

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

**Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему «Українські аудіоподкасти в контексті мультимедійності»

Виконав: студент 4 курсу, групи 6.0610-ж-з  
спеціальності 061 Журналістика  
освітньої програми «Журналістика»

Байдаков А. В.

Керівник: доц., к. соц. ком. Любченко Ю. В.

Рецензент: доц., к. філол. н. Лебідь Н. М.

**Запоріжжя 2024**

## ЗМІСТ

Реферат.....	3
Завдання.....	4
Вступ.....	6
Розділ 1. Подкаст у медіапросторі:типологія та характеристики.....	8
1.1. Поняття подкасту: етапи розвитку та типологічні характеристики.....	8
1.2. Тематичні та функціональні особливості подкасту.....	13
Розділ 2. Супровідна записка до творчого проєкту.....	22
2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту.....	22
2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту...	26
2.3. Формально-змістові характеристики проєкту.....	27
2.4. Особливості оформлення проєкту.....	29
2.5. Технічні і програмні засоби.....	30
2.6. Зв'язок із творчим доробком (портфоліо).....	30
Висновки.....	31
Список використаної літератури.....	34
Додаток А. Сценарії до подкастів.....	37
Abstract.....	44

## РЕФЕРАТ

**Тема кваліфікаційної роботи бакалавра** «Українські аудіоподкасти в контексті мультимедійності»

**Обсяг основного тексту** – 28 сторінок.

**Кількість використаних джерел** – 26.

**Мета роботи** – створити подкасти на тему війни як складової частини мультимедійних матеріалів.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі **завдання**:

- 1) розглянути теоретичні підходи до розуміння поняття «подкаст»;
- 2) проаналізувати типологічні та функціональні характеристики подкасту;
- 3) визначити особливості подкасту як складової частини мультимедійного матеріалу;
- 4) створити подкасти як мультимедійні проекти у форматі short documentary.

**Об'єкт дослідження** – подкасти як мультимедійні проекти у форматі short documentary на тему «Герої війни, які надихають».

**Предмет дослідження** – підходи до створення подкастів як мультимедійних проектів у форматі short documentary на тему війни.

**Формально-змістові характеристики проекту.** Творчий проект є циклом подкастів-монологів із використанням різних прийомів і засобів збору інформації. Цикл подкастів складається із 2 матеріалів хронометражем від 8 до 10 хвилин. Проект використовує різноманітні методи збору інформації, такі як збір та аналіз інформації з відкритих джерел, аналіз статистичних даних. Реалізований проект покликаний привернути увагу громадськості до військової тематики, а саме людей, які стали героями у своїй галузі в період повномасштабного вторгнення росії в Україну, шляхом презентації реальних історій та доль тих, хто демонструє витримку, наполегливість та стійкість.

**Ключові слова:** подкаст, мультимедійність, радіомовлення, аудиторія.

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет журналістики  
Кафедра журналістики  
Рівень вищої освіти бакалавр  
Спеціальність 061 журналістика  
Освітня програма «Журналістика»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри  
Чернявська Л. В.

«17» травня 2024 року

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**  
**Байдакову Антону Володимировичу**

1. Тема роботи – «Українські аудіоподкасти в контексті мультимедійності» («Ukrainian Audio Podcasts in the Context of Multimedia»), керівник роботи – Любченко Юлія Валеріївна, доц., к. соц.ком., затверджені наказом ЗНУ від «8» грудня 2023 року № 2088-с.
2. Строк подання студентом роботи – 3 червня 2024 року.
3. Вихідні дані до роботи – праці таких дослідників: О. Дмитровський, Ю. Любченко, П. Мірошниченко, І. Страшко, А. Хівренко та ін.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: розглянути теоретичні підходи до розуміння поняття «подкаст»; проаналізувати типологічні та функціональні характеристики подкасту; визначити мультимедійні особливості у подкастах; створити подкасти як мультимедійні проекти у форматі short documentary на тему війни з дотриманням усіх журналістських норм.
5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Любченко Ю.В. доцент	10. 12.2023	10. 12.2023
Розділ 1	Любченко Ю.В. доцент	13.02.2024	13.02.2024
Розділ 2	Любченко Ю.В. доцент	03.04.2024	03.04.2024
Висновки	Любченко Ю.В. доцент	08.05.2024	08.05.2024

6. Дата видачі завдання – 10.12.2023.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Скласти графік виконання роботи, визначити мету, завдання, об'єкт, предмет дослідження.	16.12.23	Виконано
2	Написати попередній варіант вступу і змісту. Дібрати наукову літературу.	12.01.24	Виконано
3	Опрацювати літературу, написати теоретичну частину, оформити список літератури	15.03.24	Виконано
4	Доробити творчий проєкт, скласти його опис та обґрунтування.	17.04.24	Виконано
5	Оформити всі додатки.	27.04.24	Виконано
6	Оформити роботу відповідно до вимог	15.05.24	Виконано
7	Пройти процедуру попереднього захисту	29.05.24	Виконано
8	Пройти процедуру нормоконтролю та рецензування	05.06.24	Виконано
9	Виправити зауваження і подати роботу на кафедру.	09.06.24	Виконано

Студент \_\_\_\_\_ А. В. Байдаков

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Ю. В. Любченко

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ М.В. Чабаненко

## ВСТУП

*Актуальність дослідження.* У часи популярності сучасних технологій, коли швидкість та якість інформації зростає постійно, виникає необхідність у нових способах споживання контенту. Одним із популярних форматів контенту у 2024 році став подкастинг – аудіо та відео-контент, який допомагає слухачам не лише бути в центрі обговорення тієї чи іншої теми, а й споживати контент у будь-який час та в будь-якій частині світу. Подкастинг надає можливість різним спеціалістам, організаціям, брендам розкритись з іншої сторони для своєї аудиторії та залучити нових споживачів.

Сьогодні, у часи повномасштабного вторгнення, тема війни лишається однією із важливих та обговорюваних. Цей формат контенту надає можливість ще раз нагадати про нескореність нашої нації в образі людей, які відстоюють національні інтереси, захищають кордони, відчайдушно борються із російськими окупантами. Хоча зараз подкаст і не є найпопулярнішою формою контенту, але поступово зацікавлення до нього зростає і масштаби впливу на життя людей в цілому. Для медіа подкасти є ще одним методом для пошуку нової аудиторії, а подкастові платформи – перспективним ринком для розповсюдження аудіопродукції.

Враховуючи щоденний ріст зацікавленості, тема війни у форматі подкасту стала вимагати більше уваги не тільки журналістів та медійних осіб, а й самих користувачів. Це важливе завдання і воно потребує ширшої бази знань та підготовки, професійності, творчості та уваги до характерних особливостей. Сьогодні велика кількість медіаплатформ приділяють увагу темі війни в українських подкастах, вивченню їх тематично-змістових характеристик. Це сприяє розкриттю нових перспектив для розуміння впливу цього медіаконтенту на формування суспільної свідомості та сприйняття важливих подій.

*Мета роботи* – створити подкасти на тему війни як складової частини мультимедійних матеріалів.

Для досягнення мети дослідження ми виконали такі *завдання*:

- 1) розглянути теоретичні підходи до розуміння поняття «подкаст»;
- 2) проаналізувати типологічні та функціональні характеристики подкасту;
- 3) визначити особливості подкасту як складової частини мультимедійного матеріалу;
- 4) створити подкасти у форматі short documentary на тему війни.

*Об'єкт дослідження* – подкасти у форматі short documentary на тему «Герої війни, які надихають».

*Предмет дослідження* – підходи до створення подкастів у складі мультимедійних журналістських матеріалів.

*Структура роботи.* Кваліфікаційна робота бакалавра складається з реферату, вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури. Обсяг основної роботи – 28 сторінок. Список використаної літератури включає 26 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ПОДКАСТ У МЕДІАПРОСТОРІ: ТИПОЛОГІЯ ТА ХАРАКТЕРИСТИКИ

### 1.1 Поняття подкасту: етапи розвитку та типологічні характеристики

У сучасному цифровому медіапросторі інформація переплітається із розвагами, а комунікація стає все більш мультимедійною. Одним із популярних форматів висловлення різних думок та точок зору стали подкасти, які на сьогодні набирають популярності серед української аудиторії.

О. Дмитровський подає трактування терміну «подкаст» наступним чином: «подкастом називається або окремих файл, або регулярно оновлювана серія таких файлів, що публікуються за однією адресою в Інтернеті. На відміну від просто аудіофайла у форматі mp3, користувач може сам підписатися на цікаві для нього подкасти та регулярно їх отримувати» [4, с. 97].

Аудіоподкасти – це зручний формат аудіоматеріалів для отримання актуальної та цікавої інформації під час прогулянки, виконання домашніх справ, перебуваючи в транспорті, в спортзалі тощо. Вони є різних видів та жанрів, на різноманітні теми та безкоштовні для аудиторії. Аудіоподкасти записують не лише журналісти, а й блогери та інші учасники мережі Інтернет [7].

На думку І. Гаврилюк, подкаст є одним із форматів, який достатньо активно розвивається в українському медійному просторі. Сьогодні, як зауважує дослідниця, не можна говорити про сформованість ринку подкастів, адже він поки перебуває на стадії розбудови. Це спричинено тим, що подкаст є відносно новим для українського медіапростору. Однак певні тенденції у розвитку подкастів уже можна спостерігати. «До таких, зокрема, належить використання подкастів тими інтернет-медіа, для яких аудіоконтент апріорі не є іманентним елементом, їхню основу становлять текстові матеріали. Подкасти проникли навіть у ту медійну частину, де вони, по суті, є чужорідним «тілом».



Усе більше інтернет-медіа долучаються до продукування аудіоконтенту. Цей процес стає трендом» [2, с. 97].

О. Кушнір має свою думку щодо розуміння подкасту: «Справа в тому, що це дуже інтимний жанр – слухач залишається наодинці з авторами, до голосів яких він швидко звикає. Слухачі та автори стають майже друзями. Дві третини нашої аудиторії слухає епізоди чи не повністю. Нечасто можна знайти канал на YouTube з такою глибиною переглядів» [5].

Засновниками подкастів називають розробника програмного забезпечення Дейв Уінер та відеожокея MTV Адама Каррі. У 2000-их Дейв Уінер створив технологію RSS, яка дозволила користувачам підписуватися на аудіоблоги та автоматично завантажувати нові епізоди. Згодом Дейв Уінер разом із радіоведучим Крістофером Лайдоном записали у саморобній студії mp3-файл, який називають першим у світі подкастом [19].

«Термін "подкаст" утворився у 2004 році внаслідок симбіозу назви популярного музичного програвача iPod та слова broadcast (*англ. – трансляція, мовлення*). Вперше його використав журналіст Бен Хаммерслі в статті для The Guardian» [19].

Ключову роль у зростанні популярності подкастів відіграв американський детективний аудіосеріал «Serial», що вийшов у 2014 році. В центрі розповіді була кримінальна справа 1999 року, пов'язана із загадковим вбивством молодої американської студентки в місті Балтімор. «Serial» набрав п'ять мільйонів завантажень. І навіть через рік після випуску його все ще завантажували по 500 тисяч разів на день.

Інструментарій та принципи роботи автори «Serial» запозичили у традиційних медіа. Однак вони вперше продемонстрували світу, що подкастинг – повноцінний формат аудіодокументалістики, який в силу своєї доступності має великий потенціал для залучення аудиторії [19].

Однією із головних ознак подкасту є його можливість передавати інформацію в будь-який зручний для слухача час. Про широкий спектр можливостей подкасту зазначає і Ю. Любченко, яка стверджує, що «подкасти

стали тією формою, яка є максимально зручною для користувача: вона не вимагає уваги для перегляду, не встановлює часові обмеження і пропонує широкий вибір тем, з яких користувачу легко створити власний плей-лист» [6, с. 47].

Суголосною є й думка дослідниці І. Страшко, яка відзначає особливості популярності подкасту, що «опосередковується відносною простотою виробництва і поширення, легким доступом, відсутністю просторових та часових обмежень та не залежить від економічного становища слухачів. Результативність, успішність функціонування подкасту у мережі визначається його змістом, а отже його впливом на особистісне становлення людини» [17].

Подкаст є медіапродуктом, який в собі об'єднує радіомовлення та Інтернет. Виокремлюючи відмінні ознаки подкасту та радіомовлення, П. Мірошніченко відзначив те, що користувач (слухач) отримує можливість самостійно ознайомитися із матеріалом в будь-який зручний для себе час і на будь-якій зручній для себе стримінговій платформі, не зважаючи на розклад програм, як це відбувається з радіо. Цільова аудиторія подкасту звертає увагу на інформацію, яка її цікавить і кількість вільного часу для прослуховування та технологічну доступність [8, с. 110].

Співзасновник українського науково-популярного медіа «Куншт» К. Бескоровайний також виокремлює відмінні риси з радіо: «Подкасти по суті – це переосмислене радіо. Тільки, на відміну від радіо щільність інформації набагато більша. У той час, як на радіо часто ведучі намагаються заповнити ефір, відповідно повторюють одне й те саме безліч разів, тому що слухачі можуть підключитися в будь-який момент, то тут ми розуміємо, що це лінійне прослуховування від початку до кінця. І це можливість інтимної, в якомусь сенсі, комунікації з аудиторією, що дуже прикольно» [1].

Типологія подкастів різноманітна, адже кожен науковець певної галузі пропонує власну класифікацію.

Так О. Дмитровський, посилаючись на працю С. Данилюк «Особливості використання інтернет-технології "Подкаст" у процесі формування

професійної компетентності майбутніх філологів» виокремлює чотири основні типи подкастів:

1) аудіоподкаст – аудіофайл, який являє собою запис за допомогою звичайного мікрофона ідей, думок, лекцій, новин, презентацій, які несуть у собі явний інтерес і користь для цільової аудиторії;

2) відеоподкаст – відеофайл, що являє собою запис виступу на певну тему, знятий за допомогою цифрової відеокамери;

3) скрінкаст – за допомогою спеціальної програми на екрані комп'ютера записуються дії разом із аудіокоментарями;

4) скайпкаст – голосова розмова, записана за допомогою популярної програми скайп і поширена переважно засобами подкастингу [4].

У праці «Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ» І. Мудра та Ю. Майхровська пропонують для розгляду наступну 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 [7].

Дослідниці також зазначають, що «подкасти поділяють на: подкаст-інтерв'ю, подкаст-монолог, подкаст-бесіда, подкаст-випуск радіопередачі, подкаст-круглий стіл, подкаст-огляд» [7].

А. Хівренко виокремлює дві основні категорії: «перша – люди розмовляють, друга – люди розповідають історії».

У розмовних подкастах ведучий може розповідати про свої ідеї і ділитися власними міркуваннями, ставити запитання гостям та співведучим, або просто обговорювати визначені питання.

Дещо складнішими є подкасти наративні, які також називають аудіоісторіями. У таких аудіосеріалах наявні всі елементи художнього або документального твору: тут є герої, які щось шукають, стикаються з перешкодами та змінюються впродовж історії. Такі сюжети можуть бути втілені як в цілому сезоні, так і в окремих його випусках або їх фрагментах» [19].

Про проблеми подкастингу в Україні відзначає М. Нестелеєв: «Подкасти в Україні – нині актуальне явище, адже робити їх відносно недорого, доступ до них за наявності інтернету легкий, та й загалом цим форматом зручніше користуватися, бо не завжди можна знайти час, щоб спокійно посидіти з книжкою, тоді як послухати щось можна навіть по дорозі на роботу, на прогулянці чи в спортзалі. Утім, у наших подкастів поки що багато специфічних «хвороб зростання», на які хворіє значна кількість галузей української культури. Насамперед бракує досліджень наших слухачів і самих подкастерів, тобто певні складності виникають з тим, щоб сказати, кому й що сьогодні хочеться послухати і від кого. Через це, за даними «Суспільного Мовлення», 68 % опитаних ними ніколи не слухає подкасти (тоді як 9 % – щодня, 24 % – щотижня, 32 % – щомісяця)» [10].

Фінансова складова у розвитку подкастингу також відіграє вагому роль. Наразі є загальні тренди й конкретні українські запити (війна, новини, репортажі), але враховуючи, що в таких категоріях в Україні вже є достатньо конкуренції, то «багато хто не може дочекатися належної кількості

підписників і кидає подкаст або ж через різні обставини не може регулярно додавати нові випуски. Із цим пов'язана також проблема фінансування, бо не так багато українських компаній готові підтримати вітчизняні подкасти, адже не вважають їх рентабельними» [10]. Хоча засновник спільноти PodcastsNOWua.com М. Шевчук підкреслив: «Подкастинг – не для тих, хто чекає тисячі прослуховувань після запуску. Це для людей та компаній, які можуть «грати в довгу» [10].

Як бачимо, подкастинг є зручним каналом у користуванні, адже надає більше свободи та можливостей для творчості. Зростання інтересу до нього поступово простежується. Автор подкасту одночасно стає засновником, режисером та редактором того контенту, тієї теми, що імпонує йому самому та його слухачам та слухачкам.

## **1.2 Тематичні та функціональні особливості подкасту**

Простеживши праці, що досліджували світовий медіаринок, можна відзначити, що основний сплеск популярності подкастів помітний у 2020 році, в період пандемії 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 «Можливо, пандемія коронавірусу прискорила вироблення звички із прослуховування подкастів серед новоприбулих слухачів, на розвиток якої зазвичай потрібні роки», – припускають автори дослідження [5].

Щодо українського подкасту, то засновник спільноти PodcastsNOWua.com М. Шевчук зауважив, що «Інтерес до подкастингу як захоплення широкого кола слухачів і авторів виник у 2019 році» [5].

Теми для подкастів слухачі обирають різноманітні. Так, К. Хорощак у 2020 році запропонувала добірку україномовних подкастів від «Української правди. Життя», де представила такі теми: про життя, здоров'я та науку, культуру, технології, суспільство і політику, медіа та комунікації, бізнес.

Варто відзначити, що за статистичними даними Spotify, 22% американців віддають перевагу комедійним подкастам. Новини є другим за популярністю жанром у США. У п'ятірку найпопулярніших тем також увійшли подкасти, що розповідають про злочини та розслідування, спорт, здоров'я та фітнес. У Великій Британії комедійні подкасти випереджають усі інші жанри. У Франції частіше слухають подкасти з науки, культури і суспільства [24].

Український слухач цікавиться пізнавальним контентом. Відповідно рейтингу аналітичної компанії Chartable, до першої десятки Apple Podcasts входять подкасти про психологію та психотерапію, літературу, події з минулого, подкаст Сергія Притули та Антона Тимошенка, в якому вони обговорюють цікаві та важливі теми сьогодення, радіо NV [13].

Менеджер подкастів Суспільного Мовлення Д. Афанасьєв в онлайн-дискусії «Як українські медіа опановують подкастинг» наголосив, що з початку повномасштабного вторгнення зріс активний попит на історичні та культурні подкасти: «Ми уважно стежили за статистикою, і, зокрема у березні, помітили активний попит на наші історичні та культурні проекти, які до цього аудиторія слухала менш активно. Вони почали “залітати” до топ-рейтингів подкастів в Apple та на інших популярних платформах» [20].

Незалежний медіахолдинг NV (New Voice) сьогодні пропонує власну платформу «NV Подкасти», де представлені наступні теми: новини, політика, економіка, психологія, суспільство, подорожі, освіта, культура, історія, література, музика, наука, технології, здоров'я, діти і батьківство, їжа, мода, спорт.

Харківська радіомережа «Накипіло» пропонують свої проекти подкастів із наступними темами: подкасти українською про Харків, подкасти про війну проти України, подкасти українською мовою про психологію, подкасти українською про культуру та креатив, подкасти українською мовою про кіно, літературні подкасти українською, подкасти про гумор, подкасти про музику,

подкасти про історію, подкасти про технології, наукові подкасти, юридичні подкасти, подкаст-розмови [21].

М. Нестелєєв, характеризує тематичний контент українських подкастів, зауважує, що вони є суголосними із запитом інших країн Європи та Америки а також для більшості авторів «їхня аудіограма – це переважно хобі, яке виникло або для саморозвитку / самовираження, або для просування особистого бренду, або через нестачу інформації на цю тему в суспільстві. Українці приходять у подкасти зі ЗМІ, з різноманітних галузей культури, комунікацій чи ІТ. Висвітлювані теми в нас не надто різняться від тих, якими цікавляться в Європі й Америці, – культура та мистецтво, історія та суспільство, новини, освіта, здоров'я та саморозвиток, бізнес, – тож тут ми суголосні загальним трендам» [10].

Представники «Накипіло» зазначають, що «здавалося б, подкасти пройшли свій пік популярності, проте в нашому медійному сегменті все тільки починається. Українські радіо та видання пропонують слухачам матеріал у аудіоформаті, адже це зручно і не потребує такого залучення, як відео» [21]. Одними із кращих творців та платформ, що пропонують подкасти українською, вони виокремлюють Радіо «Накипіло», Radio Skovoroda, Urban Space Radio, Радіо Аристократи, Радіо НВ, видання The Ukrainians, The Village Україна, Vertigo, Куншт та інші.

У 2023 році «Накипіло» спостерігає особливий попит на подкасти українською, а також ті проекти, «які мають стосунок до нашої самобутності, мови, культури, історії» [21].

Сьогодні медіа, часто використовують мультимедійні матеріали, намагаються розширювати формати подачі контенту. Найперше, що зацікавлює та приваблює читачку увагу, це різноманітні форми представлення інформації. Різнманітний формат інтригує, зацікавлює, повертає увагу, провокує читача заглибитися в матеріал. Мультимедійна база даних репрезентує текстову та образну інформацію: відео, інфорграфіку, і звичайно звукові елементи чи подкасти.

Наразі комбінацію різних форматів мультимедіа можливо використати для спрощення сприйняття інформації аудиторією. Наприклад, надати інформацію не тільки в текстовому вигляді, але й проілюструвати її за допомогою звуку або відеоформату, передати емоції, почуття, які відчують гості та герої програм. У своїх мультимедійних матеріалах часто звертається до подкасту онлайн видання «Детектор медіа», де не лише розповідає про ту чи іншу тему, але й подає подкасти із фахівцями, які коментують, доповнюють чи розкривають її. До речі, у матеріалах можна прочитати як створювався той чи інший подкаст, з чим його можна порівняти, які емоції та настрої виринають під час прослуховування: «Напевно, війна – вдалий час бути самим собою. Але в цьому є й безперечна заслуга ведучої – вона обрала для цих подкастів правильну інтонацію. Це не шаблонне інтерв'ю, а радше розмова на кухні з приятелем, або з незнайомим попутником у купе поїзда. Коли можна виговоритись і розповісти те, чого розповідати не збирався» [16].

Створити подкаст, який зацікавить аудиторію потребує певного підходу. Ерік Ньюзум у своїй праці «Гучніше! Як створювати круті подкасти» зазначає, що «сирий» та нудний подкаст не врятують ні важлива тема, ані відомі гості. Щоб зачепити аудиторію, дайте їй продуману історію з ідеєю, яка розважає, навчає та відрізняється від «сусідів» по платформі. Інакше у потоці контенту вас проігнорують» [18]. Основними його порадами є:

Сформулювати ідею. Варто її описати приблизно в 10 словах – це сенс подкасту, яким варто керуватися при створенні кожного епізоду. Опис має бути точним, аби він максимально відображав ідею проєкту.

Не боятися змінювати форму. Продюсер пропонує власні категорії подкастів:

1. Люди розмовляють:

- тирада – відома людина чи експерт ділиться з аудиторією своїми ідеями
- запитання та відповіді – інтерв'ю ведучого з гостями, де чітко окреслено ролі
- розмова – дискусія декількох людей на рівних.



Повномасштабне вторгнення російських військових на територію України також стало каталізатором формування нових форм та тем для подкастів.

2. Люди розповідають історії:

- сезонна розповідь – один сюжет розкривають у кількох випусках
- серійна розповідь – кожен епізод присвячений новій історії, не пов'язаній із попередньою
- множинна розповідь – у кожному випуску по декілька сюжетів.

3. Вмикати допитливість на максимум. У подкасті з гостями основне завдання не просто ставити запитання та отримувати відповіді, а бути допитливими. Прийоми Еріка: шукати новий підхід до старих запитань, не уникати безглуздих запитань, запитувати про деталі.

4. Вміти вчасно замовкнути. Ньюзум зауважив: коли у подкастах між запитаннями повисає пауза, гість ніби думає, що не справляється зі своєю роллю, тож починає активніше говорити. І часто те, що людина розповідає для заповнення паузи, виявляється цікавішим за раніше видані заготовки. Завдання подкастера – не почати в цей момент говорити самому. Не варто домінувати в розмові, краще мовчати понад 50% часу.

5. Не лінуватися редагувати. Е. Ньюзум радить редагувати випуск подкасту за 3 етапи:

- Позначте запис мітками з тайм-кодами, щоб отримати карту розмови і швидко орієнтуватися в матеріалі.
- Зробіть розшифровку, щоб уже в текстовому форматі оцінити інтерв'ю: що справді цікаво, а що не шкода вирізати, або як склеїти частини розмови.

Починайте монтувати звук, звіряючись із розміткою та розшифровкою.

Матеріал має бути вдало змонтований і звучати енергійно та природно.

6. Дозволити слухачам заглядати «за лаштунки». Відкривати аудиторії «внутрішню кухню» подкасту аби люди почувалися максимально причетними до проєкту (подавати анонс наступних програм, запитвати порад у слухачів, влаштовувати живі записи).

І остання його порада – співпрацювати з іншими подкастами. Один із варіантів наростити аудиторію – зібрати групу з кількох проєктів та домовитися про взаємну рекламу. Вибирати подкасти, з якими перетинаєтеся аудиторії або теми [18].

Власниця маркетингової агенції В. Шиманська відзначає, що досі не всі у 2024 році розуміють цінність подкасту, адже ним можна здивувати та привернути увагу: «Головне створити цікавий, актуальний подкаст, який буде привертати увагу і зможе втримати аудиторію» [21]. Вона запропонувала своє бачення розвитку подкасту: «...зараз важливо шукати креативні способи та актуальні теми, які допоможуть стати вашому шоу популярним» [21]. Її поради є наступними:

- добре обдумати сценарій та оформлення подкасту;
- якщо зйомка буде зі знаменитістю, відомою людиною або блогером - прослідкувати за ними деякий час;
- створити клікабельні заголовки і мініатюри;
- подумати про якість завантаження, якщо записувати подкаст онлайн;
- регулярність – запорука успіху [21].

З початком повномасштабного вторгнення подкасти мають на меті не лише тримати руку на пульсі подій та виконувати інформаційну функцію, але й намагаються нести допоміжну роль. Так, «Суспільне» власними подкастами прагнуть підтримати українських громадян: «Хочемо, щоб кожен наш подкаст допомагав людям у той чи інший спосіб: трохи відволікти, розважити, дати практичні поради і відповіді» [21].

І. Страшко виокремлює 6 основних функцій подкасту: інформативна, пізнавальна, виховна, комунікативна, соціалізувальна, компенсаторна:

Інформативна функція подкасту реалізується через тематичну різносторонність матеріалу: культура, політика, освіта, спорт, релігія, тощо та полягає в задоволенні інформаційних потреб користувачів.

Виховна функція подкасту визначається характером інтенцій авторів подкастерів: розповсюдження знань про соціальну дійсність; просвіта,

поширення, формування загальнозначущих цінностей в індивідуальній і суспільній свідомості.

Комунікативна функція подкасту передбачає, що цифрова форма його розповсюдження у мережі допомагає взаємодіяти з іншими людьми, незважаючи на географічні і соціальні кордони, слугує для обміну ідеями, реалізує потребу людей у спілкуванні.

Водночас створення, поширення та обмін подкастами є не тільки формою взаємодії людей, але й забезпечує реалізацію соціалізувальної функції подкасту, яка тісно пов'язана з прослуховуванням, у процесі якого відбувається освоєння соціального досвіду, стереотипів поведінки, усвідомлення, збереження і відтворення культурних норм і цінностей.

У науковому пізнанні роль подкасту проявляється у можливості для кожного розширити свій кругозір, отримати об'єктивноістинні, обґрунтовані, системно організовані знання про дійсність.

Компенсаторна функція подкасту обумовлена заміщенням відсутніх в дійсності факторів. Так, брак безпосередніх контактів з представниками інших культур компенсується за рахунок доступу до іншомовних автентичних подкастів, в яких відображається реальна дійсність, особливості національної культури [18].

На українському ринку подкастів з'являється все більше проєктів про події війни, про військових, їхній досвід, почуття й комунікацію під час повномасштабної війни. «Радіо Свобода», «Радіо Культура», радіо «Промінь», «Українська правда», «NV», «Суспільне», видання «Ain.ua», онлайн-видання «Бабель», «Грати» та багато інших медіа, які сьогодні репрезентують подкастові проєкти та забезпечують інформаційні потреби суспільства з цієї теми. Так, у подкасті «Віра в кіно» від радіо «Промінь» ведуча Віра Сивачук шукає кіно, яке дає сили пережити війну і зберегти здоровий глузд.

«Суспільне» пропонує подкаст «Книгосховище», де ведуча Олена Гусейнова шукає відповіді на питання чи є місце читанню під час великої

війни, які книги стають значущими в такі періоди та як змінюється нині українська література.

Подкаст «Rebuilding» від «Суспільного мовлення» присвячений відбудові зруйнованого росіянами. Свої думки про те, як має виглядати післявоєнна Україна, тут висловлюють архітектори, посадовці й волонтери, які вже працюють над відбудовою.

Цікавий проєкт «Менталочка» створив МолоДвіжЦентр у співпраці з UNFPA, Фондом ООН у галузі народонаселення в Україні. У цьому подкасті експертка з питань гендерної рівності Яна Пекун та кризовий психолог Олексій Удовенко обговорюють переживання молоді в час війни.

Подкаст «Без оголошення війни» створили Ілля Кабачинський, радіоведучий і головний редактор видання «Ain.ua», та історик Олександр Аврамчук. Вони розповідають про події минулого, аби краще орієнтуватися в сучасності. Ідея заснувати подкаст з'явилася, коли суспільство почало обговорювати повномасштабне вторгнення Росії в Україну, проводячи паралелі з Другою світовою війною. Назва також має історичне підґрунтя: вранці 24 лютого Росія напала на Україну без оголошення війни, як це зробила Німеччина в 1941 році.

Приємно відзначити, що у 2021 році в Україні стартувала перша аудіонагорода найкращих подкастерів країни. Її організувала команда MEGOGO Audio. Метою премії є щорічний відбір «найактуальніших подкастів, участь у формуванні професійної спільноти та стимулювання розвитку інфраструктури – від виробництва до розповсюдження контенту [23]. Організатори запровадили 6 номінацій: «Найкращий подкаст про культура та мистецтво», «Найкращий подкаст про бізнес», «Найкращий подкаст про історію та суспільство», «Найкращий подкаст про спорт», «Найкращий подкаст про розваги», «Найкращий подкаст про науку та технології» та «Найкращий подкаст про здоров'я та саморозвиток». У 2023 році запроваджено спеціальну нагороду «Подкаст у часи війни» за актуальність та постійну якісну роботу з темами, пов'язаними з війною в Україні [23].

Отже, останнім часом подкасти стали досить новим медіаформатом в українському суспільстві. Вони допомагали піднімати теми різних важливих і знакових соціокультурних явищ, відкрито говорити про них, у тому числі й про російсько-українську війну. Українські подкастери, які висвітлювали події війни, стали важливою ланкою спілкування не лише між українцями, а й між світовою спільнотою.

## РОЗДІЛ 2

### СУПРОВІДНА ЗАПИСКА ДО ТВОРЧОГО ПРОЄКТУ

#### 2.1. Опис та обґрунтування творчого проєкту

Враховуючи, що зараз знаходжусь в лавах ЗСУ, підготовлений на захист кваліфікаційної роботи бакалавра творчий проєкт становить самостійно створені 2 сценарії до подкастів у форматі short documentary на тему «Герої війни, які надихають». Звичайно, це лише проєкт, але по завершенню служби сподіваюсь на його реалізацію.

Актуальність роботи полягає в тому, що сьогодні героїв дедалі більше. В усьому світі люди допомагають нам українцям у боротьбі із країною агросоркою. Герої – це звичайні люди в надзвичайно непрості часи. Це ті, які займають передові позиції та які знаходяться за лаштунками, ті, хто боронить Україну, поповнює лави добровольців. Кожен, хто робить свій внесок у перемогу нашої країни, хто допомагає захищати людей, хто віддає душу, час, кошти, щоб Україні й українцям вдалося перемогти – герої. Їх багато, і про них варто говорити, розповідати про вчинки та діяльність аби в історії цієї страшної війни їх імена лишилися в пам'яті. І саме таким героям ми присвячуємо нашу серію подкастів.

Створити подкасти про героїв – це не лише нагадати про них, але й продемонструвати їхню силу, міць, стійкість. Українці, на жаль, на практиці отримали доказ того, що наша армія героїв – сильні духом, хоробрі, відважні і непохитні у справі відстоювати, допомагати, захищати та протистояти ворогу.

Героя та героїню для своїх подкастів обирав тих, про кого згадували в медіапросторі на початку повномасштабного вторгнення. За допомогою звернувся до платформи про війну в Україні war.ukraine.ua, яка надавала офіційну інформацію про події з початку повномасштабного вторгнення Росії. Об'єктом моєї уваги став розділ «Defenders of Freedom» («Захисники свободи»,

<https://war.ukraine.ua/heroes/>), в якому команда Міністерства закордонних справ збирала та публікувала найяскравіші історії українців, які боронять свою свободу на різних фронтах. З цієї кагорти борців-героїв та героїнь (а їх понад 100) я вже обирав історії, про які згадували в медіа у перші місяці повномасштабної війни: лютому та березні 2022 року.

Для дотримання гендерного балансу вирішив обрати історію жінки та чоловіка. Про історії героя та героїні ознайомився в інформаційному просторі на порталах: war.ukraine, Liga.life, інформаційне агентство Уніан, канал «Суспільне», новини з інших інформаційних каналів, офіційні сторінки в соціальних мережах.

Перш ніж створити сценарій до власних подкастів, я створив план, де чітко прописав позиції, за якими маю будувати свої історії. Для першого подкасту він виглядав наступним чином:

- привітання (вітання, назва епізоду подкасту);
- джінгл (Lushchinska – «Ми Герої» (We Are Heroes));
- основна частина;
- заклик до активності (прошу поставити вподобайки, поширити програму серед друзів, написати коментар тощо);
- завершення (дякую за те, що мене слухали і нагадую, що саме слухали);
- джінгл (Lushchinska – «Ми Герої» (We Are Heroes)).

Для другого подкасту план паредбачений такий:

- вступ (вітання, назва епізоду подкасту);
- джінгл (Juniper Vale «Smoke in the Sky»);
- основна частина;
- заклик до активності (прошу поставити вподобайки, поширити програму серед друзів, написати коментар тощо);
- завершення (дякую за те, що мене слухали і нагадую, що саме слухали);
- джінгл (Juniper Vale «Smoke in the Sky»).

До своїх майбутніх подкастів я написав детальний сценарій: продумав кожне слово та думку, яка має бути озвучена. У обох подкастах багато згадок

очедидців подій чи розповіді самих героїв, тому тут має бути точність, і аби її не загубити, я все покроково прописав у сценарії. Текст вичитував декілька разів, намагався не відходити від своєї повсякденної лексики аби подкаст був схожий на живу мову, якою я говорю щодня.

У обох сценаріях я робив собі позначки: як саме його треба читати, де маю зробити паузу, де змінюю інтонацію на більш серйозну.

У першому сценарії я розповів про пані Олену, яка збила дрон банкою консервації. У цьому подкасті я додав інтерв'ю із жінкою, яке опублікувало видання «Liga.life», подав першоджерело, а саме повідомлення на сторінці Х Любові Цибульської, колишньої керівниці Центру стратегічної комунікації та інформаційної безпеки, яке вона опублікувала на початку березня 2022 року. Подія швидко облетіла інформаційний простір. Тільки зі сторінки Цибульської повідомлення репостнули майже 50000 читачів та читачок.

У другому матеріалі торкнувся теми військових, їхньої хоробрості та стійкості, а саме розповів про сапера Віталія Скакуна. Воїн, який вже в перші дні довів, що стоятиме за свободу, Батьківщину до останнього свого подиху – загинув, щоб зупинити колону російських військ. У подкасті за основу взяв інтерв'ю з мамою Віталія, яка ділилася із журналістами «Суспільного» та з побратимом Віталія Олександром Ткачем, який зустрівся і з кореспондентом «АрміяInform».

У крайньому інтерв'ю друг Віталія згадав останні хвилини його життя, детально переповів той перший день повномасштабного вторгнення та останній – для товариша. Інтерв'ю переповнені картинами жаху, болю та смутку. Виникає таке відчуття, що ти читаєш екшн, чи переглядаєш американський фільм побудований на вигаданій історії. Але ж ні – розумієш, що це реалії, справжнє життя, яке обірвалося заради інших, бо інакше вчинити він не міг. Це був його усвідомлений вибір.

Важливість такого творчого проєкту для сьогодення виявляється у декількох аспектах. По-перше, матеріали розповідають про те, як українці різного віку, походження та професій згуртувалися та повстали проти



нахабного вторгнення. Інтерв'ю, які залучені до подкастів дають нам можливість почути розповіді про їхні відчуття, емоції та вибори, які доводилося робити в надскладні і відповідальні ситуації. Це дає нам можливість зрозуміти їх вчинки, переживання та вплив цих подій на їхнє життя. Це сприяє збагаченню нашого розуміння, підвищує повагу, гордість, демонструє прояви емпатії до людей, які втратили своїх рідних та близьких в період війни і, звісно, не полишає надію на подальше майбутнє. Інтерв'ю із пані Орисею, мамою Віталія, має велику значимість. Вона ділиться своєю історією: як переживає втрату сина, де шукає підтримки та допомоги та чи зрозуміла вчинок рідної дитини «Я пишаюся тобою, сину. Ти вчинив саме так, як ти розумів. Ти зробив правильно, дитино! Я думаю, що твій подвиг не забудуть!» – звернулася до свого загиблого сина мати.

По-друге, проєкт покликаний через особисті історії героїв показати як пишеться історія України, правдива, без прикрас. Вона має бути озвучена і залишитися наступним поколінням. Нехай світ знає, що кожна історія героя чи героїні нашого часу – це історія сили духу, незламності та нескореності. Вони надихають і дають сили продовжувати боротьбу за свободу та незалежність України. Новий образ України демонструють хоробрі та відважні її діти. Творчий проєкт привертає увагу спільноти та заохочує до роботи для фронту або ж на фронті.

По-третє, проєкт розкриває роль українського духу під час війни. Інтерв'ю з киянкою Оленою ще раз продемонструвало стійкість та непохитність багатьох, хто не дивлячись на атаки та бомби, не полишають своїх рідних домівок: «З Києва нікуди не поїду...Це мій дім, моя земля. Стоятиму, гризтиму, боротися буду, воюватиму. Все, що треба». Цікаво також відзначити, що не дивлячись на те, що йшов місяць війни, а українці все ж не залишали спроб морально підтримувати та допомагати один одному. Створення розважального контенту, стало важливим в цей час, адже люди потребували лайтового контенту, що їх відволікатиме. Тому створені комічні

фотоілюстрації до історії з консервацією, меми, розважальні картки стали інструментом для «розрядки», певного перезавантаження емоційного стану.

Такий проєкт вкрай важливий, оскільки він надає можливість українцям пам'ятати подвиги тих, хто на фронті та поза ним наближає нас до перемоги. Він також стимулює створення спільноти, яка є джерелом підтримки, що особливо важливо у ці часи.

Використані інтерв'ю в проєкті допомагають відтворити різні аспекти життя українських воїнів чи цивільних, а саме способи боротьби і захисту, які використовували вони. Це сприяє підвищенню свідомості про виклики, з якими зіштовхуються українці, а також заохочують пам'ятати героїв, які надихають. Війна залишає глибокі рани у нашій свідомості, тому наш проєкт має можливість показати наскільки ми готові працювати з нашою пам'яттю, обернути наш біль у нашу силу та незламність, що в подальшому допоможе нам визначити наше майбутнє.

## **2.2. Опис цільової аудиторії та особливостей просування продукту**

Подкасти розраховані на слухачів та слухачок віком від 18 років. Матеріали зацікавлять тих, кому цікаві події, які відбуваються під час повномасштабного вторгнення та історії людей в тилу та на фронті, які продемонстрували власними прикладами протистояння російському злу.

Історики та журналісти, які прагнуть бути у вирі подій і фіксувати життєві долі, відстежувати етапи війни, перебіг подій на тій чи іншій території України, також можуть бути нашою цільовою аудиторією. Поширювати ці імена в маси і лишати їх в історії – завдання, які важливо передавати і майбутнім поколінням. Ці долі мають надихати та підтримувати людей у складні часи, а також виховувати патріотизм.

Міжнародна громадськість: історії українців та українок можуть зацікавити широку аудиторію, яка цікавиться темами війни, російської агресії. Ці історії можуть привернути увагу людей, які прагнуть розуміти як тримають оборону не лише військові, але й цивільне населення, з якими викликами вони

зустрілися в період війни. Історії можуть бути корисними для поширення реалій, в яких жили і продовжують жити українці, а також відзначення героїчних вчинків тих, хто бореться за свободу і стійко тримає фронт.

Серед аудиторії також можуть бути й самі військові, які теж знайомляться із історіями своїх побратимів, долями людей, які захищають країну від агресора в тилу. Вважаю, що історії останніх підтримують дух військових, насичуються новими силами, адже розуміють, що вони не самі, разом з ними, нехай і за лаштунками, є ті, хто бореться із країною-агресоркою.

Така аудиторія допоможе надалі обрати теми, які будуть цікаві для наступних подкастів, оцінити рівень задоволеності моєї продукції. Це можливо реалізувати за допомогою проведення різного роду онлайн-опитувань.

### **2.3. Формально-змістові характеристики**

Обидва мої сценарії мають бути представлені до подкасту для студентського радіо «Юніверс». Вони створені у форматі short documentary на тему «Герої війни, які надихають». Short documentary – це коротка розповідь про конкретну людину та історію із її життя, яка стала значимою в історію нашої країни. У такому форматі використані факти, інтерв'ю з очевидцями подій, рідними та близькими, які описують та якнайкраще характеризують цих героїв. Я намагаюсь повернути свою аудиторію в часи перших місяців повномасштабного вторгнення і всі ті свідчення, які знайшов про героїв у відкритому доступі об'єднав в одну розповідь.

Матеріали розкривають суспільно важливі теми через призму індивідуального досвіду і представляють людей як ключових учасників цих подій.

Для підготовки сценарію використовував комбінацію авторської розповіді, інтерв'ю героїв та героїнь, які проводили інші медіа. Метод пошуку, оброблення інформації стає ключовим у цих подкастах. Жанри інтерв'ю, коментарі були використані у сценарію, але сам матеріал відношу до нарису.

Хронометраж першого матеріалу орієнтовно 8 хвилин, що витримає збалансованість структури матеріалу, другого – 10 хвилин.

Підготовка до написання відповідної теми передбачала певну аргументацію нашої вибірки. Тому звернувся на інформаційні канали, які фіксували історії не лише солдатів, а й людей цивільних. Обравши платформу war.ukraine.ua, яка надавала офіційну інформацію про події з початку повномасштабного вторгнення Росії, і його розділ «Defenders of Freedom», вирішив також дотриматися хронології подій в період російсько-української війни. У процесі збору інформації промоніторив понад 10 інформаційних порталів та скільки ж відео з YouTube, в яких згадували героя та героїню моїх подкастів. Це дозволило забезпечити більш повну та об'єктивну подачу інформації.

У матеріалі про киянку, яка ліквідувала ворожий дрон банкою помідорів, героїнею стала пані Олена (прізвище вона попросила не вказувати), яку журналісти розшукали у столиці. Вона детально розповіла про ті події, які з неї відбулися та висловила свою думку щодо важливості підтримки своєї країни.

Під час написання сценарію, я використовувала різноманітні джерела, зокрема соціальні мережі, новини з інформаційних порталів. Це дозволило отримати додаткову інформацію про події того дня та факти спростування того, що банка була з огірками.

З відкритих джерел та соцмереж знайшов серію мемів та розважальні фотоілюстрації з цієї теми, які буквально заповнили медіапростір того часу, що дозволило доповнити свій подкаст не лише звуковими елементами (джингл), але й іншим мультимедійним контентом. Це дасть змогу урізноманітнити формат мого матеріалу, має привернути увагу.

Другий матеріал націлений на зображення життєвої історії воїна через розповідь автора, синхронне включення голосу мами героя із інтерв'ю телеканалу «Суспільне» та згадки товариша загиблого із інтерв'ю

інформаційного порталу «Liga.life». Це дозволило створити можливість висвітлити історію через персоналізацію, надаючи слухачам можливість ближче познайомитися з конкретними особами та їхніми згадками. Також були додані світлини Віталія, які почерпнув з відкритих джерел.

Обидва матеріали мають на меті розкрити особистість героя та героїню у формі короткої розповіді та представленні головних фактів про події воєнного часу, виклики, які долали українці на своєму шляху. Використання основних джерел інформації, таких як соціальні мережі та відкриті джерела, сприяє більш повному та глибшому розумінню тих вчинків, до яких герої вдалися аби уберегти суспільство і всю державу від російських нападників.

#### **2.4. Особливості оформлення проєкту**

У майбутніх подкастах важливу роль буде виконувати голос, звукові ефекти та мультимедіа. Звертатиму увагу аби голос був чіткий, щоб мої слухачі та слухачки змогли зрозуміти кожне слово. Темп оберу не швидкий, а інтонація голосу передаватиме емоції.

Велике значення приділялося етапу підготовки до подкаста. Я склав план роботи до кожної історії. Важливим фактором у проєкті мали відігравати джінгли. Тому я звернувся до цифрового сервісу музики Spotify, прослухав деякі продуки і вже обрав ті, які на мою суб'єктивну думку, якнайкраще лягали до тієї чи іншої історії. Перша історія передавала оптимізм, натхнення, тому після вступу та завершення використав приспів пісні «Ми герої» Юлії Луцинської:

*Люди не втрачайте віри*

*Ми переможці з України*

*Люди не втрачайте віри*

*Ми герої своєї країни.*

Для створення атмосфери смутку та підкреслення емоційної палітри другої історії обрав композицію Juniper Vale «Smoke in the Sky». Вона має повільну структуру та підходила до теми нашої розповіді. Не дивлячись на вчинок, який уособлює повагу, захоплення героєм, все ж життя бійця обірвалося, саме тому обрав ліричний музичний контент.

У подальшій реалізації подкасту, значну увагу приділю монтажу матеріалів: контролюватиму якість звуку, правильність вимови, ритм мовлення, а також відстежуватиму технічні недоліки. Збереження природності під час переходів до музичного супроводу, фрагментів інтерв'ю мами загиблого Віталія з каналу «Суспільного» сприятиме якості подкастів.

До кожного матеріалу прописував сценарій, в якому є привітання, вступ до теми, розповіді про героя та героїню, заклик до активності та завершення. Це структурує матеріал та допоможе утримувати увагу слухачів та слухачок.

## **2.5. Технічні і програмні засоби**

Для реалізації мого проєкту я майже не використовував технічні чи програмні засоби, оскільки моїм журналістським продуктом є поки що самі сценарії, які я в подальшому планую записати та опублікувати.

## **2.6. Зв'язок із творчим дорожком**

Протягом мого навчання на факультеті журналістики, я не зумів створити власні інформаційні продукти. Я проходив практику на молодіжному інтернет-радіо «Юніверс» дистанційно. Я створював сценарії до програм, але вони ніде не були опубліковані. Практика в пресслужбі на останньому курсі також не була результативною, жоден із моїх матеріалів не були опубліковані, тому портфоліо власного, на жаль, не маю.

## ВИСНОВКИ

У сучасному цифровому медіапросторі інформація переплітається із розвагами, а комунікація стає все більш мультимедійною. Одним із популярних форматів висловлення різних думок та точок зору стали подкасти, які на сьогодні набирають популярності серед української аудиторії.

Аудіоподкасти – це зручний формат аудіоматеріалів для отримання актуальної та цікавої інформації під час прогулянки, виконання домашніх справ, перебуваючи в транспорті, в спортзалі тощо. Вони є різних видів та жанрів, на різноманітні теми та безкоштовні для аудиторії. Аудіоподкасти записують не лише журналісти, а й блогери та інші учасники мережі Інтернет.

Однією із головних ознак подкасту є його можливість передавати інформацію в будь-який зручний для слухача час.

Подкасти поділяють на різні види та типи: подкаст-інтерв'ю, подкаст-монолог, подкаст-бесіда, подкаст-випуск радіопередачі, подкаст-круглий стіл, подкаст-огляд. Деякі виокремлюють аудіоподкаст, відеоподкаст, скрінкаст, скайпкаст.

Подкастинг є зручним каналом у користуванні, адже надає більше свободи та можливостей для творчості. Зростання інтересу до нього поступово простежується. Автор подкасту одночасно стає засновником, режисером та редактором того контенту, тієї теми, що імponує йому самому та його слухачам та слухачкам.

Український слухач цікавиться пізнавальним контентом. Відповідно рейтингу аналітичної компанії Chartable, до першої десятки Apple Podcasts входять подкасти про психологію та психотерапію, літературу, події з минулого, подкаст Сергія Притули та Антона Тимошенка, в якому вони обговорюють цікаві та важливі теми сьогодення, радіо NV.

Харківська радіомережа «Накипіло» пропонують свої проєкти подкастів із наступними темами: подкасти українською про Харків, подкасти про війну проти України, подкасти українською мовою про психологію, подкасти

українською про культуру та креатив, подкасти українською мовою про кіно, літературні подкасти українською, подкасти про гумор, подкасти про музику, подкасти про історію, подкасти про технології, наукові подкасти, юридичні подкасти, подкаст-розмови.

Сьогодні медіа часто використовують мультимедійні матеріали, намагаються розширювати формати подачі контенту. Найперше, що зацікавлює та приваблює читацьку увагу, це різноманітні форми представлення інформації. Різноманітний формат інтригує, зацікавлює, повертає увагу, провокує читача заглибитися в матеріал. Мультимедійна база даних репрезентує тектову та образну інформацію: відео, інфорграфіку, і звичайно звукові елементи чи подкасти.

Враховуючи, що зараз знаходжусь в лавах ЗСУ, підготовлений на захист кваліфікаційної роботи бакалавра творчий проєкт становить самостійно створені 2 сценарії до подкастів у форматі short documentary на тему «Герої війни, які надихають». Звичайно, це лише проєкт, але по завершенню служби сподіваюсь на його реалізацію.

Герої – це звичайні люди в надзвичайно непрості часи. Це ті, які займають передові позиції та які знаходяться за лаштунками, ті, хто боронить Україну, поповнює лави добровольців. Кожен, хто робить свій внесок у перемогу нашої країни, хто допомагає захищати людей, хто віддає душу, час, кошти, щоб Україні й українцям вдалося перемогти – герої. Їх багато, і про них варто говорити, розповідати про вчинки та діяльність аби в історії цієї страшної війни їх імена лишилися в пам'яті. І саме таким героям ми присвячуємо нашу серію подкастів. Створити подкасти про героїв – це не лише нагадати про них, але й продемонструвати їхню силу, міць, стійкість. Українці, на жаль, на практиці отримали доказ того, що наша армія героїв – сильні духом, хоробрі, відважні і непохитні у справі відстоювати, допомагати, захищати та протистояти ворогу.

У першому сценарії я розповів про пані Олену, яка збила дрон банкою консервації. У цьому подкасті додав інтерв'ю із жінкою, яке опублікувало



видання «Liga.life», подав першоджерело, а саме повідомлення на сторінці Х Любові Цибульської, колишньої керівниці Центру стратегічної комунікації та інформаційної безпеки, яке вона опублікувала на початку березня 2022 року. Подія швидко облетіла інформаційний простір. Тільки зі сторінки Цибульської повідомлення репостнули майже 50000 читачів та читачок.

У другому матеріалі торкнувся теми військових, їхньої хоробрості та стійкості, а саме сапера Віталія Скакуна. Воїн, який вже в перші дні довів, що стоятиме за свободу, Батьківщину до останнього свого подиху – загинув, щоб зупинити колону російських військ. У подкасті за основу взяв інтерв'ю з мамою Віталія, яка ділилася із журналістами «Суспільного» та з побратимом Віталія Олександром Ткачем, який зустрівся і з кореспондентом «АрміяInform».

Обидва матеріали мають на меті розкрити особистість героя та героїню у формі короткої розповіді та представленні головних фактів про події воєнного часу, виклики, які долали українці на своєму шляху. Використання основних джерел інформації, таких як соціальні мережі та відкриті джерела, сприяє більш повному та глибшому розумінню тих вчинків, до яких герої вдалися аби уберегти суспільство і всю державу від російських нападників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Афанасьєв Д. Хто і навіщо створює подкасти: розповідають автори популярних українських аудіопроєктів. URL: <http://surl.li/sanyb> (дата звернення: 15.02.2024).
2. Гаврилук І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ.* 2022. № 1. С. 72–79.
3. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Теле-та радіожурналістика.* 2015. № 14. С. 149–154.
4. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо. *Теле-та радіожурналістика.* 2017. № 16. С. 97–101.
5. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. Adsider. URL: <http://surl.li/nrvtf> (дата звернення: 10.01.2024).
6. Любченко Ю. В. Ринок подкастів в Україні: основні тенденції. *Соціальні комунікації: стратегічні взаємодія та взаємовплив : Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції* [відповідальний редактор В. В. Костюк, відповідальні секретарі В. А. Ковпак, А. О. Шевченко]. Запоріжжя : ЗНУ, факультет журналістики, 2021. С. 46–50.
7. Махновська Ю., Мудра І. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* Серія: Журналістика. 2023. № 5. С.40–49.
8. 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.
9. Нановська В. 6 тенденцій розвитку подкастингу за 2022 рік. *Медіамейкер.* URL: <http://surl.li/nxhom> (дата звернення: 01.02.2024).

10. Нестелеєв М. Подкасти в Україні: люди, цифри та проблеми. URL: <https://tyzhden.ua/podkasty-v-ukraini-liudy-tsyfry-ta-problemy/> (дата звернення: 01.12.2023).
11. Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених. URL: <http://surl.li/sanyj> (дата звернення: 11.02.2024).
12. Подкаст – що це таке, види та формати подкастів. Хто такий Подкастер. URL: <http://surl.li/sanym> (дата звернення: 17.02.2024).
13. Рейтинг українських подкастів. URL: <https://chartable.com/charts/itunes/ua-all-podcasts-podcasts> (дата звернення: 11.03.2024).
14. Сибірцева М. У чому секрет популярності подкастингу. Блог Depositphotos. URL: <http://surl.li/nxhsp> (дата звернення: 16.02.2024).
15. Сікора М. Як за 2022 рік змінився ринок подкастів: що у тренді. Медіакритика. URL: <http://surl.li/nxhsv> (дата звернення: 09.03.2024).
16. Скляревська Г. Добро, зло і професійні стандарти. 15 історій українських журналістів у подкасті «Тут-і-тепер». URL: <http://surl.li/sptcr> (дата звернення: 15.04.2024).
17. Страшко І. Подкаст: погляд крізь призму соціальної філософії. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2017. № 71. С. 83–89.
18. Федорова Х. Безглузді запитання і вміння вчасно замовкнути: 7 порад для створення подкастів, які чіпляють. URL: <http://surl.li/sanzq> (дата звернення: 13.02.2024).
19. Хівренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/index.amp> (дата звернення: 11.03.2024).
20. «Хочемо, щоб наші подкасти допомагали людям: відволікали чи давали поради», – Дмитро Афанасьєв про подкасти Суспільного. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/5533> (дата звернення: 12.02.2024).

21. Шиманська В. Подкасти та їхня актуальність у 2024. URL: <https://www.theantmedia.com/post/podkasti-ta-yihnya-aktualnist-u-2024> (дата звернення: 27.02.2024).
22. 103 подкасти українською про все на світі. URL: <http://surl.li/sanzo> (дата звернення: 14.01.2024).
23. MEGOGO. Про премію Слушно. URL: [https://megogo.net/ru/megogo\\_audio\\_awards](https://megogo.net/ru/megogo_audio_awards) (дата звернення: 15.04.2024).
24. Newman N. *The future of voice and the implications for news*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <http://surl.li/sanzi> (дата звернення: 03.02.2024).
25. Spinelli M., Dann L. *Podcasting: The Audio Media Revolution*. New York : Bloomsbury Publishing, 2019. 280 p.
26. Jannik Lindner Must-Know Spotify Podcast Statistics [Latest Report]. URL: <https://gitnux.org/spotify-podcast-statistics/> (дата звернення: 13.03.2024).

## ДОДАТОК А

### Сценарії подкасту «Герої війни, які надихають»

#### Випуск 1

Всім привіт, з вами я, Антон Байдаков, і моя рубрика «Герої війни, які надихають». Тут, на молодіжному інтернет радіо «Юніверс» я розповідаю про історії: зазвичай про людей, чиї подвиги під час повномасштабного російського вторгнення на територію України стали відомими та знаковими. Вони залишають помітний слід в історії нашої держави. Про одну з таких героїнь піде мова саме зараз.

В той період, коли Збройні Сили України міцно тримають фронт й відтісняють ворога, цивільні жителі ведуть свою партизанську війну. Таких небагато, але про їхні справи швидко стає відомо із інфопростору, їхні дії стають натхненням для художників і навіть, інколи, наповнюються легендами. Сьогодні хочу нагадати історію про те, як українці знешкоджували противника без зброї в руках.

Все почалося з повідомлення керівниці Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки Любові Цибульської в соцмережі Twitter, яке з'явилося 5 березня 2022 року, про те, що невідома жінка в Києві в незвичайний спосіб ліквідувала ворожий дрон за допомогою банки з солоними огірками». Пост репостнули понад двадцять тисяч читачів та читачок Х. Останнє речення посту керівниці звучало у якості риторичного запитання: Як вони розраховують окупувати цю країну? Звісно, що не зможуть, адже на її сторожі і на захисті стоїть кожен і кожна, які не дадуть ворогам жодної можливості царювати на нашій українській землі.

Декому ця історія здалася жартом чи міфом і лише згодом журналісти LIGA.Life з'ясували, що ця історія справді реальна, нереальні в ній виявилися хіба що огірки, адже після спілкування журналістів із головною героїнею, вони дізналися, що це була літрова банка помідор зі сливою.

Олена, головна героїня цієї воєнної сторіз, під час інтерв'ю згадала як то все відбувалося: «Були сутінки, сонце ще не зійшло. Я сиділа на балконі й курила. Дивлюсь, щось повільне пливе. Спочатку подумала, ворону підбили. А потім почула дзижчання. До цього я жодного разу не бачила дрони зблизька. Втім, почувши звук, зрозуміла: переді мною точно не птах.

У квартирі знайшлося б щось більш відповідне, щоб запустити у ворожий пристрій. Але в той момент подумала, що поки забіжу в кімнату та повернуся, втрачу дорогоцінний час – дрон може зникнути. Натомість банки з консервацією стояли під стільцем».

Тому жінка схопила одну банку та щосили запустила: «Мабуть, від страху. Бо я злякалася. А що як звідти почнуть обстрілювати мене! Як же шкода тих помідорів...».

Потім разом із чоловіком оббігли будинок, розтоптали залишки дрона і розкидали уламки по різних баках зі сміттям: «Бо я не розбираюсь в цій електроніці. Може, воно пише, відстежує».

Мережею також, наче на підтвердження легенди, почали ширитися фото розбитої тари із солоними огірками. Олена називає знімки фейком. А свою розбиту банку з помідорами не фотографувала: «Час не той, щоб фото робити. Не знаю, звідки взялися байки про огірки» – відзначила жінка.

На її думку, дрон запустили мародери, які в такий спосіб шукали квартири без господарів.

Як повідомило видання, родина Олени живе в Дніпровському районі м. Києва. За освітою вона журналістка, але зараз працює в маленькому магазинчику побутової хімії у своєму районі. Олена народилася у Львові, проте рідним містом вважає Київ.

«З Києва нікуди не поїду. Так вирішила миттєво. Це мій дім, моя земля. Стоятиму, гризтиму, боротися буду, воюватиму. Все, що треба», – заявляє жінка.

Ця історія своєю простотою створила резонанс серед користувачів інтернету, а також надихнула на створення нових інтернет-жартів, мемів, фото:

«Доброго вечора, ми з України». Автор: Альона Жук, «Україна маринований дрон батальянин», Абетка війни, в якій під літерою «Ж» – «жінка з банкою помідорів. Альтернативне ПВО на озброєнні України», серію патріотичних ілюстрацій презентували на офіційному телеграм-каналі Верховної Ради, одним із яких був напис «Бути жінкою в Україні – це збити дрон банкою помідорів».

До речі, всі фоточки та мему, які я почерпнув із відкритих джерел ви знайдете під цим подкастом.

Сподіваюсь вам було цікаво згадати цю історію. Поставте нам вподобайку, пошерте це відео серед друзів, напишіть коментар, ну і, звісно, напишіть які би ще історії хотіли почути в наших наступних епізодах. Нагадую, з вами був Антон Байдаков і рубрика «Герої війни, які надихають». Дякую і згодом почуємося!

## Випуск 2

Всім привіт, з вами я, Антон Байдаков, і тут, на молодіжному інтернет радіо «Юніверс» я розповідаю про історії: зазвичай про людей, чиї подвиги під час повномасштабного російського вторгнення на територію України стали відомими та знаковими. Вони залишають помітний слід в історії нашої держави. Сьогодні хочу згадати сапера 35-ї окремої бригади морської піхоти імені контр-адмірала Михайла Остроградського. **Віталія Скакуна**, 25-річного воїна, який загинув у перший день відкритої агресії Росії та перший боєць, який отримав звання Героя України після 24 лютого 2022 року.

За даними Генштабу Збройних Сил України у перший день повномасштабної війни аби уповільнити просування російських військ із тимчасово окупованого Криму морпіх Віталій Скакун підірвав Генічеський міст ціною власного життя.

Віталій родом з містечка Бережани на Тернопільщині. У 2017 році закінчив вище професійне училище №20 у Львові за професією зварювальне виробництво, за прикладом свого друга вирішив пов'язати долю із військом і 29 листопада 2019 року був призваний до лав Збройних Сил України. У бригаді його розподілили до інженерно-саперного підрозділу й відправили на навчання до Кам'янця-Подільського. На початку весни 2020 року завершив навчання й повернувся до свого батальйону. Там він був зарахований до складу інженерно-саперного відділення й уже невдовзі прийняв бойове хрещення під час своєї першої ротації на Схід України. Саперну справу він дуже любив.

Мама Віталія Орися Качмарик в інтерв'ю «Суспільному» згадувала, що син намагався не говорити їй де служить і які завдання виконує: «Він ніколи не казав мені зайвого, і тим більше – не розповідав про те, що перебуває в районі ООС. Лише під час відпустки після ротації показав медаль – відзнаку учасника бойових дій, і вже тоді я дізналася, що він 8 місяців служив на Сході».

Про останню розмову з сином пані Орися поділилася з Олексієм Тригубою, кореспондентом АрміяInform:



Розмовляли ми із сином востаннє увечері 23 лютого. Я зателефонувала йому з Італії десь о дев'ятій вечора, виявилось – розбудила, адже Віталій якраз змінився з наряду. Сумний був. Сказав: «скоро почнеться». На мою спробу заспокоїти його та слова, що, мовляв, Захід не залишить Україну, він відповів так: «Мамо, зараз нам ніхто не допоможе, маємо відбиватися самі».

Саме так і робив воїн, відбивався до останнього, я би навіть сказав до останньої хвилини власного життя.

Про перебіг подій 24 лютого 2022 року розповів друг Віталія Олександр Ткач: «Ми тоді вже чекали, що щось має бути, і сиділи, як то кажуть, на речах — спали на баулах. Двадцять четвертого нас підняли о четвертій годині ночі, сказали, що почалося, і ми з «Батончиком» («Батон» – таким був позивний Віталія. – *Авт.*) поїхали на позицію, мінувати Генічеський автомобільний міст.

В Генічеськ їхній підрозділ перекинули на початку січня. Тоді командування вже знало про можливий наступ ворога, і між саперами були заздалегідь розподілені позиції – хто й що має підірвати у разі наступу.

Вибухівки було багато... КразАМи привезли. Ми її заклали, розтягнули котушки «полівки», підготували до підриву. То був світанок – година шоста чи сьома...

На мосту друзі були удвох. Підготувавши все, вони відійшли на безпечну відстань, 500 метрів, та чекали наказу. Невдовзі радіостанція озвалася голосом командира: «Міст підірвати!».

Натиснули – і нічого не вийшло... Я потім довго думав, як так могло статися... Напевно, машини, які на той час ще їхали мостом, зачепили «полівку»...

Часу на роздуми не було – танкова колона ворога стрімко просувалася Херсонщиною з Криму. Й до мосту, який з'єднує Арабатську стрілку з Генічеськом, залишалось зовсім нічого – не більше ніж п'ять кілометрів. І тоді матрос Віталій Скакун прийняв рішення: повертатися на міст і підірвати його на місці. Він знав, що йде туди, звідки не повернеться...

«Батон» мені ще перед цим сказав, що, якщо щось піде не так, мовляв, ти іди, а я повернусь, і підірву міст і себе. Та тоді я розцінив це як жарт, не більше...

На той час ми підійшли вже майже під самий міст – були метрів за 30 від нього. Доповіли командирові, що не виходить, і отримали наказ відходити. Та Віталік кинув мені: «Саня, відходь, я все зроблю!», взяв капеємку (КПМ – конденсаторна підризна машинка. – *Авт.*) і побіг до мосту. Ще розвернувся до мене, посміхнувся й побіг далі. А секунд за п'ять пролунав вибух... Вибух був надзвичайної сили.

Орися Олексіївна каже, хлопці під час поховання Віталія 2 березня розповідали їй, що вибухівки було стільки, що цілком вистачило би, аби підірвати три дев'ятиповерхівки... Олександр же, розповідаючи про ступінь руйнації, говорить, що цікавився, шукав у відкритих джерелах, і дійшов висновку, що й досі, десять місяців по тому, важка техніка пересуватися Генічеським мостом не може. А тоді у танкової колони шансів не було жодного. Стрімкий бліцкриг орди на півдні України було уповільнено, а українське командування завдяки подвигу сапера матроса Віталія Скакуна виграло дорогоцінний час для передислокування підрозділів та організації оборони. Так жертвність Віталія зберегла життя сотень і сотень українських захисників».

Віталій жив своєю справою, навіть на запитання мами про його майбутнє одруження та жарти, що, мовляв, вона з нетерпінням чекає на онуків, син однозначно відповідав: «Мамо, зрозумійте: дружина – то найближча людина, яку не можна обманювати, а розповідати їй про війну я не зможу й не схочу, тож, поки я служу, поки триває війна, одружуватися я не збираюся!..».

Знаю як важко втрачати близьких, рідних, побратимів. Надихають мене особисто слова його мами: «Я пишаюся тобою, сину. Ти вчинив саме так, як ти розумів. Ти зробив правильно, дитино! Я думаю, що твій подвиг не забудуть! (Суспільне. Тернопіль).

Такі герої не вмирають, не можуть бути забутими та викресленими із людської пам'яті. Адже розуміючи, наскільки важливе стратегічне значення має Генічеський автомобільний міст і чим загрожує величезна колона техніки ворога, якщо його не знищити, він прийняв те єдине, на його переконання, можливе у тій ситуації рішення – загинути, та не пропустити окупантів.

Покликання на відео та інформаційний матеріал, який я використав у подкасті ви знайдете під цим відео. Також додаю фото Віталія з відкритих джерел, який випромінює надію та життєствердність. Пам'ятаймо його таким!

Поставте нам вподобайку, пошерте це відео серед друзів, напишіть коментар, ну і, звісно, напишіть які би ще історії хотіли почути в наших наступних епізодах. Нагадую, з вами був Антон Байдаков і рубрика «Герої війни, які надихають». Дякую і згодом почувемося!

## ABSTRACT

The bachelor's paper is dedicated the topic of peculiarities of Ukrainian audio podcasts in the context of multimedia. Podcasts are one of the most popular content formats in 2024 today. This is audio and video content that helps listeners not only to be at the center of a discussion on a particular topic, but also to consume content at any time and in any part of the world. Podcasting provides an opportunity for various specialists, organizations, and brands to reveal another side to their audience and attract new consumers.

The goal of the work is to create a series of podcasts on the topic of war in the context of multimedia.

To achieve the goal of the research, we performed the following tasks:

- 1) consider the theoretical foundations of the concept of "podcast";
- 2) analyze the typological and functional characteristics of the podcast;
- 3) identify multimedia features in podcasts;
- 4) to create podcasts as multimedia projects in the format of a short documentary on the topic of war in compliance with all journalistic standards.

Our creative project consists of 2 self-created scenarios for podcasts in the format of a short documentary on the topic "Inspiring War Heroes".

All over the world, people are helping us Ukrainians in the fight against the agro-sorka country. Heroes are ordinary people in extremely difficult times. These are those who occupy advanced positions and those who are behind the scenes, those who defend Ukraine, replenish the ranks of volunteers. Everyone who contributes to the victory of our country, who helps to protect people, who gives his soul, time, and money so that Ukraine and Ukrainians can win - heroes. There are many of them, and it is worth talking about them, telling about their deeds and activities so that their names remain in memory in the history of this terrible war. And it is to such heroes that we dedicated our podcast series.

**Декларація**  
**академічної доброчесності**  
**здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ**

Я, Байдаков Антон, Володимирович, студент IV курсу, форми навчання заочна, факультету журналістики, спеціальність «Журналістика», адреса електронної пошти anton.boroda31@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Українські аудіоподкасти в контексті мультимедійності» 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.

20.05.2024 р.

Підпис \_\_\_\_\_

Байдаков А. В.

20.05.2024 р.

Підпис \_\_\_\_\_

Любченко Ю. В.