності з допомогою музики, шумів, які сприяють розкриттю ідеї і змісту радіофільму);
- у радіофільмі присутній ведучий, який також виконує функції пояснювана, тлумача;
- монтаж виконує роль засобу організації матеріалу і виражального засобу [24].

Представником цього жанру в українському подкастингу є проєкт «Чому вони крадуть?» від медіа платформи «435 ФІЛМС» та видання «Українська правда». Подкаст створено у вигляді документально-наративної стрічки. Проєкт має всі ознаки радіофільму. Тут присутній ведучий, який є розповідачем історії, також присутні головні герої, які розповідають історію від першої особи. Також медіапроєкт має оригінальний звуковий образ із використанням музично-шумових ефектів (звуки сирени, вибуху, пострілів, потягу тощо) та архівними вставками цитат. Важливим є монтаж проєкту, який й поєднує всі ці структурні елементи у єдиний радіофільм.

Рис.2.2.6. Звуковий одяг культурних подкастів.

Звукові образи подкастів саме культурно-мистецької тематики мають найбільше різноманіття. Тут можна знайти приклади звукового наповнення подкасту, як для повноцінного фільму. В таких прикладах звукове тло наповнене супроводжуючими звуками сирен, вибухів, звуками потягів і т.д. Такі подкасти своїм наповненням створюють для слухача ефект присутності та передають атмосферу певної теми, якій присвячено епізод подкасту. У нашому дослідженні прикладом такого подкасту є проєкт «Чому вони крадуть?» від «435 ФІЛМС» та видання «Українська правда».

Решта подкастів мають досить схожий звуковий образ, який обмежується заставкою, відбивкою і музичним тлом. Такий підхід пояснюємо особливостями підготовки подкастів, що передбачають простоту і швидкість виробництва, увагу в більшій мірі до змісту, а не до оформлення.

Ще одна тематика, яку ми проаналізували під час дослідження, – це подкасти про український бізнес під час війни. Вони спеціалізуються на економіці, підприємництві та впливі геополітичних подій на бізнес. Також такі подкасти висвітлюють історії успіху підприємців та виклики, які відчув малий і середній бізнес в Україні під час війни. Загалом в нашому дослідження було опрацьовано 4 подкасти на цю тему. Вважається, що економічна проблематика є досить складною для сприйняття на слух, потребує спеціальної підготовки слухачів, вимагає певних знань аудиторії. Проте ця тема під час війни є вкрай актуальною, оскільки стосується значної частини населення України, яка задіяна у підприємництві. Одна часина через віну втратила бізнес взагалі, інша частина відчула значні складнощі, є й такі, хто вирішив розпочати свою справу під час війни. Тому для досить непростої теми автори подкастів зазвичай обирають жанри і форми, які би змогли доступно пояснити економічні процеси. Згідно з нашим дослідженням, найчастіше про економіку розповідають за допомогою інтерв'ю. Автори подкастів запрошують експертів й говорять на тему бізнесу в окупації, після деокупації, бізнесу в перші дні повномасштабного вторгнення та як підприємці справляється з економічною

кризою. Результати жанрового зрізу представлені на діаграмі, з якої зрозуміло, що крім інтерв'ю, використовується нарис. Він традиційно прийнятний для історій успіху, сторітелінгових матеріалів. Як пише у своїй книзі «Основи радіожурналістики» В. Лизанчук, «радіонарис – це художньо-публіцистичний жанр, в якому на документальній основі виражальними засобами радіо розкриваються суспільно важливі, цікаві події та явища, в центрі яких – всебічне зображення людини» [24]. Саме жанр нарису використано у подкасті «Відкриті знов» від «Urban Space Radio». Ведуча Наталія Патреєва робить акцент на історіях українських підприємців, бізнес яких пережив російську окупацію у Київській та Чернігівській областях. Це розповідь ведучої від третьої особи, а також історії від головних героїв. У таких епізодах оповідь здійснюється зазвичай від першої особи.

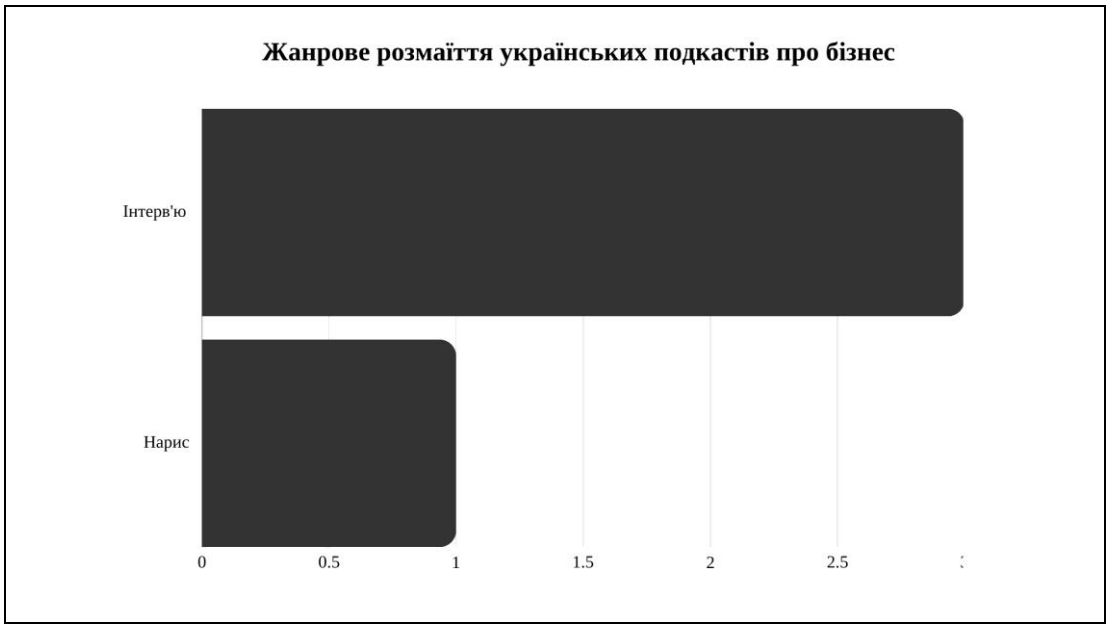

Рис.2.2.7. Жанри подкастів про бізнес.

Наше дослідження формально-змістових особливостей українських подкастів демонструє, що проєкти про бізнес не вирізняються особливою оригінальністю ні за жанром, ні за формою подачі. Звуковий образ також достатньо одноманітний, в якому присутні обов'язкові елементи звукового оформлення: заставка, відбивка і музичне тло. Лише нариси традиційно

вирізняються оригінальним звуковим образом, оскільки містять музино-шумові ефекти, які вказують на місце дії і покликані створити ефект присутності на фермі, підприємстві тощо.

Окремий тематичний блок складають українські подкасти про війну. Для дослідження ми обрали 10 проєктів, що представляють різні аспекти цієї складної теми. Для подкастів про військових, волонтерів, медиків, психологічну допомогу автори зазвичай обирають жанр бесіди. Переважно такі медіапроєкти представлені у форматі діалогу між ведучими подкастів та експертами або головними героями випусків.

Рис.2.2.8. Жанри подкастів про війну.

Як зображено на діаграмі, подкасти про війну мають найрізноманітніші жанри і форми. Автори створюють інтерв’ю та нариси, які також розповсюджені в інших темтичних блоках подкастів. Крім того, у подкастах про війну фіксуємо аудіощоденник і хроніку. З роботи західних експертів щодо радіощоденників ми можемо зрозуміти, що це невеликі за хронометражем програми, в яких розповідь здійснюється від самих головних героїв, де вони своїми словами розповідають про проблеми та ключові події у

своєму житті [61]. Схожий концепт мають й українські подкасти, які представлені у цьому жанрі. Так, перший приклад втілення жанру аудіощоденнику є проєкт «Згідно/відповідно» від Алли Кошляк. В цьому медіапроєкті авторка розмірковує на тему війни, говорить про свій досвід служби в лавах Збройних Сил України. Наприклад, ведуча ділиться порадами щодо того, як мобілізуватись. Інформацію Алла подає крізь призму власного досвіду. В аудіощоденнику Кошляк інколи використовує невеличкі синхрони експертів. У жанрі аудіощоденнику представлений ще один проєкт – подкаст «Щоденник-подкаст Чеки», що має оригінальні записи авторки просто з фронту. У своєму проєкті Ірина Цибух представляє реальні історії та діалоги під час евакуації поранених українських військових з лінії зіткнення.

Ще одним унікальним жанром є хроніка. З усіх опрацьованих подкастів, маємо лише один приклад цього жанру. В електронному словнику української мови «Словник UA» дається кілька визначень цього слова: «1. Запис подій у часовій послідовності, зроблений сучасником; літопис […] 2. Літературний твір, який містить у собі історію суспільних, політичних, сімейних та інших подій […] 3. Коротка інформація про події сучасного життя (в газеті, журналі, по радіо і т. ін.) […] 4. Документальний фільм про події сучасного життя […]» [45]. Ми за основу беремо останнє визначення, де хроніку характеризують, як документальний фільм про сучасне життя. Прикладом такого подкасту в нашому дослідженні виступає проєкт «Пошрамований. Подкаст про місто нескорених» від «Суспільне». В цьому подкасті творці детально розповідають про перші дні російського вторгнення та як це переживало місто Харків. Випуски мають точні дати та час ворожих обстрілів міста, конкретних «прильотів». В цьому форматі автори також використовують синхрони аби підтвердити ті чи інші події. Своїм унікальним форматом подкаст не тільки розповідає про злочини російської армії під час повномасштабного вторгнення в Україну, а й документує докази цих злочинів.

Щодо звукового одягу подкастів про війну, то більшість не вирізняються оригінальністю і мітять лише основні елементи звукового оформлення. Лише поодинокі приклади, де звуковий одяг повністю відсутній, у нашому дослідженні це подкаст «Цей дощ надовго» від «Свідомі», або ж навпаки звукове наповнення нагадує документальний фільм з супровідними шумами, як наприклад подкаст «Пошрамований. Подкаст про місто нескорених» від «Суспільне».

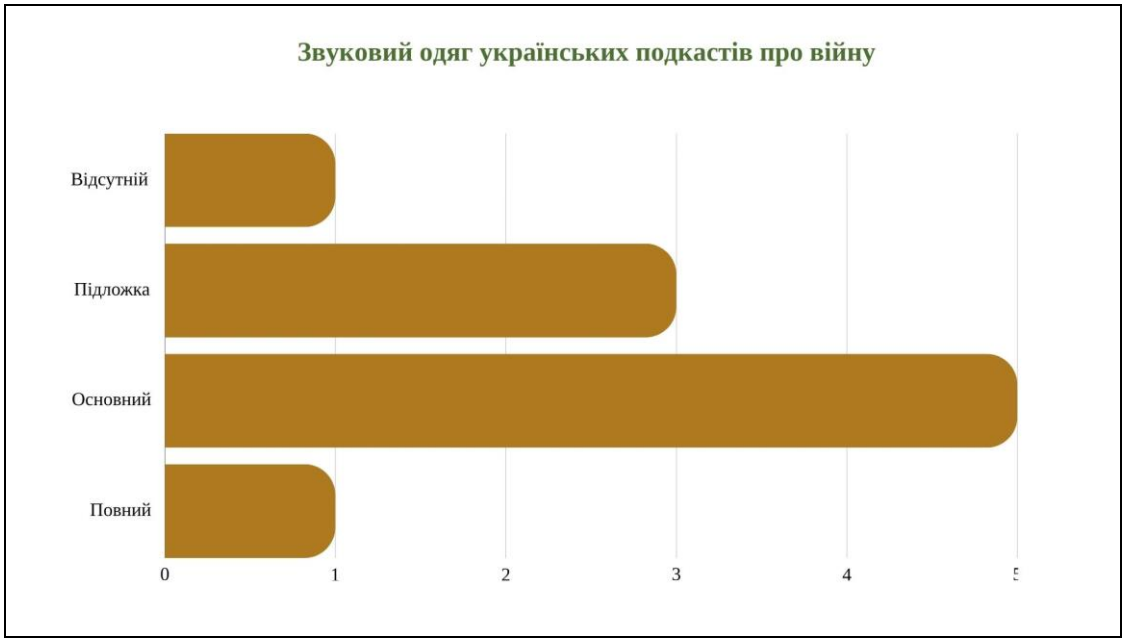

Рис.2.2.9. Звуковий образ подкастів про війну.

Формально-змістові особливості українських подкастів дуже важливі для розуміння природи та розвитку цього медіапродукту. Проведений многофакторний аналіз формально-змістових особливостей українських подкастів дозволяє з'ясувати різноманітні аспекти їхнього внутрішнього устрою та комунікаційних стратегій. Зокрема, за результатами нашого дослідження ми виявили основні жанрові напрямки, до яких автори найчастіше звертаються подкастери. Загалом згідно з нашим дослідженням в українській сфері подкастів переважають такі жанри, як інтерв'ю, бесіди, нариси. Найбільш вживаним форматом створення подкасту, який стосується

теми війни прямо чи опосередковано, є діалог ведучого з експертом або з головним героєм, який пережив той чи інший досвід на війні. Також в результаті дослідження ми визначили, що найбільше жанрового розмаїття представлено в культурно-мистецькій тематиці. Тут можна зустріти й радіофільми, й аудіощоденики, й хроніки. Найменш розмаїтими є жанри подкастів на бізнесову тему.

Варто також відзначити, що звуковий образ або наповнення українських подкастів також дуже важливе для їх дослідження. Під час аналізу ми дійшли висновків, що не у всіх подкастах має значення звуковий одяг. Найбільш оригінальним він був у проєктах на культурну тематику, найменше – у проєктах про бізнес. Згідно з нашим дослідженням, всі опрацьовані подкасти не мають звукового тла. Тут ймовірна причина – це мета психологічних подкастів. Автори психологічних прокатів не прагнуть привернути увагу аудиторії, здивувати, у своїх подкастах вони вбачають іншу мету – допомогти тій частині слухачів, яка на сьогодні має нестабільний психологічний стан, підвищену тривожність, негативне сприйняття дійсності тощо.

ВИСНОВКИ

Події, які відбуваються сьогодні в Україні, впливають на всі сфери життя, змушуючи підлаштовуватись під нові реалії. Однією зі сфер, що зазнала значних змін, є медійна сфера. Українське телебачення відчутно змінило акценти в редакційних політиках, регіональні інтернет-медіа успішно адаптувалися до нових умов, після повномасштабного вторгнення Росії в Україну значно збільшилась популярність телеграм-каналів.

Українські подкасти також пройшли суттєві трансформації та стали однією з найзатребуваніших форм подачі інформації у медійному просторі України. Однією з ключових причин попиту серед українців є відмова від російських медійних продуктів і пошук українського контенту. Протягом двох років повномасштабної війни в Україні з'явилась значна кількість подкастів, які охоплюють різноманітні теми, але водночас прямо чи опосередковано пов'язані з темою війни в Україні. Це доводить українська премія подкастерів «Слушно», де за останній рік значно виросла кількість номінантів у різних темах. До того ж в Україні подкасти стали ефективним інструментом протидії інформаційній війні. У своїх проєктах медійники розвінчують міфи та намагаються спростовувати стереотипи, які російська пропаганда протягом довгого часу нав’язувала українському народу.

Ми знаємо, що подкаст – це форма цифрового медіа, яка включає аудіо- або відеозаписи, доступні для вільного відтворення та завантаження через Інтернет. Подкасти можуть охоплювати різноманітні теми, жанри та формати, і вони стали популярним засобом розповсюдження інформації, розваг та навчання.

Маючи на меті з’ясувати, як концепт «війна» релізується в українському подкастингу, ми на основі теоретичних розвідок визначили, що термін «концепт» може мати різні значення залежно від контексту. Але в загальному розумінні – це ідея або концепція, узагальнення певної ідеї, поняття чи явища.

Так, у лінгвістиці та семіотиці термін «концепт» може вказувати на основний смисловий елемент, що лежить в основі певного слова чи поняття. Концепти впливають на те, як ми сприймаємо та розуміємо світ через взаємодію мови та мислення. У наукових дослідженнях та філософії концепт може вказувати на загальну ідею, яка є об'єктом вивчення або обговорення. Загалом, концепт – це абстрактне узагальнення, яке відображає основну ідею чи структуру, що визначає певне явище чи поняття.

Варто сказати, що концепт «війна» – це складне та багатогранне поняття, яке включає не лише військові дії, а й різноманітні аспекти, пов'язані з соціокультурним, економічним, політичним та психологічним впливом війни на суспільство. Концепт «війна» має кілька аспектів: військові дії, соціальний вплив, політичний вплив, економічний вплив, психологічний аспект, культурний вимір. Фактично всі ці аспекти представлені в українських подкастах, що порушують ті чи інші теми.

Нами було здійснено тематичний зріз для того, аби краще зрозуміти концепт «війна» в українських подкастах та визначити, які теми використовують для цього медійники в Україні. Загалом під час дослідження нами було проаналізовано та опрацьовано 37 українських подкастів. На основі цього емпіричного матеріалу ми виокремили 5 основних тематичних напрямів українських подкастів, прямо чи опосередковано присвячених темі війни. Серед основних ми виділили теми: історія, психологія, культура та мистецтво, бізнес та війна. Кожен із цих блоків має свої особливості висвітлення концепту «війна», що зумовлено переважно метою проєктів. Вони розвінчують міфи і стереотипи, протистоять російській пропаганді, виконують просвітницьку місію, фіксують злочини російської армії, просувають національні цінності тощо.

СЗгідно з нашим дослідженням, українські історичні подкасти найчастіше спрямовані на те, щоб розвінчати міфи, які Росія протягом десятиліть ширила серед українського суспільства. В історичних подкастах

медійники прагнуть донести до українського суспільства реальну історію України. Досліджуючи проблематику подкастів, ми визначили, що в контексті історичної тематики подкасти можна поділити на чотири групи: спогади очевидців про терор за радянського панування, історія світових конфліктів, історія України з часів становлення держави та новітня історія України.

Інший тематичний напрямок – психологічний. Він виник на тлі запитів та потреб українського суспільства. Все це обумовлено тим, що кожен громадянин України так чи інакше психологічно травмований через повномасштабну війну (діти, внутрішньо-переміщені особи, військовослужбовці, родини військових та ін.). У психологічних подкастах фахівці прагнуть пояснити українцям їхні емоції та реакції на сучасні події, надати поради щодо підтримки ментального здоров'я, розповісти про роботу з військовими та життя під час віни.

Культурно-мистецька тематика, як й історична, стосується самої ідентифікації української нації. Медійники, які працюють у культурній сфері подкастингу, також протистоять російській пропаганді. За результатами дослідження, в культурно-мистецьких подкастах також розвінчують міфи російської пропаганди, зокрема розповідають про українських постатей, які Росія присвоїла собі. Також ця тематика має на меті не тільки розповідати про злочини російської армії під час повномасштабного вторгнення в Україну, а й задокументувати докази злочинів, які Росія вчиняє на окупованих територіях України відносно культурної спадщини – викрадення і знищення історичних та культурних пам'яток.

Український подкастинг про бізнес також торкається теми війни, адже через повномасштабне вторгнення бізнесова сфера в нашій країні значно трансформувалась. Найпоширенішою темою бізнесових подкастів є висвітлення історій українських підприємців, які пережили російську окупацію, обстріли з боку РФ. Такі проєкти є цінними, бо розповідають про досвід українців, які врятували свою справу, відновили її чи почали нову.

Маємо зазначити, що не дивлячись на те, що це доволі розповсюджена тема для українського подкастингу, медіапроєктів насправді не так багато, як в інших тематиках. На цьогорічній премії «Слушно» від Megogo Audio у категорії «Про бізнес» було представлено всього 17 подкастів, тоді як інші категорії мали по 40-50 позицій.

Найбільш поширеною сьогодні в подкастах України є тема війни. Цю категорію подкастів ми виділили як таку, яка присвячена виключно війні, її наслідкам, людям, які сьогодні служать у лавах ЗСУ і творять історію. У таких подкастах медійники обирають різне спрямування: про армію/військових, про війну очима цивільних (документація злочинів), про відомих людей на війні або ж новини про війну. Деякі з них покликані задокументувати злочини російських військових на окупованих територіях, а також злочинні обстріли внаслідок яких страждають або гинуть цивільні люди. Є проєкти, які мають на меті донести до суспільства те, як живуть українські військові, розвінчати міфи про мобілізацію тощо.

У другій половині дослідження українських подкастів ми провели аналіз формально-змістових особливостей медіапроєктів, що транслюють концепт «війна». Тут варто відзначити, що формально-змістові особливості подкастів в українському медійному просторі відіграють ключову роль у розкритті природи та еволюції цього медіапродукту. Загалом у результаті дослідження ми виявили, що в українському подкастингу на сьогодні переважають інтерв'ю, бесіди та нариси. Найпоширенішим форматом подкастів, які прямо чи опосередковано торкаються теми війни, є діалог ведучого із експертом або учасником, який пережив певний травматичний досвід війни.

Найбільше різноманіття жанрів присутнє в культурно-мистецькій тематиці. У більшості вони представлені, як інтерв’ю та бесіди. Також трапляються такі непопулярні жанри, як: радіофільми, аудіощоденники, хроніки та інші. Найменше жанрове розмаїття редставлено в проєктах про бізнес. Тут переважають жанри інтерв’ю, рідше можна зустріти нарис. Загалом

українські подкасти мають достатнє жанрове розмаїття враховуючи те, що на сьогодні це продукт, який постійно розвивається та поширюється в українському медіапросторі.

Важливо відзначити, що звуковий образ українських подкастів також відіграє вагому роль у їхньому вивченні. Хоча дослідження демонструє, що не всі автори приділяють належну увагу звуковому оформленню подкасту. Воно традиційно обмежується наявністю основних елементів: заставки, звукового тла, відбивки. Найбільш оригінальним є звуковий образ культурно-мистецьких проєків, які використовують музично-шумові ефекти, створюючи ефект присутності, виконуючи драматургічну функцію тощо.

Виявлені тенденції українського подкастингу вказують на те, що українські подкасти будуть розвиватся і надалі. Це зручна форма сприйняття інформації, досить проста в реалізації й поширенні. Вона дозволяє в досить вільному стилі порушити важливі теми, обговорити їх. Разом із тим подкасти можуть пропонувати досить складну за виконанням форму, яка тяжітиме до аудіомистецького проєкту. Вивчення цих тенденцій допомагає не тільки осягнути формально-змістові особливості подкастингу, а й сприяє глибшому розумінню української аудиторії, а також її запитів у реаліях воєнного часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Аврамчук О., Кабачинський І. Без оголошення війни. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhnm (дата звернення: 11.10.2023).

2. Бабчук О., Скуратівська Я. Люди, які не мовчали. Промінь. Українське радіо. URL: http://surl.li/nxhsx (дата звернення: 11.10.2023).

3. Близнюк А. С. Радіоп’єса. Специфіка, виразні засоби, жанри. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2006. № 30. С. 127–130.

4. Бойко Н. Специфіка лексико-семантичного поля концепту «війна» в кіноповісті О. Довженка «Україна в огні». *Література та культура Полісся*. Серія «Філологічні науки». 2021. № 102. С. 116–130.

5. Васянович Є. Структурно-семантичне наповнення концепту «війна» у лінгвіністичних дослідженнях. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах*. 2018. № 38. С. 5–10.

6. Вільчинська Т. Концепт «війна»: особливості мовної об ‘єктивації у газетному тексті. *Лінгвістичні студії*. 2017. № 35. С. 110–114.

7. Виговська І., Осипян А. Прийом. The Village Україна. URL: http://surl.li/nxhmv (дата звернення: 11.10.2023).

8. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. № 1. С. 72–79.

9. Глазова О. П. Інтерв'ю: жанр журналістики і вид навчальної роботи . *Методичні діалоги*. 2013. № 9. С. 30-35.

10. Горбова, І. О. Жанрові модифікації інтерв'ю в сучасній журналістиці. *Вітражі: Збірник матеріалів викладацько-студентських наукових семінарів* / Упор. В. Башманівський, І. Горбова, Т. Клименко, С. Чорна. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. 2014. № 5. С. 21-24.

11. Грицак Я. Музика з історіями. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhnb (дата звернення: 11.10.2023).

12. Грицюк К., Паленчук А. Чому вони крадуть?. *Українська правда.* URL: http://surl.li/nxhni (дата звернення: 11.10.2023).

13. Гужва О., Федорчак Д. Людина в окупації. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhyu (дата звернення: 11.10.2023).

14. Дмитровський, О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле-та радіожурналістика*. 2015. № 14. С. 149–154.

15. Дмитровський, О. Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо. *Теле-та радіожурналістика*. 2017. № 16. С. 97–101.

16. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. Adsider. URL: http://surl.li/nrvtf (дата звернення: 15.10.2023).

17. Зіневич Л., Красавіна В. Концепт «війна» в сучасному українському суспільно-політичному дискурсі. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2017. Спецвипуск. С. 70–72.

18. Інститут масової інформації. В регіональних новинах про війну майже немає мови ворожнечі: дослідження IMI. URL: http://surl.li/mmjik (дата звернення: 29.10.2023).

19. Інститут масової інформації. Нуль без палички: новини про зону АТО в українських онлайн-ЗМІ. URL: http://surl.li/nrwmg (дата звернення: 29.10.2023).

20. Інститут масової інформації. Темі ООС присвячено вдвічі менше матеріалів у регіональних медіа, ніж минулого року, – дослідження IMI. URL: http://surl.li/nrxba (дата звернення: 29.10.2023).

21. Корцуб П., Шатілов Є. ПостГрушевський. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhzd (дата звернення: 11.10.2023).

22. Кривка, Е.. Сучасний тревел-медіатекст в українському інфопросторі: тематика, формат, контент : дис. ... д-ра філософії : 061. Суми. 2022. 220 с.

23. Лебедєва М. Психологія злочину. Українське радіо. URL: http://surl.li/nxhnv (дата звернення: 11.10.2023).

24. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики : підручник. Київ : Знання, 2006. 632 с.

25. Локальна історія. Ген війни. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhny (дата звернення: 11.10.2023).

26. Маслова Ю. Вербалізація концептів війна, мир, жінка, чоловік, у газетному дискурсі України у воєнний період. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*: Серія «Філологія». 2023. Вип. 17(85). С. 71–77.

27. Махновська Ю., Мудра І. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Журналістика». 2023. №5. С.40–49.

28. Мельник С., Назаренко О., Сікорська В. Мовна репрезентація концепту «війна» в сучасному українському медіадискурсі. Наукова монографія. Рига, Латвія : «Baltija Publishing», 2023. 476 с. URL: http://surl.li/nxhoc (дата звернення: 10.10.2023).

29. Мірошниченко П. Подкаст як тренд радіожурналістики. *Суспільство і особистість у сучасному комунікаційному дискурсі* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (28 квіт. 2021 р.). Запоріжжя. 2021. С. 110–112.

30. Нановська В. 6 тенденцій розвитку подкастингу за 2022 рік. *Медіамейкер.* URL: http://surl.li/nxhom(дата звернення: 01.11.2023).

31. Нелінійна філософія історії. Електронна бібліотека онлайн MegaLib.com.ua. URL: http://surl.li/nxhqh (дата звернення: 01.10.2023).

32. Огар А. Вербалізація концепту війна в сучасному художньому дискурсі. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2019. С. 38–47. URL: http://surl.li/nxhql (дата звернення: 19.10.2023).

33. Огар А. Суперечливі аспекти поняття «концепт». *Проблеми гуманітарних наук*. Серія: «Філологія». 2013. Вип. 32. С. 242–252. URL: http://surl.li/nxhqm(дата звернення: 01.10.2023).

34. Огаркова Т., Єрмоленко В. Kult: Podcast. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhqx (дата звернення: 11.10.2023).

35. Офіційний Spotify-канал подкасту «Rebuilding». URL: http://surl.li/nxhra (дата звернення: 19.10.2023).

36. Патрекеєва Н. Відкриті знову. Urban Space Radio. URL: http://surl.li/nxhrj (дата звернення: 11.10.2023).

37. Підгаєвська О. Як це пережити?! NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhrn (дата звернення: 11.10.2023).

38. Полюжин М. Поняття, концепт та його структура. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. Серія: Філологічні науки. Мовознавство. 2015. № 4. С. 212–222. URL: http://surl.li/nxhrr

39. Премія «Слушно». MEGOGO.NET. URL: http://surl.li/nxhrz (дата звернення: 11.10.2023).

40. Романюк Р., Українська правда. Українські 90-ті. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhsi (дата звернення: 11.10.2023).

41. Саріцька А. Добровольці. Громадське радіо. URL: http://surl.li/nxhsk (дата звернення: 11.10.2023).

42. Свідомі. Де ми?|, 2023. YouTube. URL: http://surl.li/nxhsm (дата звернення: 11.10.2023).

43. Сибірцева М. У чому секрет популярності подкастингу. Блог Depositphotos. URL: http://surl.li/nxhsp (дата звернення: 21.10.2023).

44. Сікора М. Як за 2022 рік змінився ринок подкастів: що у тренді. Медіакритика. URL: http://surl.li/nxhsv(дата звернення: 09.10.2023).

45. Словник UA. Портал української мови та культури. Тлумачний словник української мови, орфографічний словник онлайн. URL: http://surl.li/nyfxv (дата звернення: 25.10.2023).

46. Соціологічна група Рейтинг. Сімнадцяте загальнонаціональне опитування: Ідентичність. Патріотизм. Цінності (17-18 серпня 2022). URL: http://surl.li/dkrki (дата звернення: 29.10.2023).

47. Стаднік І., Опозиція «свій/чужий» у складі концепту WAR/ВІЙНА (на матеріалі поетичних творів, присвячених військовим подіям в Україні, та англомовних перекладів). *Одеський лінгвістичний вісник*. 2015. № 6, Том 2. С. 98–102.

48. Страшко І. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. № 71. С. 83–89.

49. Суспільне Запоріжжя. «Моя історія війни». Суспільне Запоріжжя. URL: http://surl.li/nxhtk (дата звернення: 11.10.2023).

50. Суспільне. Книгосховище. Суспільне Культура. URL: http://surl.li/nxhsy (дата звернення: 11.10.2023).

51. Суспільне. Пошрамований - Подкаст про місто нескорених. Суспільне Харків. URL: http://surl.li/nuhxf (дата звернення: 11.10.2023).

52. Українська правда. War-life balance. NV Подкасти. URL: http://surl.li/nxhya (дата звернення: 11.10.2023).

53. Хірвенко А. Що таке подкасти та як їх слухати? *Українська правда.* URL: http://surl.li/hybqq (дата звернення: 29.11.2023).

54. Центр Разумкова. Оцінка громадянами ситуації в країні та дій влади, довіра до соціальних інститутів (лютий–березень 2023р.). Центр Разумкова. URL: http://surl.li/ggmsh (дата звернення: 19.10.2023).

55. Цибух І., Свідомі. Щоденник-подкасту Чеки. Свідомі. URL: http://surl.li/nuhxn (дата звернення: 11.10.2023).

56. Шадов М. Moviehub. YouTube. URL: http://surl.li/nxhza (дата звернення: 11.10.2023).

57. Шийчук А. Хтознаяк з Анною Шийчук. Urban Space Radio. URL: http://surl.li/nxhzm (дата звернення: 11.10.2023).

58. Шевченко В. Конвергентність як основна ознака сучасних медіа. *Кросмедіа: контент, технології, перпективи : монографія* / ред. В. Е. Шевченко. Київ : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. 234 с. URL: http://surl.li/nxhzp (дата звернення: 30.09.2023).

59. Яворська Г. Концепт «Війна»: семантика і прагматика. *Стратегічні пріоритети*: Серія «Філософія». 2016. Вип. 1 (38). С. 14–23.

60. Янович Є., Субота С. Подкаст терапія. Apple Podcasts. URL: http://surl.li/nxhzw (дата звернення: 11.10.2023).

61. Creel A., Rimal R., Mkandawire G., Böse K., Brown J. Effects of a mass media intervention on HIV-related stigma: 'Radio Diaries' program in Malawi. *Health Education Research*. 2011. P. 456–465.

62. DTF Magazine. Подкаст «Баланс білого». detector.media. URL: http://surl.li/nuhxw (дата звернення: 11.10.2023).

63. Gallie G., Madinga L. An Idiot's Guide To Saving The World Podcast - The Global Goals - The Global Goals. The Global Goals. URL: http://surl.li/nxiac (date of access: 29.09.2023).

64. Hammersley B.Why Online Radio Is Booming. *The Guardian*. URL: http://surl.li/nyiqf (date of access: 28.09.2023).

65. Peltier C. Usage des podcasts en milieu universitaire: une revue de la littérature. Revue internationale des technologies en pédagogie universitaire. *International Journal of Technologies in Higher Education*. 2016. P. 17–35.

66. Radio Skovoroda. Apple Podcasts. URL: http://surl.li/nxiag (date of access: 11.10.2023).

67. Rainsbury J., McDonnell S. Podcasts: an educational revolution in the making? *Journal of the Royal Society of Medicine*. 2006. № 99. P. 481-482. URL: https://bit.ly/3iNyjwp (date of access: 29.09.2023).

68. Spinelli M., Dann L. Podcasting: The Audio Media Revolution. New York : Bloomsbury Publishing, 2019. 280 p.

69. The Village. Apple Podcasts. URL: http://surl.li/nxial (date of access: 11.10.2023).

ДОДАТОК А

Таблиця 2.2.1 Аналіз формально-змістових особливостей подкастів

Тематика	**Назва подкасту**	**Жанр**	**Автор**	**Форма**	**Хронометраж**	**Звуковий образ**
Історія	Як ми вижили	Нарис	Медіа: Суспільне. Автори: члени громадської організації, Анна Яценко та Андрій Усач.	Форма подкасту: розповідь авторів (історія від третього обличчя), розповідь героя, інформація від експертів	1 сезон – від 20 до 35 хв. 2 сезон – від 45 до 75 хв.	Подкаст має простий звуковий образ: слова героїв на звуковій підложці (мелодії).
	Без оголошення війни	Діалог	Ілля Кабачинський та Олександр Аврамчук	Форма подкасту: діалог авторів на задану для епізоду тему. Без експертів та гостей.	Від 30 до 45 хв.	Відсутній
	Комік+історик	Діалог + бесіда	Фелікс Редька і Євген Мурза.	Форма подкасту: діалог між авторами на задану тему для епізоду. По одиночні епізоди з гостями.	Від 30 до 80 хв.	Відсутній
	Люди, які не мовчали	Радіопередача	Медіа: Суспільне. Ведучі: Ольга Бабчук, Ярина Скуратівська	Форма подкасту: коротка розповідь на тему епізоду.	4 хв	Подкаст має оригінальну заставку, просту музичну підложку та вставки голосу із обробкою.
	Українські 90-ті	Огляд	Медіа: Українська правда Ведучий:Роман Романюк	Формат подкасту: монолог на задану для епізоду тему. Присутні вставки з синхронами політиків,	Від 40 до 60 хв.	Подкаст має вступ у вигляді мелодії. Є супроводжуючі архівні аудіо записи (наприклад промова

				експертів.		Брєжнєва).
	ПостГрушевський	Бесіда	Проєкт LEGIO. Ведучі: Євгеній Шатілов та Павло Корцуб	Формат подкасту: бесіда ведучих з різними гостями.	Від 40 до 100 хв.	Відсутній
	Подкаст Ярослава Грицака	Монолог	Медіа:The Ukrainians. Ведучий Ярослав Грицак.	Формат подкасту: монолог автора на історичні теми.	В середньому 40 хв.	На початку кожного випуску звуковий ефект вступу. Підложка відсутня
Психологія	Простими словами	Інтерв'ю	Медіа:The Village. Ведучі: Марк Лівін та Софії Терлез.	Формат подкасту: вступне слово від ведучих, далі інтерв'ю з гостем.	Від 60 до 85 хв.	Подкаст має музичну заставку. Між словами ведучих у вступному слові є оригінальні перебивки. Підложка відсуня.
	Як це пережити	Монолог	Олександра Підгаєвська	Формат подкасту: монолог на психологічні теми.	30 хв	Відсутній
	Хтознаяк з Анною Шийчук	Бесіда	Urban Space Radio. Ведучі: Анна Шийчук та Ігор Огданський	Формат подкасту: бесіда ведучих на задані теми.	Від 20 до 35 хв.	Подкаст має оригінальну заставку. Підложка відсутня.
	Прийом	Інтерв'ю	Медіа: The Village. Ведучі: Ірина Виговська та Артем Осипян.	Формат подкасту: інтерв'ю-розмова з експертами.	Від 30 до 60 хв.	Подкаст на початку має оригінальну звукову підложку для вступних слів. Далі підложка відсутня.
	War-Life Balance	Бесіда	Медіа: Українська правда. Ведучі: Аліна Полякова та Юлія Кос.	Формат подкасту: бесіда ведучих на задані для епізодів теми.	Від 40 до 60 хв.	Подкаст має заставку-мелодію.
	Давайте після війни	Огляд або бесіда	Urban Space Radio. Ведучі: Надія Гульчук та	Формат подкасту: бесіда ведучих на задані теми. Є	Від 30 до 50 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію заставку.

			Аліна Касілова.	вставки із розповідями українців, які розглядають у подкасті.		Підложка відсутня. Вставки із синхронами героїв.
	Подкаст терапія	Бесіда	Євген Янович та Спартак Субота	Формат подкасту: бесіда ведучих на задані теми.	Приблизно 60-80 хв	Подкаст має оригінальну мелодію-заставку. Підложка відсутня.
Культура і мистецтво	Поміж	Інтерв'ю	Медіа: Поміж Медіа Ведучі:Дінара Халіпова	Формат подкасту: інтерв'ю-бесіда, ведучлї з гостями на задані теми.	Від 45 до 60 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію-заставку. Підложка відсутня.
	Kult: Podcast	Бесіда	Ведучі: Тетяна Огаркова та Володимир Євмоленко	Формат подкасту: тут присутні різні за формою епізоди: -бесіда між ведучими; -розмова ведучих з експертами;	Від 45 до 60 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію підложку.
	Де ми?	Бесіда	Медіа: Свідомі. Ведучі:Маріам Наєм, Валентина Сотникова	Формат подкасту: бесіда ведучих на задану для епізодуу тему	60 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію заставку на початку на в кінці.
	MovieHub	Огляд	Ведучий: Максим Шадов	Формат подкасту: монолог-рецензія ведучого.	Від 35 до 55 хв.	Є звук, який розділяє «передмову» і основний спіч автора.
	Книгосховище	Радіопрограма	Медіа: Суспільне. Ведуча: Олена Гусенйнова.	Формат подкасту: вступне слово ведучої, далі вставки з синхронами розповіді героя епізоду з перебивками та вставками від ведучої.	Від 10 до 25 хв.	Подкаст має оригінальну заставку. В кінці також заставка про закінчення програми.
	Чому вони крадуть?	Радіофільм	Медіа: 435 ФІЛМС Українська	Формат подкасту: синхрони	20 хв.	В подкасті використані супроводжую

			правда. Ведучі: Юрій Марченко.	розповідей героїв (музейників, істориків) та перебивки від ведучого.		чі звуки (сирена, потяг, вибух і тд.). Є під ложка під час слів ведучого. На розповіді героя її немає.
	Баланс білого	Бесіда	Медіа: DTF Magazine. Ведучі: Юрій Самусенко.	Формат подкасту: бесіда ведучого з одним чи одразу кількома героями.	Від 40 до 60 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію-заставку, яка грає на початку епізоду та як перебивка між вступним словом автора та бесідою з героями.
	Культурний трибунал	Нарис	Медіа:The Ukrainians Audio. Ведучі:Яна Супоровська	Формат подкасту: монолог авторки у вигляді уявного трибуналу, де вона розглядає «справу».	20 хв.	Подкаст має заставку (після вступного слова), яка плавно переходить у підложку, що супроводжує розповідь протягом всього випуску.
Бізнес	Сродна праця	Інтерв'ю	Skovoroda та West Ukrainian Business Club. Ведучі: Уляна Салій	Формат подкасту: інтерв'ю з різними українськими підприємцями.	Від 30 до 60 хв.	Подкаст має оригінальну заставку на початку та в кінці епізоду. Підложка відсутня.
	Відкриті знову	Нарис	Urban Space Radio. Ведучі: Наталія Патрекеєва	Формат подкасту: розповідь про різних підприємців. У подкасті присутні синхрони з розповідями героїв.	Віл 20 до 30 хв.	Подкаст має оригінальну заставку-мелодію, яка переходить у підложку. На синхронах героїв присутні шуми.

	Не сплю, працюю	Інтерв'ю	Радіо «Треба» і бізнес школа УКУ. Ведучі: Сніжана Палащенко	Формат подкасту: інтерв'ю-бесіда ведучої з різними підприємцями	Від 40 до 60 хв.	Подкаст має заставку-мелодію, яка розділяє вступне слово та інтерв'ю.
	Хроніки економіки	Інтерв'ю/Бесіда	Медіа: Економічна правда. Ведучі: Дана Гордійчук, Ярослав Вінокуров	Формат подкасту: вступне слово ведучих із запитанням та міні поясненням теми епізоду, далі інтерв'ю з експертом.	Від 30 до 40 хв.	Під час вступного слова є оригінальна під ложка. Далі вона відсутня.
Війна	Доброволь ці	Бесіда	Медіа: Громадське радіо. Ведуча: Аліна Сарнацька	Формат подкасту: бесіда ведучої з військовими на задані для епізоду теми.	Від 20 до 30 хв.	На початку присутня оригінальна заставка. Під час вступного слова авторки є підложка, далі відсутня.
	Моя історія війни	Нарис	Медіа: Суспільне Запоріжжя. Ведучі: Поліна Снєжина	Формат подкасту: розповідь історії українців - є слова авторки та синхрони героїв.	Від 15 до 40 хв.	Має оригінальну заставку. Є підложка, на словах авторки (на синхронах немає)
	Згідно/від повідно	Аудіо щоденник	Ведуча: Алла Кошляк	Формат подкасту: щоденник авторки. В деяких епізодах є синхрони.	Від 15 до 25 хв.	Має оригінальну заставку на початку на в кінці, яка переходить у підложку для вступного слова. Далі – відсутня.
	Психологія злочину	Нарис	Медіа: Суспільне. Ведучі: Марія Лебедєва.	Формат подкасту: розповідь від авторки. Присутні синхрони героїв.	Від 40 до 50 хв.	Подкаст має оригінальну заставку та підложку, яка супроводжує тільки слова автора.
	Пошрамов аний. Подкаст	Хроніка	Медіа: Суспільне.	Формат подкасту: хроніка, де	25 хв.	Подкаст має підложку. Супроводжую

	про місто нескорених			авторка детально розповідає про події. Присутні синхрони.		чі шуми на синхронах. За звуковим наповненням нагадує документальний фільм.
	Голоси Мирних	Інтерв'ю	Музей Голоси Мирних	Формат подкасту: інтерв'ю з іноземними експертами.	30 хв.	Подкаст має підложку на словах авторки на початку епізодів.
	Йде нині війна	Інтерв'ю	Радіо «Твоє Радіо». Ведучі: Олександр Сердюк.	Формат подкасту: інтерв'ю-розмова з відомими артистами, які пішли на фронт.	Від 25 до 40 хв.	Подкаст має оригінальну заставку. Присутняпідложка.
	Щоденник подкаст Чеки	Щоденник	Медіа: Свідомі. Авторка та ведуча: Ірина Цибух.	Формат подкасту: щоденник із записами з фронту (такий собі запис із поля), або монолог авторки.	Від 15 до 20 хв.	Подкаст має підложку, різну в кожному епізоді, для передачі настрій.
	Людина в окупації	Бесіда	Радіо «Радіо Треба». Ведучі: Ольга Гужва.	Формат подкасту: інтерв'ю-бесіди авторки з різними експертами.	Від 20 до 50 хв.	Подкаст має оригінальну мелодію-заставку,яка переходить у підложку для вступного слова. Далі відсутня.
	Цей дощ надовго	Бесіда	Медіа:Свідомі. Ведучі: Андрій Римарук та Анастасія Бакуліна.	Формат подкасту: Бесіда ведучих, до якої зокрема залучають слухачів на прямих етерах в соцмережах, або на офлайн зустрічах.	60 хв.	Відсутній

ДОДАТОК Б

Тези доповіді «Концепт «війна» у сучасних українських подкастах» на Міжнародній конференції «Європейські цінності і медійні стандарти: контекст російсько-української війни»

КОНЦЕПТ «ВІЙНА» У СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ПОДКАСТАХ

Важливою складовою сучасної медіасфери є подкасти, які завоювали популярність як в Україні, так і в усьому світі. Вони стали невід'ємною частиною нашого інформаційного простору, в них відображаються актуальні зміни, настрої в суспільстві. Після лютого 2022 року тема російсько-української війни стала важливим концептом для медійних матеріалів, у тому числі й українського подкастингу.

Термін «подкаст» був запропонований Беном Гемерслі, британським журналістом і публіцистом, у своїй статті, яка була опублікована в газеті «The Guardian» 12 лютого 2004 року. Гемерслі вперше вжив цей термін, коли описував новий феномен «аудіоблоги, які можна було завантажувати з Інтернету» [1].

І. Страшко у роботі «Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії» називає подкаст цифровим звуковим «посередником» між взаємодіючими у мережі суб'єктами, який передає інформацію, транслює і породжує смисли, що зумовлюються соціальним, культурним, професійним, мовним, особистісним контекстом. Дослідниця зазначає, що, розглядаючи різні аспекти життя людей, подкаст не обмежується лише описом суспільства, а також висловлює свої судження, що сприяють кращому розумінню сучасних суспільних процесів: «Подкаст – це не тільки спосіб комунікаційної взаємодії, але й цифровий «транслятор» вічних цінностей буття, актуальних питань соціального, політичного, культурного життя, пов'язаних з рішенням різнорівневих проблем сучасного суспільства» [2].

Загалом український дослідник О. Дмитровський виокремлює чотири основних типи подкастів: аудіоподкаст, відеоподкаст, скрінкаст та скайпкаст [3].

Однією з ключових особливостей подкастів є їхня здатність впливати на аудиторію через аудіовізуальний контент та мовлення. Подкасти мають різні функції. Зокрема дослідниця І. Страшко виділяє такі:

1. Комунікаційна функція: Подкасти сприяють взаємодії та обміну думками між авторами та слухачами, створюючи платформу для діалогу та обговорення соціальних питань.

2. Соціокультурна функція: Подкасти впливають на формування соціокультурних цінностей та сприяють кращому розумінню соціальних процесів та явищ.

3. Інформаційна функція: Подкасти служать для поширення актуальної інформації та аналізу суспільних подій.

4. Освітня функція: Подкасти можуть бути використані для освіти та навчання, надаючи доступ до наукових знань та історичної інформації.

5. Соціально-філософська функція: Подкасти сприяють розвитку соціальної філософії та вносять вагомий внесок у вирішення соціальних проблем.

6. Медіа-критика: Подкасти впливають на медійний ландшафт і можуть бути використані для критики певних аспектів медійних практик [2].

На сьогодні подкасти в Україні тематично прямо або опосередковано стосуються теми війни. Розглянемо деякі проєкти. Подкаст «Де ми?» від «Свідомі» цьогоріч переміг на премії для подкастерів «Слушно» від Megogo Audio у номінації «Найкращий подкаст про культуру й мистецтво». Онлайн-медіа «Свідомі» описує свій проєкт так: «це подкаст про колоніальне минуле України і його вплив на сьогодення. Війна в Україні загострила суперечки довкола нашої історії і ми все ще не розуміємо, де ми» [4]. На сьогодні подкаст

має 7 епізодів, кожний з яких присвячено певній темі в історичному екскурсі України. Авторки і ведучі подкасту – Маріам Найєм та Валентина Сотникова. У епізодах свого подкасту вони досліджують вплив імперії на українську історію, культуру та повсякденне життя. А також шукають відповіді на запитання, хто є українці зараз, яка їхня роль, і якою вона буде у майбутньому. Наприклад: епізоди порушують теми колоніалізму, орієнталізму, шароварщини, стереотипізації українців у культурі, деколонізації та мови як інструменту колонізації.

Темі війни присвячено подкаст «Добровольці». Авторка цього подкасту військова Аліна Сарнацька. У своїх епізодах вона спілкується із нинішніми військовим, які воюють на фронті, а до початку повномасштабної війни були цивільними із різними професіями. В епізодах подкасту говорять про мобілізацію до армії, фронт, полон, про жінок на війні, евакуацію поранених зі фронту та те, як цивільні відмовились від свого мирного життя з початком великої війни [7].

У 2019 році до великої війни платформа «The Village Ukraine» створила подкаст «Простими словами + Ти як?». Після повномасштабного вторгнення його автори переформатували свій проєкт і тепер розповідають про актуальні теми вже в контексті війни. Останній сезон подкасту виходить у межах Всеукраїнської програми ментального здоров'я «Ти як?». У своїх епізодах автори Марк Лівін та Софія Терлез беруть інтерв'ю у експертів про ментальне здоров'я та про те, як про нього турбуватись українцям під час повномасштабної війни [5].

Воєнним конфліктам в історичному контексті посвячено подкаст «Без оголошення війни», який став номінантом у премії «Слушно» в категорії «Найкращий подкаст про історію і суспільство». Його автори Олександр Аврамчук та Ілля Кабачинський розповідають про історію воєнних світових конфліктів та політику різних країн в історичній ретроспективі. Самі ж автори кажуть про свій подкаст так: «говоримо про події минулого, що краще зрозуміти майбутнє». Останні епізоди проєкту присвячено історії Римської імперії, депортації українців після Другої світової війни, війні Судного дня між Ізраїлем та Сирією з Єгиптом, розповідають про прагнення Росії захопити Україну тощо. У подкасті війна розглядається як історичний концепт, проте з проєкцією на українські реалії [6].

Отже, подкасти за останні роки стали важливим медійним форматом в Україні, який відкриває можливості для аналізу та рефлексії сучасних соціокультурних явищ, у тому числі російсько-української війни. Український подкастинг звертається до теми війни прямо й опосередковано. Частина авторів порушують теми, які проєктуються на сьогодення українського суспільства, інші розглядають реальні історії людей, чиє життя змінили війна в Україні, а також говорять про ментальне здоров'я, творчість, технології, бізнес під час війни.

Важливо, що на сьогодні подкасти в Україні мають потенціал не тільки для висвітлення важливих тем, але і для сприяння відкритому діалогу та взаєморозумінню. Дослідження концепту «війна» в українських подкастах є важливим кроком у цьому напрямку і воно може слугувати джерелом навчання та вдосконалення медійної практики в майбутньому.

Список використаної літератури

1. Hammersley Ben. Why Online Radio Is Booming. The Guardian. Archived from the original on June 21, 2020. Retrieved November 16, 2017.
2. Страшко І. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 71. С. 83–89.
3. Дмитровський О. Типологія українських подкастів. Теле- та радіожурналістика. Львів, 2015. Вип. 14. С. 149–154.

4. Офіційний YouTube-канал «Свідомі». URL: https://www.youtube.com/watch?v=TnTkgAzrwzY&list=WL&index=1
5. Офіційний YouTube-канал подкасту «Простими Словами». URL: https://www.youtube.com/@user-prostymyslovamy
6. Офіційний Spotify-канал подкасту «Без оголошення війни». URL: https://open.spotify.com/show/4RvTUMQhl0leMikILw0fSU?si=8989c42c13c242f7
7. Офіційний Spotify-канал подкасту «Добровольці». URL: https://open.spotify.com/show/0aT3uuluh2wzh27RaAzqbM?si=342958d98e574062

ДОДАТОК В

Тези доповіді «До питання поширення подкастингу в Україні», опубліковані у збірнику наукових праць XVI університетської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2023»

ДО ПИТАННЯ ПОШИРЕННЯ ПОДСКАСТИНГУ В УКРАЇНІ

Розвиток технологій змінює і підходи до роботи в медіа: ЗМІ шукають нові форми, змінюється інструментарій, медіа опановують нові механізми роботти з аудиторією тощо. Радіомовення сьогодні також активно трансформується і подкастинг став однією із сучасних форм аудіального сприйняття контенту. Наразі в Україні подкастинг набуває популярності: автори все частіше звертаються до такого способу подачі інформації, а слухачі все частіше формують свій плейлист із подкаст-проєктів.

При цьому у світовій культурі терміну «подкаст» ще 20 років тому не існувало. Його у 2004 році запропонував журналіст The Guardian Бен Хаммерслі, поєднавши слова «iPod» та «broadcast» [5]. Менш ніж за два десятиліття подкастинг перетворився на величезну індустрію з сотнями мільйонів слухачів по всьому світу. При цьому за даними американських досліджень, майже чверть американців слухають подкасти принаймні раз на тиждень, а 6% називають себе їхніми відданими прихильниками. Глобальний ринок – це близько 850 тисяч активних подкастів та понад 30 мільйонів епізодів, начитаних більш ніж сотнею мов [6].

О. Дмитровський пише, що: «Термін «podcasting» утворився із поєднання англійських слів «iPod» – назви популярного плеєра компанії Apple та другої частини слова «broadcasting» («радіомовлення, передача»). Подкастинг – це спосіб публікації медіапотоків у всесвітній мережі Інтернет, за яким вони транслюються особливим чином, що дозволяє усім користувачам Інтернету ознайомлюватися з ними та завантажувати їх» [2]. У своїй роботі «Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо» він зазначає, що подкаст – це регулярно оновлювана серія аудіофайлів або один окремий такий файл, що публікується за однією адресою в мережі [2].

Дослідники з Британії, Америки та України вважають, що подкасти – це цифрові медіафайли, що розповсюджуються у мережі Інтернеті, а їх вміст схожий на ток-шоу, вони містять інтерв'ю, діалоги чи інші типи контенту, пов'язаного з усним мовленням.

Загалом науковці виокремлюють чотири основні типи подкастів:

1. Аудіоподкаст – це аудіофайл, який є записом за допомогою мікрофону думок, розмов, інтерв'ю, лекцій, ідей, презентацій або новин, які можуть бути або безпосередньо є цікавими цільовій аудиторії [3] («Українізейшн» - подкаст про поширені помилки в усній українській мові на прикладах пісень українських виконавців; «Акустика тіней» - подкаст про світову літературу; «Mincultpryvit» - подкаст про культуру; «Простими словами» - подкаст про психологію) [3].
2. Відеоподкаст – відповідно, це відеофайл, який знятий на певну тему, яка цікава цільовій аудиторії та опублікований в мережі («Подкаст терапія», який створюють кандидат психологічних наук Спартак Суббота та український комік Євген Янович; «Язва Подкаст», який створюють Роксана Тимків, Оксана Рогачук та Юля Різничок; подкаст «ФОП 3-Й ГРУПИ» від українського блогера Петра Заставного; подкаст «Комік + Історик» від гумориста Фелікса Редьки та історика Євгена Мурзи) [3].
3. Скрінкаст – явище, яке є характерним для онлайн-навчання. Його мета полягає в тому, аби через спеціальну програму на комп'ютері записати дії, які відбуваються на екрані, які у свою чергу супроводжуються аудіо коментарями (YouTube канал «Дист Освіта», на якому публікують відео уроки з інформатики для українських школярів) [3].

4. Скайпкаст – це голосова розмова, записана за допомогою популярної програми скайп і поширена засобами подкастингу (Леви на джипі «Комендантський чос» - коміки та зірки шоу-бізнесу розмовляють про свою волонтерську діяльність і розповідають смішні історії) [3].

Для пошуку подкастів в мережі існують спеціальні сервери. Вони називаються «подкаст-термінали». Це інтернет-сервіс, на якому дозволено розміщувати різні подкасти. На таких сервісах зручно знайти подкаст за своїми особистими вподобаннями, на різні теми, від різних журналістів та блогерів. Крім того, подкаст-термінал дозволяє користувачеві організовувати пошук потрібних даних, впорядковувати подкасти за відповідними темами по категоріях [1].

Дослідники сучасних тенденцій радіомовлення так пояснюють зростання попиту на подкасти в Україні: «Багато діючих мовників вважають, що Інтернет дійсно збільшує можливості програмування, доступні їх аудиторії, і використовують його зростаючу популярність, щоб підтримати їх зусилля щодо послаблення регуляторних обмежень щодо обмежень власності та програм» [1]. Але важливо, що подкастинг не знищив традиційне радіомовлення в Україні, а дав новий поштовх для його розвиток, розширив можливості радіо, залучив нову аудиторію.

Література:

1. Семеріков С.О. Фундаменталізація навчання інформатичних дисциплін у вищій школі. Кривий Ріг: Мінерал; К.: НПУ ім. М.П. Драгоманова 2009. С. 340
2. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо Львів, Теле- та радіожурналістика. 2017. Випуск 16. С.97–101
3. Дмитровський О. Типологія українських подкастів Львів, Теле- та радіожурналістика. 2015. Випуск 14 С. 149–154.
4. Benjamin Compaine, Emma Smith. Internet Radio: A New Engine for Content Diversity? SSRN Electronic Journal. October 2001. C. 29
5. Ben Hammersle. Why online radio is booming?. The Guardian, 12 February 2004.
6. «Research and Markets». Global Media Market Report 2021. 25 February, 2021.

Декларація
академічної доброчесності
здобувача освітнього ступеня магістра
ЗНУ

Я, Звягінцева Анастасія Андріївна, студентка 2 курсу, заочної форми навчання, факультету журналістики, спеціальність журналістика, адреса електронної пошти zviahintseva.anastasia19@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

-згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата_____ Підпис_____ Звягінцева Анастасія Андріївна

Дата_____ Підпис_____ Любченко Юлія Валеріївна