

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ  
Кафедра культурології та медіакомунікацій**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття ступеня магістра

Тема: Подкастинг як соціокультурний інструмент інтернет-журналістики в  
умовах війни

Освітньо-професійна програма

**Журналістика**

галузь знань **06 Журналістика**

спеціальність **061 Журналістика**

Здобувач: Безкровний Ростислав

Сергійович

Керівник: Булах Тетяна Дмитрівна

доктор наук із соціальних комунікацій,

доцент

Рецензент: Танчук Тетяна Василівна

головна редакторка мережі місцевих

медіа "Громада. Груп"

Допущена до захисту на засіданні

кафедри культурології та

медіакомунікацій «\_\_\_»\_\_\_2024 р.,

Протокол №

Харків 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	2
<b>РОЗДІЛ 1. ПОДКАСТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ</b> .....	6
1.1. Подкастинг: визначення, еволюція та технології.....	6
1.2. Зміни у вітчизняному подкастингу після повномасштабного вторгнення.....	10
<b>Висновки до Розділу 1</b> .....	16
<b>РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПОДКАСТИНГУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ</b> .....	19
2.1. Стан регіонального подкастингу в Україні.....	19
2.2. Динаміка та трансформації українського подкастингу в медіа-полі Харківщини.....	21
<b>Висновки до Розділу 2</b> .....	28
<b>РОЗДІЛ 3. ПОДКАСТ «ВИТВІР»: КУЛЬТУРА ТА ВІЙНА</b> .....	30
3.1. Загальна характеристика реалізованого проекту «ВиТвір».....	30
3.2 Дослідження цільової аудиторії подкаст «ВиТвір»: .....	35
<b>Висновки до Розділу 3</b> .....	42
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	44
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	47
<b>ДОДАТОК</b>	
<b>А</b> .....	54

## ВСТУП

**Актуальність:** В умовах війни комунікація та доступ до інформації відіграють ключову роль у всіх сферах людського життя. Медіа та журналістика стають стратегічно важливими інструментами у боротьбі за правду, формуванні громадської думки та збереженні національної ідентичності. Об'єктивна, достовірна та актуальна інформація є критично важливою для протидії пропаганді та дезінформації, які можуть мати руйнівні наслідки для суспільства. ЗМІ також відіграють важливу роль у збереженні культурної ідентичності та підтримці національної єдності, допомагаючи зберегти та передати наступним поколінням культурні цінності, традиції та історичну пам'ять.

У цьому динамічному інформаційному середовищі подкастинг, як порівняно новий медіаформат, пропонує унікальні можливості для досягнення важливих соціальних та культурних цілей. Подкасти як окремий інформаційний продукт інтегруються в такі сфери як радіо, телебачення, соціальні мережі та бібліотеки. На цьому зокрема наголошує завідувачка краєзнавчого відділу Дніпропетровської обласної універсальної наукової бібліотеки Світлана Жилінська: «У зв'язку з подіями останніх років спостерігається підвищений попит на різноманітні види подкастів краєзнавчої тематики, історії України, культури» [18]. Подкастинг надає можливості висвітлити різні точки зору, додати діалогічність та обговорення складних питань, пов'язаних з війною та культурою, сприяючи формуванню критичного мислення. Крім того, подкастинг здатний створити емоційний зв'язок з аудиторією, дозволяє ділитися унікальними історіями та досвідом людей.

Незважаючи на популярність та важливість сучасного подкастингу, тема культури через призму війни ще недостатньо досліджена, особливо в контексті медіа-середовища сучасної України, що підтверджує актуальність пропонованого дослідження.

**Ступінь наукового осмислення проблеми.** Аналіз наукової літератури доводить, що сучасних дослідників цікавить розвиток цифрового контенту у форматі подкастингу, його функціональності та перспективності в сучасних

умовах. Так, еволюцію подкасту як нового виду спілкування в системі соціальних комунікацій вивчає Дмитровський О. [15], а Грицик Н. [10] сформулював повноцінне визначення подкастингу. Булах Т. Д. [4] у своєму дослідженні цікавиться класифікацією подкастів, Фролов П. [50] описував формально-змістові характеристики подкастів про кіно, а Горобець В. В. [9] вивчає технологію персоналізації подкастів для покращення регіональних та всеукраїнських медіа. Тобто дослідники вивчають структурні та класифікаційні зміни в полі подкастингу, способи його удосконалення та індивідуалізації. Війна неабияк вплинула на зміст витворів сучасної культури, висвітлення інформації в ЗМІ та подкастах зокрема. Воєнний контекст став чинником виникнення і основною їх темою, що ґрунтовно дослідив Шишков Д. Ф. [55]. Бабич Є. В. [1] проаналізував культурно-історичну проблематику у сучасному українському подкастингу. Але поза увагою залишається тематична спрямованість подкастів у прифронтових містах. Це зумовлює необхідність вивчення подкастів Харківщини, що є функціонують від початку повномасштабного вторгнення.

**Мета дослідження** — виявити трансформаційні зміни в подкастингу від початку повномасштабного вторгнення та його вплив на висвітлення інформації про війну.

**Завдання:**

- з'ясувати сутнісні ознаки подкастингу та специфіку його розвитку;
- визначити динаміку трансформації подкастингу під впливом війни;
- оцінити стан регіонального подкастингу в Україні та Харківщині зокрема проаналізувати наявні епізоди подкасту “ВиТвір” й опитати його аудиторію для формування уявлення їх кола інтересів;
- сформулювати пропозиції по створенню подкастів.

**Об'єкт** — подкастинг як інструмент інтернет-журналістики.

**Предмет** — соціокультурний вплив подкастингу в період війни.

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань дослідження буде застосовано комплексний підхід, що передбачає залучення загальнонаукових методів аналізу, синтезу, узагальнення, контент-аналізу,

опитування. Контент-аналіз подкастів дозволить проаналізувати ключові теми, наративи, формати та стилістичні особливості подкастів, які висвітлюють війну в Україні; сприятиме розумінню того, як подкастери формують власне повідомлення, які цінності та ідеї вони транслюють, та як впливають на сприйняття війни аудиторією.

Опитування слухачів подкастів надасть можливість отримати інформацію про їх мотивацію поведінки, сприйняття подкастів, а також про вплив подкастів на їхні погляди, емоції і так далі. Це допоможе оцінити ефективність подкастингу як інструменту комунікації та його соціокультурний вплив на аудиторію.

Застосування цих методів сприятиме всебічному вивченню подкастингу як соціокультурного інструменту інтернет-журналістики в умовах війни, його особливостей, можливостей та впливу на українське суспільство.

#### **Наукова новизна полягає в тому, що:**

- систематизовано та поглиблено знання про соціокультурну складову подкастингу в умовах війни, зокрема його роль у формуванні громадської думки, підтримці морального духу, збереженні культурної ідентичності та консолідації суспільства.
- визначено ефективність подкастингу як інструменту комунікації в умовах війни та запропоновано шляхи його оптимізації для досягнення конкретних комунікаційних цілей.
- розроблено практичні рекомендації щодо використання подкастингу як інструменту інтернет-журналістики в цілях культурного розвитку в умовах війни, враховуючи специфіку контексту війни.

Таким чином, результати дослідження дозволяють не тільки розширити наукові знання про подкастинг, а й запропонувати практичні поради для його ефективного використання в умовах війни, що сприятиме зміцненню українського суспільства та його культурної ідентичності.

**Практична значущість.** Результати дослідження можуть бути використані громадськими організаціями та активістами для розробки ефективних

комунікаційних стратегій, спрямованих на підтримку військових, волонтерів та постраждалих від війни; для розробки та реалізації культурної політики в умовах війни, орієнтованої на збереження та розвиток української культури, підтримку збереження митців та культурних інституцій. Таким чином, практична значущість даного дослідження полягає в його потенціалі сприяти розвитку української культурної журналістики, зміцненню громадянського суспільства та збереженню культурної ідентичності в умовах війни.

**Структура роботи.** Структурно робота складається зі вступу, 3 розділів, 6 параграфів, висновків, списку використаних джерел, що містить 60 найменувань, 13 додатків.

## РОЗДІЛ 1. ПОДКАСТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТУ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 1.1. Подкастинг: визначення, еволюція та технології

У сучасному світі люди постійно шукають способи підвищити свою продуктивність, організувати щоденні завдання та поєднувати різні види діяльності. Особливо актуальним є питання саморозвитку та самоосвіти, отримання інформації без втрати вільного часу. Люди прагнуть не тільки споживати інформацію, а й ділитися нею, а бренди шукають нові канали комунікації зі споживачами. На щастя, з появою та розвитком Інтернету виник новий інструмент для поширення контенту - подкастинг -, який істотно відрізняється від традиційних [27]. А завдяки неймовірній швидкості Інтернету, кожен користувач може отримувати та поширювати інформацію миттєво.

Більшість українців сьогодні вважають основними джерелами інформації Telegram-канали, відеосюжети на YouTube, телемарафон, свідчення очевидців, а також офіційні сторінки та соціальні мережі державних органів. Про це повідомив директор Соціологічної групи «Рейтинг» Олексій Антипович під час презентації результатів соціологічного дослідження в Укрінформі на тему «Успіх чи ні? Як українці оцінюють реформу сектору правопорядку та підтримку з боку ЄС» [46]. Ця тенденція спонукала медійників не просто переходити в онлайн, а й створювати новий контент, який би доносив інформацію у зручній спосіб та у зручний час. Саме тому подкасти стали оптимальним форматом для багатьох користувачів. Вони не потребують повної зосередженості, як відео, не обмежують у часі та пропонують широкий вибір тем, з яких легко сформувати власний плейлист. Це нове та популярне явище, вплив на котре варто дослідити через призму війни. Але, перш за все, доцільно буде окреслити його сутність.

За визначенням Грицика Н. В. [10] подкаст – це цифровий медіафайл, розміщений у мережі Інтернет і вільний для користувачів, які мають можливість прослуховувати його за допомогою портативного програвача MP3, персонального комп'ютера, мобільного телефону тощо. Вони можуть бути

представлені у вигляді інтерв'ю, бесід, ток-шоу, монологів або наративних історій. Формат аудіо забезпечує зручність споживання контенту в будь-якому місці та під час виконання інших завдань, що сприяло його популярності [32].

Термін "подкаст" походить від поєднання слів "iPod" та "broadcast", підкреслюючи зв'язок з портативними пристроями та традиційним радіомовленням. Історично подкастинг виник на перетині кількох технологічних та культурних тенденцій. Його попередниками можна вважати радіомовлення та аудіоблогінг. У 2000 році компанія i2Go запустила першу систему для завантаження та зберігання епізодичного контенту [50]. Як явище подкастинг зародився у 2004 році, але стрімкий розвиток отримав завдяки поширенню смартфонів та зручності прослуховування на різних платформах [17]. Зростання популярності інструменту зумовлене наступними факторами: подкасти можна слухати безкоштовно в будь-який час та будь-де; вони охоплюють широкий спектр тем та інтересів; прослуховування створює відчуття інтимності та безпосереднього спілкування з автором, що сприяє залученню та утриманню аудиторії. У 2006 році відбулася демонстрація ініційована Стівом Джобсом, котрий роз'яснив як записував подкаст за допомогою GarageBand, що сприяло подальшій популяризації формату [39]. Для створення подкасту не потрібні значні фінансові вкладення чи спеціальні технічні знання. Основними вимогами є наявність ідеї, мікрофона та бажання поділитися своїми думками та досвідом зі світом.

У світі подкастинг розвивається більше 10 років. Так, у 2017 році понад 42 мільйони американців слухали подкасти щонайменше щотижня. Станом на січень 2020 року були у відкритому доступі близько 900 000 подкастів, а понад 104 мільйони людей слухали їх принаймні один раз на місяць [51]. Пандемія та війна спричинили ще більший ріст його популярності і станом на 27 травня 2024 року у світі налічувалося майже 4,2 млн подкастів. Цей показник зростає щодня. Водночас варто враховувати, що серед них є уже неактивні. Згідно з останніми статистичними даними, двома найпопулярнішими платформами для прослуховування подкастів у світі є Apple Podcasts (37%) та Spotify (34%) [42].



На них двох припадає 70,2% від загальної кількості слухачів подкастів. Ці платформи надають доступ до мільйонів одиниць контенту з усього світу, зокрема дозволяючи українським авторам поширювати його.

Статистика [56] свідчить, що 70% слухачів використовують для прослуховування подкасту смартфони, а решта 30% — планшети та комп'ютери. Хоча подкасти можуть включати відео компонент, більшість з них представлені виключно в аудіоформаті. Цей вибір зумовлений історичним розвитком подкастингу, який виник як медіа для фонового споживання, і саме тому не має жорстких обмежень щодо формату чи тривалості. Різноманітність форматів подкастів свідчить про гнучкість та адаптивність цього медіаформату. Автори можуть вибирати та комбінувати різні підходи, щоб найкраще донести свої ідеї та зацікавити аудиторію.

Подкастинг в Україні почав активно розвиватися лише кілька років тому, але отримав значний поштовх розвитку під час пандемії та, особливо, у 2022 році в умовах війни завдяки потребі у нових каналах комунікації та поширенню інформації [40]. Сьогодні подкасти створюються як приватними особами, так і медіакомпаніями, як традиційними медіа, так і представниками різних професій та сфер діяльності, охоплюючи широкий спектр тем, від культури та історії до політики та соціальних питань. Нині, за інформацією Pew Research Center, подкасти випускають 73% великих новинних агенцій світу. Формат тестують і українські видання, які раніше публікували лише текстовий контент. Так з'явилися подкасти про психологію у The Village Україна, про медіа у проєкті The Ukrainians та про кіно у виданні Vertigo, про науку в онлайн-журналі «Куншт». [35] Інколи на ринку з'являються і стають досить популярними подкасти, сформовані навколо ентузіазму та харизми автора. Чудовий приклад — подкаст про світову літературу «Акустика тіней», реалізований журналісткою Іванною Шкромидою [52].

Усе більше онлайн-медіа звертають увагу на подкасти як той продукт, що дозволяє залучити аудиторію, бути креативнішими, ближчими, відкритішими до споживачів інформації. Список інтернет-ЗМІ, що продукують подкасти, як і

самих подкастів, доволі широкий. Подкасти представлені як у традиційних інтернет-ЗМІ, так і тих, що є їхніми антиподами — це медіа, що сповідують цінності так званої «повільної журналістики», де акцент зроблений на якісних матеріалах [7]. Потенціал жанрів та форматів подкастів в інтернет-медіа вузький. Переважають бесіди-монологи, бесіди-діалоги та інтерв'ю. Окрім того, активно подкастери використовують для створення своїх програм такі жанри, як репортаж, документальний серіал, нарис. Саме вони свідчать про авангардність цих ЗМІ. Однак повноцінний ринок подкастингу в Україні відсутній, адже автори, котрі зацікавлені у створенні аудіоформату, не завжди здатні продукувати контент стабільно і протягом тривалого часу. Завдяки професіоналізму журналістів та редакторів, які створюють цікаві та змістовні подкасти, цей формат стає все популярнішим в Україні. Саме якісні редакційні аудіоматеріали відкривають нові можливості для розвитку ринку подкастингу.

Отже, повномасштабна війна в Україні стала потужним каталізатором змін у медійному просторі, особливо в сегменті подкастингу. Завдяки своїй мобільності та інтерактивності, цей формат став незамінною річчю для оперативного інформування суспільства, аналізу подій та створення спільнот. Війна не лише пришвидшила розвиток подкастингу в Україні, але й змінила його тематику, аудиторію та функції, перетворивши його на потужний інструмент інформаційної війни та громадянської журналістики. Це зумовлює необхідність глибшого дослідження впливу війни на український подкастинг, зокрема, на його тематичне наповнення, формати, мову та аудиторію. Важливо проаналізувати, як подкастери адаптувалися до нових реалій, які теми стали домінуючими, як змінилася мова та способи комунікації з аудиторією. Розуміння цих трансформацій дозволить не лише оцінити внесок подкастингу в інформаційний спротив, а й визначити його потенціал у подальшому розвитку українського медіапростору.

## **1.2. Зміни у вітчизняному подкастингу після повномасштабного вторгнення**

Варто зазначити, що ринок подкастів в Україні ще тільки формується. Нагадаємо слова директора Центру журналістики Київської школи економіки Андрія Яніцького: «В нашій 40-мільйонній країні кількість слухачів подкастів поки що вимірюється в десятках тисяч осіб. Тому навіть найпопулярніші випуски набирають не більше десяти тисяч прослуховувань у перші тижні» [16]. Незважаючи на складну ситуацію на ринку, автори подкастів налаштовані оптимістично. В Україні створення аудіоконтенту часто відбувається на волонтерських засадах. Творці шукають можливості монетизації через гранти або збір донатів від слухачів.

Українські ЗМІ відіграли вирішальну роль у висвітленні подій після початку війни у 2022 році. Вони взяли на себе непросте завдання - інформувати українців та міжнародну спільноту про ситуацію в Україні, активно протидіючи російській пропаганді та інформаційній війні.

Українські подкасти сьогодні охоплюють різноманітні теми, від архітектури та технологій до мистецтва та психології. Проте війна залишила свій відбиток на більшості з них. Автори часто розглядають, як війна впливає на різні сфери життя українців, від бізнесу до культури.

Важливо відзначити, що багато подкастів, особливо на історичні та культурні теми, створені для протидії російській пропаганді. Росія тривалий час намагалася переконати світ у "братстві" українського та російського народів, їх спільній мові, культурі та історії. Українські подкастери активно розвінчують ці міфи, підкреслюючи тисячолітню історію України та її зв'язок з Київською Руссю.

Крім того, Росія використовує пропаганду для виправдання свого вторгнення в Україну. У своєму зверненні 24 лютого 2022 року Володимир Путін спирався на наступні міфи, намагаючись обґрунтувати агресію: білоруси, росіяни та українці – один народ; Україну створили росіяни чи СРСР; українці у

Другій світовій війні співпрацювали з нацистами, тому вони і їхні національні герої – нацисти і т.д.

Як відповідь на інформаційну агресію з боку РФ, в українському медіапросторі з'явилися контрпропагандистські ініціативи, спрямовані на розвінчування російських міфів та донесення до українців правдивої історії. Одним інструментів боротьби з пропагандою стали подкасти, які з різних кутів розглядають історію, культуру та давні традиції українців.

Українські інтернет-платформи також адаптуються до нових реалій. Наприклад, Megogo оновив свій розділ "Аудіо", видаливши російські подкасти. За словами менеджерки Megogo Audio Катерини Котвіцької, це рішення не призвело до значного відтоку слухачів, і вже через три місяці після початку повномасштабної війни показники повернулися до рівня січня 2022 року. Попри початкове падіння, ці показники все одно вищі, ніж за аналогічний період 2021 року. Впродовж 2022 року спостерігалось значне зростання кількості українських подкастів. За друге півріччя на платформі з'явилося 94 нових проекти, половина з яких стартувала після 24 лютого [37].

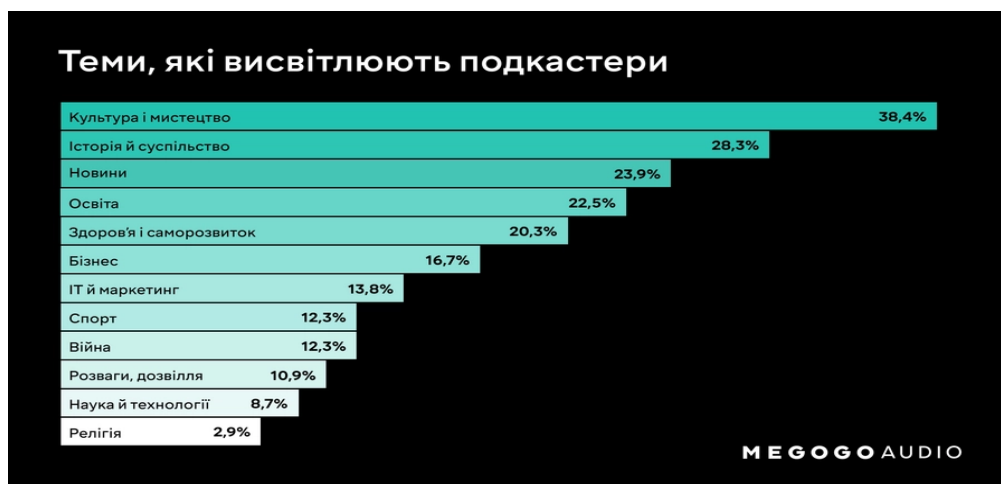
Загалом, майбутнє подкастів в Україні виглядає багатообіцяючим. Хоча автори тільки починають опановувати цей формат, вони мають перевагу завдяки його новизні. Крім того, їхні зусилля заохочуються різними преміями, що підкреслює їхні досягнення. Однією з таких премій є «Слушно», заснована у 2021 році медіасервісом «Megogo Audio». Вона проводиться вже четвертий рік поспіль у Міжнародний день подкастів – 30 вересня. Премія продовжує розвиватися, шукаючи оптимальний формат та цікаву концепцію. Вочевидь впродовж 2022 року - під час активної фази війни - «Слушно» зазнала змін. Окрім журі, до голосування долучилися й інтернет-користувачі. Сповістили, що відтоді у кожній номінації будуть вручені дві нагороди: «Вибір слухачів» і «Відзнака MEGOGO».

Варто оцінити масштаб зростання подкастингу в Україні, враховуючи статистику премії «Слушно» за 2022 рік [58]. Кількість учасників зросла в 2,7 рази порівняно з 2021 роком: 134 подкасти проти 50. Цікаво також

проаналізувати, коли саме були створені ці проєкти. Переглянувши дати завантаження на стрімінгові платформи, бачимо, що 52 подкасти з'явилися після 24 лютого, а решта 82 - до початку активної фази війни. Розподіл учасників за номінаціями також надає уявлення про те, які теми найбільше цікавлять слухачів. Так, у трійці лідерів щодо боротьби за нагороду є такі теми як «Історія і суспільство» (46 подкастів), «Культура» (33 подкасти), і «Лайфстайл» (27 подкастів).

Важливо відзначити мовне питання. Великим досягненням було те, що всі подкасти, представлені на премії, ведуться українською мовою. Таким чином, автори сприяли "м'якій українізації" та популяризації державної мови. Цікаво, що деякі з конкурсантів раніше використовували російську мову, але згодом перейшли на українську. Серед 134 подкастів таких проєктів п'ять, чотири з яких змінили свою мовну політику після початку повномасштабної війни, а один - ще до неї. Ці зміни в мовному питанні чітко відображають трансформацію суспільства після 24 лютого. Наприклад, у 2021 році журі премії "Слушно" могло нагородити український контент, який вівся російською мовою. Одним з переможців тоді став подкаст "У меня было", присвячений українській кіноіндустрії. Війна змінила пріоритети авторів аудіоконтенту. Деякі теми, які раніше були актуальними, зараз відійшли на другий план [54]. У 2023 році на аудіопремію «Слушно» було номіновано 135 подкастів. Найбільше учасників було в категоріях «Про історію та суспільство» (41), «Про культуру і мистецтво» (31) [36]. Цьогоріч премія зібрала 183 номінанти. Найпопулярнішою категорією стала «Здоров'я, стосунки й саморозвиток», де змагались 41 подкаст [41].

За результатами онлайн-опитування, проведеного Megogo Audio з 10 липня до 18 серпня 2023 року, серед 138 анкет з відповідями на 30 питань, було виявлено, що домінуючою тематичною категорією в українських подкастах є "Культура і мистецтво" - її обрали 38,4% респондентів (Рис 1) .



*Рис. 1* “Культура і мистецтво найпопулярніші теми подкастів в Україні”. (за матеріалами сайту Na chasi)

Культурно-мистецька тематика в українських подкастах представлена дуже широко, адже вона охоплює безліч тем і напрямків для глибокого розкриття. Автори можуть розповісти про кіно, літературу, музику, театр та багато іншого. З початком повномасштабного вторгнення з'явилися подкасти, які через призму культури торкаються теми війни. У таких проєктах розповідається про виживання мистецтва під час війни, його психологічну підтримку для людей, а також про представників культурної сфери, які пішли на фронт або поєднують творчість зі службою.

Одним із яскравих прикладів подкастів на культурну тематику є "Поміж". Це проєкт від Поміж Медіа, який досліджує культуру в умовах війни. Автори разом з гостями обговорюють кіно, музику, літературу, мову, видавничу справу, журналістику, стендап та інші культурні аспекти у період невизначеності та небезпеки, спричинених війною.

Ще один цікавий приклад — "Kult: Podcast", авторський проєкт викладачів Києво-Могилянської академії Тетяни Огаркової та Володимира Єрмоленка. Тут слухачі можуть почути про відомих культурних діячів: Пруста, Лесю Українку, Клімта, Сковороду, Ройтбурда, Парфана. З початком повномасштабного вторгнення подкаст також почав розглядати культуру крізь призму війни [20].

Переможець премії "Слушно" від Megogo Audio у номінації "Найкращий подкаст про культуру й мистецтво" – проєкт "Де ми?" від "Свідомі". У своїх

епізодах автори досліджують вплив імперії на українську історію, культуру та повсякденне життя, порушуючи теми колоніалізму, орієнталізму, стереотипів про українців, деколонізації та мови як інструменту колонізації [59].

"MovieHub" від Максима Шадова - це подкаст, повністю присвячений кінематографу. Автор розповідає про нові та класичні фільми, новини кіноіндустрії, кінопремії та популярні серіали. Проте, навіть цей проєкт торкається теми війни, зокрема, в епізодах про те, що українці дивилися на початку повномасштабного вторгнення, та про нові українські фільми, створені або випущені під час війни [60].

"Книгосховище" від "Суспільне Подкаст" - ще один приклад подкасту з чітким культурним спрямуванням. Тут автор разом з гостями обговорює читання під час війни, рекомендує книги та аналізує, як війна впливає на сучасну українську літературу [33].

Подкаст "Чому вони крадуть?" від "Української правди" розповідає про багатовікові культурні крадіжки Росії в Україні, а також про те, як сьогодні Росія продовжує цей процес на окупованих територіях: скіфське золото, козацький спадок, древні мозаїки, пограбування Мелітопольського музею [47].

"Баланс білого" від DTF Magazine - яскравий приклад культурного подкасту, що торкається війни. Тут обговорюється українська документалістика, яка активно розвивається під час повномасштабної війни, а також "кухня" українського телебачення 90-х та природа російської пропаганди. Важливим аспектом є сприйняття українського документального кіно іноземцями та західною аудиторією [11].

«Культурний трибунал» від The Ukrainians Audio також присвячений культурі. Автори розповідають про видатних українських діячів культури, мистецтва та науки, а також про колекції світового рівня, які Росія привласнювала протягом століть. Подкаст фіксує ці крадіжки в історії та культурі [57].

Окремої уваги заслуговує проєкт "Хороший Поганий Злий Подкаст", який неодноразово відзначався нагородами, зокрема, отримав премію "Слушно" як

найкраще лайфстайл-шоу. Сценарист Михайло Рудь та стендап-комік Костянтин Трембовецький започаткували цей подкаст у жовтні 2019 року. Спочатку слухачі могли насолоджуватись випусками лише в аудіоформаті, однак згодом з'явилась і відеOVERсія. Подкаст доступний на популярних платформах, таких як YouTube, Google Podcasts, Apple Podcasts, Spotify та SoundCloud. Цікаво, що до травня 2021 року ведучі спілкувались російською мовою. Проте, з того часу вони повністю перейшли на українську. Одним з перших епізодів українською мовою стала розмова з Олесею Зінченко, відомою мовною експерткою. Цей випуск був присвячений важливості переходу на державну мову. Костянтин Трембовецький, один з ведучих подкасту, поділився своїми роздумами щодо труднощів, з якими зіткнувся під час переходу на українську мову. Він зізнався, що хоча й прагнув повністю перейти на державну мову, проте стикався з певними труднощами. Зі слів Костянтина, йому було неприємно відчувати себе невпевнено, особливо враховуючи його вік. Однак, після того, як він переглянув інтерв'ю з Євгеном Клопотенком, його погляд на суржик суттєво змінився. Клопотенко зазначив, що суржик можна розглядати як перший крок до повної українізації. Своєю чергою, Михайло Рудь додав, що важливо не лише говорити українською, а й мати українську свідомість. Він висловив незрозуміння щодо тих, хто проти переходу на українську мову і вимагає збереження російськомовних шкіл. На думку Михайла, майбутнє України пов'язане з українською мовою, і це необхідно усвідомлювати." Отже, можна сказати, що «ХПЗП» остаточно перейшов на українську мову ще до початку активної фази війни. Після 24 лютого хлопці з «ХПЗП» відійшли від звичного формату кінооглядів і стали більше зосереджуватися на актуальних подіях. Вони також активно займаються волонтерством і розповідають про це своїм слухачам, закликаючи їх долучатися до зборів.

Усі згадані проекти є просвітницькими та спрямовані на інфотейнмент. Їхні ведучі допомагають аудиторії адаптуватися до складних умов воєнного часу та навчають правильно поводитися в надзвичайних ситуаціях. Як сказав Вадим Міський у випуску подкасту «Руський фейк іді\*\*\*»: «Війна відбувається не лише



за території, а й за наші з вами уми». Тож доки існують такі проєкти, український медіапростір залишатиметься осередком прогресивної думки, вільної від фейкових провокацій ворога.

Підсумовуючи, варто відзначити, що повномасштабна війна, розв'язана Росією, стала потужним поштовхом для трансформації українського подкастингу. Військова агресія значною мірою вплинула на змістовне наповнення подкастів, актуалізувавши питання історії, культури, національної ідентичності та боротьби з російською пропагандою. Більше того, подкасти набули важливого значення як засіб комунікації, інформаційної підтримки українців.

Спостерігається зростання кількості подкастів саме українською мовою, і водночас творці подкастів активно включаються в громадську діяльність, висвітлюють соціально значущі ініціативи. Отже, український подкастинг не просто пристосувався до викликів війни, а й став впливовим інструментом громадської журналістики та протидії дезінформації.

На особливу увагу заслуговує аналіз цих тенденцій на регіональному рівні, де подкастинг здатен відігравати більшу роль у інформуванні місцевих громад та збереженні культурної самобутності. Адже саме в регіонах формується унікальний культурний досвід, відбиваються специфічні проблеми та виклики. Регіональний подкастинг може стати платформою для обговорення місцевих ініціатив, збереження історичної пам'яті, просування культурних проєктів та розвитку громадянського суспільства. Дослідження регіонального подкастингу дозволить краще зрозуміти його роль у популяризації локальної культури, зміцненні спільнот та подоланні наслідків війни.

## **Висновки до розділу 1**

Подкастинг, як порівняно новий і динамічний медіаформат, стрімко набирає популярність та дійсно важливу роль у сучасному інформаційному просторі, особливо в умовах війни. Його розвиток в Україні демонструє, що

подкасти залишаються невід'ємною частиною медіа ландшафту завдяки своїй мобільності, доступності та зручності. Формат дозволяє слухачам отримувати якісний контент у зручний для них час і в будь-якому місці, незалежно від локації.

Сьогодні українські подкасти активно адаптуються до постійних викликів, задовольняють зростаючий попит на достовірну інформацію, об'єктивні аналітичні матеріали та змістовні дискусії, що допомагають громадянам орієнтуватися в складному інформаційному середовищі. Крім того, подкасти стають ефективним засобом протидії дезінформації, формуючи платформу для чесних розмов і консолідації суспільства.

Повномасштабна війна значно вплинула на тематичне спрямування українських подкастів, суттєво підвищивши інтерес до питань національної ідентичності, історії, культури та боротьби з російською пропагандою. Сучасні українські автори все частіше звертаються до тем, пов'язаних із розвінчанням історичних міфів, розкриттям фактів про викрадення культурних надбань, а також потрібно подкасти як платформу для висвітлення реалій війни. Вони залишаються джерелом підтримки громадян і місцем інструменту для зміцнення національної самосвідомості.

Війна дала поштовх для розвитку подкастів не лише на загальнонаціональному, а й на регіональному рівнях. У локальних подкастах знаходять своє місце проблеми збереження унікальної культурної спадщини окремих областей, висвітлення викликів, які постають перед місцевими громадами, та підсилення їхнього голосу в загальноукраїнському дискурсі. Ці подкасти слугують мостом між далекими регіонами, об'єднуючи людей навколо спільних цінностей і проблем.

Окрім того, подкастинг в Україні активно демонструє свою ефективність як інструмент громадянської журналістики. Він дозволяє висвітлювати складні й часто замовчувані теми, розвивати суспільну дискусію. Зміна аудиторного запиту у воєнний час сприяє появі контенту, який не тільки відповідає актуальним запитам, але й формує активну громадянську позицію. Детальний

аналіз цих змін і розвитку українського подкастингу під час війни дасть краще зрозуміти його вплив на медіапростір, роль у посиленні громадянської активності та формуванні суспільної думки.

## РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПОДКАСТИНГУ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 2.1. Стан регіонального подкастингу в Україні

У межах дослідження важливим є аналіз змін, що відбулися в регіональному подкастингу, котрий може виявити унікальні особливості та нюанси, які губляться при загальному огляді розвитку національного подкастингу в Україні, дозволить глибше зрозуміти роль регіональних медіа та їх потенціал для консолідації українського суспільства.

Регіональний подкастинг як явище являє собою форму аудіомовлення, орієнтовану на висвітлення локальних тем, проблем і культурних особливостей певного географічного регіону. У період до початку повномасштабного вторгнення регіональний подкастинг, як і весь подкастинг в Україні, розвивався помірними темпами, про що ми засвідчили у попередньому розділі.

Після 24 лютого виробництво локальних подкастів відчутно призупинилося, оскільки регіональні команди були залучені до більш нагальних завдань. Нині ситуація поступово змінюється і такі подкасти почали повертатися. Так, як зазначає менеджер подкастів Суспільного Дмитро Афанасьєв: «Зараз регіональні команди фіксують події, які відбувалися в їхніх регіонах, по гарячих слідах. Запоріжжя вже запустило подкаст “Моя історія війни” [12].

Примітно, що більшість ведучих регіональних подкастів сприймають цю діяльність як хобі. У більшості редакцій подкастами займаються 1-2 людини, які змушені відповідати за численні процеси одночасно. На думку редакторки медіа «Гречка», Анастасії Дзюбак: «люди не готові донатити на регіональні медіа. Але частішає практика, як чайові авторам, тобто люди можуть донатити конкретно певному ведучому подкасту чи автору тексту за його роботу. Це теж про довіру і причетність, бо тут слухачі можуть підтримати не щось ефемерне, а конкретних авторів, які сподобались» [13]. Також багато представників регіональних медіа підкреслюють брак знань, кадрів і фінансово-технічних ресурсів. В Україні є

кілька шкіл або курсів, що спеціалізуються на навчанні подкастингу, більшість з яких організовані медіа. Наприклад, майстерні подкастів від «Radio Skovoroda», «The Ukrainians» та «Куншт». Це дає можливість медійникам не лише підтримувати один одного, але й відкривати нові теми та авторів. Крім того, вже третій рік у Києві працює Студія подкастів «Izone media», де подкастери можуть отримати технічну й менторську допомогу для запуску своїх проєктів [24]. Таким чином, ринок медіа створює попит на освіту, а отже й на фахівців, які вміють не тільки створювати подкасти, але й навчати цьому.

За результатами дослідження Інституту масової інформації (ІМІ), половина новин у регіональних онлайн-медіа присвячена російському вторгненню. Більшість із цих новин стосуються бойових дій, обстрілів, руйнування інфраструктури та соціальних наслідків війни [22].

Звісно, створюють проєкти, які висвітлюють і теми про культуру в різних регіонах через призму війни. Наприклад, запорізьке мікромедіа «ЯКТИТАМ», у якому автори ставлять собі за мету створити відчуття спільності через розмови команди на актуальні теми міста. Одна з тем подкасту звучить так «Козаки, заводчани чи айтішники», де ведучі розбирають найпоширеніші стереотипи про Запоріжжя, а в іншому епізоді автори досліджують традиції святкування Різдва й Нового року у своїх родинах. Існують й регіональні історичні медіа-проєкти, такі як подкаст «Битва за Південь» [3], автор якого - кандидат історичних наук Вадим Арістов - розвінчує російські імперські міфи про українські південні землі та культуру, що розповсюджувалася на них. Ведучі ж регіонального подкасту «Подкаст про Суми» говорять із запрошеними гостями про любов до Сум, свою юність та спогади у цьому місті [45].

Та ми вирішили зосередитися на ще одному прифронтовому регіоні, висвітлення культурних тем в контексті війни в якому надзвичайно важливе — Харківщині. Її культурний спадок, як і діяльність самих «спадкоємців» - харківських митців -, безмежний і потребує висвітлення їх доробків суспільству, а особливо - самим харків'янам. Саме тому є актуальним аналітичне дослідження

медіа-поля Харківщини на предмет регіональних подкастів, що з'явилися після початку повномасштабного вторгнення.

## **2.2 Динаміка та трансформації українського подкастингу в медіа-полі Харківщини**

Відсутність досліджень, присвячених розвитку регіонального подкастингу на Харківщині зумовив необхідність проведення наукового дослідження, спрямованого на виявлення трансформаційних змін, що відбулися в подкастингу на прикладі вибірки подкастів, що діють після 24 лютого 2022 року. Відбір ґрунтувався на загалі тих подкастів, що функціонують досі чи функціонували на момент початку другого півріччя 2024 року. Предметом нашого дослідження є соціокультурний вплив подкастів, а останні опитування, тематичні конкурси і статті вказали на те, що тема саме культури в їх сюжетах має достатньо великий попит у воєнний час, але натомість не досліджувалася в регіональному контексті. Саме тому ми обрали низку подкастів Харківщини, опираючись під час пошуку на ключові слова «подкаст», «Харків», «культура». Звісно, варто розуміти, що нині в соціумі вся культура трактується через призму «війни», який ми навмисно не включили, адже він інтегрований повсемісно. Таким чином нам вдалося зібрати перелік із 15 подкастів про культуру, що доступні в мережі інтернет, на платформі YouTube та сторінках сайтів. Застосування методу контент-аналізу дозволило виявити, що війна суттєво вплинула на формати та стилістику цих подкастів.

Перш за все, варто коротко описати, які саме подкасти потрапили в наше оцінювальне коло.

«Харківські історії» – подкаст журналіста Філіпа Диканя про минуле, теперішнє і майбутнє Харкова. У ньому ви дізнаєтеся про давні поселення, археологів, дослідників регіону, архітектурні пам'ятки, підземелля, харківських митців і культурних діячів, а також про революційні настрої в місті в різні

періоди. «Харківські історії» відкриють глибший погляд на українське місто-фортецю.

«Герої Харкова» – подкаст Тетяни Федоркової та Володимира Носкова, присвячений тим, хто забезпечує функціонування міста під час війни. У випусках розповідається про роботу комунальних служб, медиків, рятувальників, а також волонтерів, митців та культурних діячів.

«Воєнний Харків» – проєкт Тетяни Федоркової та Ксенії Чешко, що висвітлює райони міста, які постраждали від війни. У ньому звучать свідчення харків'ян, які пережили російське вторгнення, а також учасників бойових дій.

«Пошрамований» – подкаст від команди Суспільного, кожен епізод якого є спеціальним репортажем про події та наслідки початку повномасштабної війни в Харкові.

«Дефіляда: Харків» – другий сезон проєкту «Дефіляда», присвячений харківським літераторам, письменникам та митцям. Кожен випуск стилізований під певний літературний жанр, що робить його цікавим для тих, хто захоплюється літературою та творчим письмом. Перший сезон був присвячений Києву.

«Подкаст Харків» – українськомовний проєкт від харків'ян Олександра Кулешова і Віталія Ковальчука, які від початку війни залишаються в Харкові. Вони обговорюють не тільки події війни, але й такі теми, як субкультури, СРСР, мовне питання та література.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії важко уявити життя без новин і постійних думок про війну. Тематичні подкасти допомагають прийняти реальність, зрозуміти, що робити далі, та не втратити здоровий глузд.

«П'ятеро з ломбарду» – подкаст про період, що на понад сто років визначив напрямок розвитку України. Українська революція минулого століття заклала основи сучасної державності, а її наслідки досі формують реалії Харківщини.

«Особова справа» – подкаст Тетяни Федоркової, що розслідує наслідки російської агресії, випадки колаборації та зниклих безвісти. Це розповіді про те, що важливо пам'ятати, хоч і важко знати.

«Пліч-о-пліч» – історії захисників України, які, через російську агресію, опанували нове життя, ставши на захист країни. Подкаст веде Володимир Носков, і він виходить щочетверга на Радіо «Накипіло».

«Вона. Війна» – програма про українських захисниць, волонтерок і активісток. Це щирі розмови з жінками, які щодня наближають перемогу.

«Publick Talk» – подкаст, що вчить інформаційній гігієні. Сашко Бринза й Марія Малєвська щосуботи обговорюють фейки, пропаганду та маніпуляції.

«Станція “Держпром”» – подкаст про Харків під час війни, з репортажами від Марії Малєвської та Олександра Бринзи.

«Градусник» – подкаст про суспільні настрої під час війни, започаткований Харківським прес-клубом і журналісткою Іриною Мироненко у грудні 2020 року.

«Культурна Перемога» – подкаст журналіста Ігоря Жукова, присвячений українським митцям і культурним подіям, кожна з яких під час війни є внеском у загальну перемогу.

«Я – культура» – подкаст про розвиток культурних проєктів у теперішніх умовах. Наталя Вальтер-Буйнова обговорює виклики, з якими стикаються культурні діячі, і рішення для успіху їхніх проєктів.

Проведений нами контент-аналіз матиме описово-аналітичну спрямованість, аби усвідомити, які на даний момент побутують та є актуальними теми, стилі мовлення, жанри подкастів і які ключові слова частіше за все у них фігурують. Це дослідження допоможе нам отримати необхідну теоретичну базу для формування уявлення про те, якого спрямування і формату має бути регіональний подкаст в межах медіа-поля Харківщини аби використовувати його як інструмент інтернет-журналістики.

Перелічені подкасти аналізувалися за тематикою, стилем спілкування, жанром.

Спочатку нами було здійснено аналіз тематичного орієнтування в обраних нами 15 подкастах і представлено у форматі діаграми (Додаток А, Рис. 2).

На діаграмі відображено п'ять ключових тем, що згадуються у регіональних подкастах. Найпоширенішою є тема громадськості, яка згадується



6 разів. Це свідчить про те, що актуальними для подкастів є питання, пов'язані з громадською активністю, соціальними ініціативами, волонтерством, а також взаємодією між різними соціальними групами у контексті війни. У цей період громадськість відіграє вирішальну роль у підтримці та відбудові суспільства, що обумовлює частоту згадувань цієї тематики.

Другим за поширеністю блоком є теми історії, культури, документалістики та освіти, кожна з яких згадується по 2 рази. Це вказує на інтерес до збереження історичної та культурної спадщини, відновлення культурного життя в умовах війни, а також на важливість освітніх ініціатив.

Крім того, частота згадувань документалістики підкреслює прагнення до фіксації подій війни для збереження історичної пам'яті та аналізу її наслідків у майбутньому.

Останньою темою є реабілітація, що згадується лише 1 раз. Хоча ця тема має суттєве значення, особливо в контексті психологічної підтримки та відновлення постраждалих, вона виявляється менш акцентованою у порівнянні з іншими темами.

У результаті аналізу можна зробити висновок, що основний акцент у регіональних подкастах Харківщини під час війни робиться на питання громадянської активності. Це підкреслює важливість соціальної мобілізації та підтримки у воєнний час. Хоча теми культури та реабілітації військових також займають важливе місце та на нашу думку недостатньо широко висвітлюються. Тож це дослідження може мати поштовх до тенденції підняття та розголосу нагальних соціокультурних проблем.

Далі ми розглянули стилі спілкування ведучих у регіональних подкастах Харківщини під час війни, що було підсумовано на діаграмі (Додаток А, Рис. 3).

За результатами дослідження, основним стилем, який використовують ведучі, є наративно-інформативний. Він складає 60% від загальної кількості подкастів. Такий підхід базується на структурованому викладі фактів та історій, що дозволяє слухачам отримувати конкретну інформацію у чіткому форматі. Інформаційний контент орієнтований на донесення ключових подій та обставин,

що впливають на життя регіону в умовах війни.

На другому місці за поширеністю знаходиться документальний стиль (33,3%). Він акцентує увагу на фіксації реальних подій та відтворенні історичних фактів безпосередньо через досвід учасників або очевидців. Подібний формат сприяє створенню відчуття "присутності" слухача в описаних ситуаціях, дозволяючи більш глибоко зрозуміти та оцінити реальність війни.

Найменш поширеним є художній стиль, який займає лише 6,7%. Він включає елементи емоційного та креативного вираження і, можливо, використовує метафори або образи для підсилення сприйняття подій.

Отримані дані дозволяють зробити висновок, що основна мета ведучих подкастів Харківщини під час війни — це донесення максимально точних фактів та реалій війни через інформативний або документальний наратив. Емоційні або художні елементи в спілкуванні використовуються рідко, що свідчить про прагнення до об'єктивності та правдивості в умовах кризової ситуації.

Далі ми проаналізували жанрові переваги у регіональних подкастах Харківщини під час війни і використали діаграму для візуалізації даних.

На діаграмі (Додаток А, Рис. 4) можна побачити, що найпоширенішим жанром є інформаційний, який трапляється 8 разів. Це свідчить про велику зацікавленість у подкастах, які інформують про актуальні події та обставини під час війни. Аналітичний жанр займає друге місце з частотою 4 згадування. Це вказує на важливість аналітичного та навчального контенту, що спрямований на підвищення обізнаності слухачів у різних аспектах життя в умовах воєнного стану.

Інтерв'ю є менш поширеним жанром, з 2 згадуваннями, що свідчить про інтерес до особистих історій або експертних думок, але у меншій мірі порівняно з інформаційними форматами. Художній жанр згадується лише 1 раз, що робить такі подкасти найменш поширеними у Харківщині під час війни.

Отже, ми можемо зробити висновок, що переваги у жанрах подкастів Харківщини під час війни концентруються на інформаційних та аналітичних форматах, що вказує на прагнення до інформування та освіти громадськості у

складні періоди, коли важливо швидко і точно передавати факти та знання.

У даному фрагменті аналізу ми звернемо увагу на розподіл ключових слів, які використовуються в регіональних подкастах Харківської області під час війни.

Дані, що містяться в діаграмі (Додаток А, Рис. 5) надають уявлення про відсотковий розподіл основних тем, які обговорюються у цих подкастах через призму ключових слів. Метою цього аналізу є виявлення тематичних акцентів, що демонструють пріоритети в регіональному інформаційному просторі під час воєнного конфлікту. Аналіз таких даних допомагає краще зрозуміти, які аспекти війни й пов'язаних з нею процесів стають найбільш значущими для місцевої аудиторії та які теми мають найбільший резонанс.

Діаграма наочно показує, що тема війни є домінуючою серед регіональних подкастів Харківщини, займаючи 40% від усієї кількості обговорених тем. Такий високий відсоток не є несподіваним, оскільки саме війна є головним фактором, що впливає на повсякденне життя регіону, який перебуває в зоні бойових дій. Тематика війни може охоплювати різні аспекти, включаючи хід воєнних операцій, наслідки для мирного населення, проблеми безпеки, а також поточну політичну та соціальну ситуацію в умовах війни.

Другим за важливістю сегментом є культура, яка займає 20% у загальній кількості ключових слів. Це може вказувати на те, що незважаючи на складні умови війни, зберігається інтерес до культурних ініціатив, національної спадщини та регіональної ідентичності. Можливо, ця тема також включає питання відновлення культурних об'єктів після руйнувань або дискусії щодо нових форм культурної комунікації під час війни.

Третє місце займає історія, яка охоплює 13,3% обговорених тем. Це свідчить про те, що подкасти не тільки фокусуються на актуальних подіях, але й намагаються осмислити їх через історичний контекст. Можливо, тут ідеться про паралелі з минулими війнами чи аналіз історичних передумов сучасних конфліктів.

Наступні чотири категорії — військові злочини, ветерани, жінки та

медіаграмотність — мають рівний відсоток участі в обговореннях і становлять по 6,7%. Важливо зазначити, що навіть при відносно невеликій частці в загальному обсязі тем, ці питання є досить важливими для регіональних дискусій. Військові злочини часто стають предметом міжнародної уваги та суспільного осуду, тоді як ветерани та жінки як специфічні соціальні групи потребують особливої уваги під час воєнних конфліктів. Медіаграмотність, в свою чергу, набуває значення в умовах інформаційної війни та поширення фейкових новин, що робить її важливою складовою сучасного медійного дискурсу.

Аналіз доводить, що основною темою регіональних подкастів Харківщини є війна, яка безпосередньо впливає на Харківщину та її культуру. Це логічно з огляду на географічне розташування області та її безпосередню участь у конфлікті. Однак варто відзначити контекстуальну увагу до культурної та історичної тематики. Це свідчить про те, що навіть у таких складних умовах зберігається інтерес до підтримки культурної спадщини та осмислення історичних подій. Інші аспекти, як-от соціальна підтримка ветеранів, гендерні питання та обговорення військових злочинів, також є невід'ємними частинами регіональної дискусії, хоча і не займають домінуючого місця.

Вищеописаний аналіз засвідчив, що регіональні подкасти Харківщини під час війни зосереджені на питаннях громадянської активності. Ведучі в більшості мають на меті донесення точних фактів про війну через інформативний наратив із мінімальним використанням емоційних чи художніх елементів. А завдяки виокремленню ключових слів, що фігурували в тих чи інших подкастах, ми дійшли висновку, що основним їх лейтмотивом є війна. Хоча варто зауважити, що значна увага приділяється культурним та історичним питанням.

Аналіз подкастів засвідчив, що хоча вони й роблять вагомий внесок у інформування громадськості, проте часто обмежуються суто фактуальним викладом подій про культуру. Це створює потребу в новому форматі подкасту, який би поєднав інформативність з глибшим зануренням у культурний контекст Харківщини в умовах війни. Такий подкаст дозволить сформулювати уявлення про

вплив війни на місцевих митців, письменників, музикантів. Можна розповідати історії з життя харків'ян до війни та під час неї, які відображають їхню культурну ідентичність. Переважно це може бути досягнуто через інтерв'ю з очевидцями та порівняння сучасних подій з історичними, аналіз культурних символів, які набули нового значення в умовах війни. Так виникла ідея реалізованого в подальшому подкасту «ВиТвір» [2], публікація якого відбувається на ресурсах агенції медіа Харківщини Gromada.Group. Цей подкаст організовується у форматі інтерв'ю, ведучий спілкується із харків'янами про їх витвори мистецтва, культуру, історію та війну. За результатами нашого аналітичного дослідження, ці три аспекти медіа-продукту є найбільш актуальними для регіонального контенту. Детальніше про означений проєкт йтиметься в наступному розділі.

## **Висновки до Розділу 2.**

Аналіз розвитку регіонального подкастингу в умовах війни показав, що цей медіа-формат набув особливого значення як ефективний засіб комунікації. Він став важливим інструментом для висвітлення соціальних, культурних та історичних подій, що є необхідним для розуміння життя окремих регіонів, зокрема Харківщини. З початком повномасштабного вторгнення український подкастинг зазнав суттєвих змін, трансформуючись відповідно до викликів і потреб суспільства. Його основна увага зосередилася на висвітленні війни, розповідях про діяльність громадських ініціатив, підтримці місцевих спільнот та збереженні культурного життя навіть у складних умовах.

Проаналізовані регіональні подкасти Харківщини свідчать про те, що основними темами їхнього контенту стали війна, громадська активність, культура та історія. Ці підкасти вирізняються переважно інформаційним і документальним стилями викладу, які дозволяють точно та об'єктивно передавати ключову інформацію, уникаючи високого емоційного забарвлення. Такий підхід створює у слухачів ефект «присутності» в описуваних подіях,

сприяючи глибшому розумінню та осмисленню актуальних реалій. Особливу популярність здобув інформаційний жанр, що демонструє великий попит аудиторії на якісні новини, аналітичні матеріали та глибокий огляд поточних подій. Регіональні подкасти таким чином не тільки інформують слухачів, а й формують важливий інформаційний простір, в якому порушуються складні питання сучасності.

Регіональні подкасти відіграють все важливішу роль у збереженні нашої культурної спадщини та історичної пам'яті. У час війни вони стають ще актуальнішими, допомагаючи нам не лише інформуватися, а й глибше розуміти себе та свою спільноту. Поєднуючи інформативність із аналізом культурних і соціальних процесів, подкасти сприяють формуванню сильної регіональної ідентичності, що є особливо важливо в умовах зовнішньої агресії. Саме зараз, коли ми переживаємо непрості часи, регіональні подкасти можуть стати потужним інструментом для збереження нашої культурної спадщини. Вони дозволяють нам почути історії наших предків, дізнатися про традиції та звичаї, які роблять нас унікальними. А це, у свою чергу, зміцнює наш дух і допомагає нам зберегти віру в майбутнє.

## **РОЗДІЛ 3. ПОДКАСТ «ВИТВІР»: КУЛЬТУРА ТА ВІЙНА**

### **3.1 Загальна характеристика реалізованого проєкту «ВиТвір»**

Детальний аналіз функціонуючих регіональних подкастів Харківщини дав нам розуміння того, які теми, формати і жанри побутують та превалюють в сфері подкастингу. Ці дані надали нам надійну основу для формування найефективніших компонентів у власний проєкт. Таким чином був реалізований

подкаст «ВиТвір», присвячений висвітленню культури Харкова та тих, хто її наповнює чи розповсюджує.

Проект існує з весни 2024 року. На цей момент оприлюднено 16 випусків подкастів, в яких порушувалися теми літератури, театру, урбаністики, музики, художнього мистецтва та кінематографу. Подкаст поширюється на YouTube-каналі «Press Club Kharkiv» та сайті Харківської медіа-агенції Gromada.Group. Увесь створений контент першочергово з'являється на відео-хостингу, а вже після — на сайті, з архіву якого ми й обиратимемо подкасти для прикладу.

«ВиТвір» реалізований у форматі інтерв'ю/бесіди, що дозволяє передати безпосередні емоції та досвід харків'ян, для яких культура стає способом збереження своєї ідентичності. Цей проєкт розроблений таким чином, що слухач може не лише почути про мистецькі об'єкти або історичні події, а й стати безпосереднім свідком масштабування культурної спадщини, втіленої у формі фестивалів, виставок чи волонтерських урбаністичних толок. Завдяки глибокому зануренню в персональні історії, подкаст розкриває особливості культури Харківщини, які набувають нового значення в умовах війни.

Створюючи платформу для таких історій, проєкт допомагає аудиторії зрозуміти культурну цінність творчих здобутків регіону та їхній значущий контекст. Саме тому варто детально розглянути складові цього подкасту: ідею, мету, цільову аудиторію зміст деяких епізодів подкасту, та те, як саме вона сприймає наповнення подкастів.

Перш за все, варто окреслити ідею проєкту «ВиТвір». Він націлений на дослідження української культури та мистецтва. Кожен випуск розглядає історії, здобутки та дітища митців й діячів культури, аналізуючи зокрема їх вплив на суспільство. Проєкт підтримує збереження національної ідентичності та культурної спадщини, підкреслюючи цінність українського мистецтва та історії. Це сприяє не лише зростанню культурної свідомості, але й об'єднує людей, нагадуючи про багатство української культури, що стає більш значущим на тлі сучасних викликів. Для Харківщини та Харкова, які історично є культурними центрами, проєкт "ВиТвір" відіграє важливу роль. Він зосереджується на

популяризації місцевого культурного руху та збереженні цінностей в умовах сучасних викликів. Це надихає місцевих митців, підвищує обізнаність багатством регіону, стимулює відчуття єдності, що є необхідним для Харкова, який постраждав від військових дій та змушений відстоювати свою ідентичність.

Мета проєкту "ВиТвір" — популяризація та збереження культурної спадщини Харкова завдяки діалогу з митцями, висвітленню історичних подій та художніх напрямів. У порівнянні з загальнонаціональними проєктами, "ВиТвір" створює глибше, локалізоване розуміння культурного надбання та, через регіональну перспективу, сприяє глибокому зв'язку з історією та мистецтвом Харківщини.

Варто описати деякі з існуючих подкастів нашого проєкту, аби скласти повноцінне розуміння наповнення певних одиниць контенту та їх індивідуальних цілей, що загалом проєктують мету. Найпопулярніший за переглядами сюжет був створений в подкасті під назвою «Роман Любий про фільм «Залізні метелики» та майбутнє українського кіно». За 3 місяці цей сюжет набрав 340 переглядів. В цьому епізоді ведучий разом із режисером Романом Любим обговорюють його документальний фільм «Залізні метелики», присвячений збиттю рейсу МН17 та обставинам, що висвітлюють злочинні дії Росії. Любий ділиться труднощами і значенням фільму для українського суспільства, а також міркує про майбутнє українського кінематографу в умовах війни. Зважаючи на близькість Харківщини до зони бойових дій, ця тема особливо актуальна для місцевої аудиторії навіть крізь роки, оскільки підкреслює значення правдивого висвітлення подій у боротьбі за ідентичність.

Також популярний подкаст під назвою «Війна - головний каталізатор проблем в культурі ментального здоров'я». За 4 місяці він набрав 304 перегляди. В цьому епізоді ведучий із засновником громадської організації «Тінейджерів Острів» досліджують вплив війни на культуру ментального здоров'я, обговорюючи проблеми, які посилюються в українському суспільстві через війну. Зокрема, обговорюється робота самої громадської організації, яка допомагає підліткам і дорослим долати виклики ментального здоров'я у важкий час.



Подкаст акцентує увагу на важливості психологічної підтримки та комунікації, щоб створити безпечне ком'юніті для всіх, хто відчуває емоційні труднощі. Це сприяє підвищенню обізнаності щодо ментального здоров'я та нагадує про значення психологічної стійкості для громади в умовах війни.

Ще один епізод подкасту, що відображає важливість проєкту, це — «Культурна буря від творчої спілки «Химери»». За 5 місяців цей подкаст набрав 338 переглядів. Там ведучий бере інтерв'ю у засновника спілки Валерія Левчука, який розповідає про діяльність їх колективу в Харкові, як вони об'єднують молодих митців і сприяють розвитку їх творчості через спільні проєкти. Зокрема, обговорюється їх участь у фестивалі «Харківське море», що надав місцевій молоді можливість випробувати себе в культурній діяльності, попри труднощі війни. Цей подкаст висвітлив, як проєкт Валерія підтримує розвиток культурного життя та ініціатив у регіоні. Це сприяє зміцненню спільноти та створює платформу для самовираження, що підтримує локальну ідентичність і дає позитивний приклад стійкості в складні часи.

Враховуючи принаймні три вищезгаданих подкасти проєкту «ВиТвір» можна ствердно говорити про досягнення поставлених автором цілей. Адже в тому чи іншому відео мова йде про культуру, взаємодію та вплив війни на це все.

Особливо варто відзначити інтерактивність подачі того чи іншого сюжету знайомства з митцем. Глядач дізнається не лише про здобутки, а й про майбутні проєкти гостя, що виконує заохочувальну функцію, а сам подкаст стає анонсом події. Цей підхід дозволяє аудиторії не лише бути поінформованим щодо життя культури та мистецтва, а й стати самому його частиною: сходити в кінотеатр, послухати подкаст про ментальне здоров'я, відвідати фестиваль локальної культури. Це допомагає консолідувати суспільство й харків'ян зокрема.

Вищезгадані три теми, як і решта сюжетів проєкту «ВиТвір», були обрані автором з урахуванням результатів власного дослідження та нинішніх трендів в медіа-полі Харківщини, користуючись моніторингом соціальних мереж та пошуком сучасних митців чи діячів, і, що важливо, їх проєктів, котрі мають бути актуальними та корисними громадськості.

Доречно буде висвітлити технологію створення подкасту “Витвір”, для усвідомлення усіх етапів процесу. Але спершу зупинимося на різних варіантах створення подкастів, пояснимо їх переваги та недоліки. За способом створення розрізняють 3 типи подкастів [31] : аудіо-подкаст, відео-подкаст, скрін-каст. Останній є часто вживаним у сфері геймінгу та розробці відео-інструкцій на будь-яку тему, але рідко використовується в журналістиці, що робить його не релевантним для нас. Опираючись на результати проведеного нами опитування, висвітленого в наступному параграфі цієї наукової роботи, ми не створюватимемо майбутні подкасти у форматі аудіо, адже їм віддає перевагу меншість аудиторії. Таким чином ми остаточно зупинились на варіанті відео-подкасту, завдяки якому глядач отримуватиме не лише аудіальну, а й візуальну інформацію, що дозволяє створювати більш інформаційно та змістовно насиченіший контент для публікації на платформі You-Tube.

Першим кроком в алгоритмі створення подкасту є пошук теми: проводиться моніторинг актуальних в регіоні та країні подій, маловідомих соціокультурних ініціатив. Доречним уявлялося також є висвітлення біографій історичних особистостей на честь їх дня народження.

Завдяки соціальним мережам як комунікаційним платформам, відбувається пошук авторів, митців чи експертів в певних галузях. Після узгодження з усіма організаційними моментами ведучий розпочинав формування сценарію подкасту: вступ, близько п’яти питань для розкриття теми, кінцівка.

Важливо описати якою саме є організація процесу: ведучий та гість роблять асинхронний відео-запис із озвученням тексту чи відповідями на питання у вільний для них час. В результаті виходить створити лаконічний та змістовний контент, уникаючи другорядної інформації та надмірного хронометражу.

Важливо позначити характеристики цільової аудиторії, для котрої і створюється цей контент. Цільова аудиторія подкастів «ВиТвір» — це передусім мешканці Харкова та Харківщини, для яких важливі культурна

самоідентифікація та збереження традицій. До неї належать молоді люди, які прагнуть глибше дізнатися про регіональну культуру, історію та сучасні мистецькі ініціативи, а також старші слухачі, які цінують глибинний підхід до аналізу культурних і соціальних аспектів війни.

Багато глядачів є активними учасниками локальних творчих спільнот або цікавляться мистецтвом і бажають знайти натхнення для власної творчості. Крім того, аудиторію складають люди, які шукають підтримки у збереженні моральної стійкості. Особливу цінність подкаст має для тих, хто прагне побачити, як війна впливає на сучасне мистецтво, психологію, соціальні процеси й міжособистісні зв'язки, а також для всіх, хто хоче долучитися до розбудови культурного середовища Харкова та Харківщини навіть у час випробувань.

Опис цільової аудиторії є узагальненим та на нашу думку недоконаним через відсутність належних глибоких опитувань слухачів, що зумовило нас до проведення такого кількісного дослідження.

Нами було порушене питання щодо реальної доцільності проєкту «ВиТвір», враховуючи наявні характеристики контенту та, на нашу думку, недоконаний портрет аудиторії.

Постало питання і про можливу доцільність подання контенту у формі новин, що зрештою і мотивувало нас провести глибоке опитування аудиторії подкасту, кожен з реципієнтів котрої є харків'янином та може надати унікальні дані, що слугуватимуть базою для закріплення чи удосконалення структурних складових проєкту.

Перш за все, ми звертали увагу на ті фактори, що ґрунтовно аналізувалися на прикладі інших регіональних подкастів у попередньому розділі нашого дослідження, а саме: тема, жанр і стиль спілкування. Це допоможе довершити аналіз змісту та формату проєкту «ВиТвір» та сформуванню цілісного портрету його аудиторії та в подальшому спланувати наступні випуски подкасту. Результати опитування проаналізуємо в наступному параграфі.

### **3.2 Дослідження цільової аудиторії подкасту «ВиТвір».**

В рамках нашого дослідження регіональних подкастів Харківщини та виявлення характерних ознак і структурних особливостей кожного, було виявлено певні закономірності, які варто врахувати перед створенням власного проєкту подібного спрямування. Але крім цих загальних рекомендацій важливою є думка самих споживачів контенту, тобто слухачів подкасту, у зв'язку з чим було вирішено провести опитування аудиторії подкасту, в результаті якого отримали базу даних, щодо певних формотворчих характеристик, які, на думку реципієнтів, зроблять інформацію більш змістовною, а споживання - зручнішим.

Перш за все варто відзначити, що всі реципієнти є мешканцями Харкова й Харківщини, стежать за публікаціями подкасту «ВиТвір» і зокрема за медіа-агенцією, де з'являються випуски, — Gromada.Group — група місцевих ЗМІ Харківщини.

В результаті ми отримали відповіді 53 учасників опитування. І, перш за все, визначили, в яку вікову категорію потрапляє наш контент.

Продемонстровані в діаграмі (Додаток А, Рис. 6) дані свідчать, що 75,5% опитаних — це молоді люди від 19 до 25 років. Це свідчить про те, що буквально кожен третій слухач є представником активної молоді. Звісно ж, подкасти переглядають й члени інших вікових категорій: від 26 до 35 років (13,2%) та до 18 років (7,5%). Це показує нам, що аудиторією подкастів, в яких порушуються теми культури, переважно є молодь, і це неабияк важливо у формуванні комунікаційної стратегії.

Важливо було узагальнити поверхові уявлення, щодо онлайн-активності реципієнтів та їх персональних інтересів у виборі новинних платформ. Адже з часом уподобання та залученість аудиторії змінюється, особливо враховуючи безперервний процес створення новинних продуктів у нашому суспільстві. Першим вагомим фактором, який ми розглянули, був час ознайомлення з новинами. Дані, продемонстровані в діаграмі (Додаток А, Рис. 7) свідчать, що кожен другий реципієнт (54,7%) споживає новинний контент менше години на

день, кожен третій (30,2%) споживає від 1 до 2 годин на день, кожен десятий (9,4%) взагалі не стежить за новинами.

Такі висновки дозволяють зрозуміти не лише час споживання новини, а й те наскільки об'ємними по хронометражу варто створювати свої інфо-продукти. Враховуючи ці дані ми матимемо більшу ймовірність забрати частку екранного часу глядача.

Не менш важливим є визначення того, де саме публікувати свій контент, адже існує низка платформ і застосунків завдяки котрим можливе їх відтворення. Саме тому ми попрохали перерахувати ті майданчики, де найчастіше слухачі споживають новини загалом. Звісно, наш подкаст вже публікується на YouTube-каналі «Press Club Kharkiv», однак це питання допоможе дізнатися про додаткові шляхи розповсюдження. Таким чином ми дізналися про популярні для наших глядачів платформи для споживання новин: Telegram, YouTube, Instagram та Tik-Tok. Telegram, як джерело споживання зазначили 40 реципієнтів, YouTube вказало 7, а Instagram та Tik-Tok по 3 опитуваних. Ці дані варто враховувати для планування майбутньої комунікаційної стратегії, адже масштабування шляхів поширення контенту - запорука росту охоплення та збільшення аудиторії. Звісно, варто зважати на те, що фаворит у цьому сегменті — Telegram — є месенджером та призначений в більшій мірі для текстового формату новин. Як висновок, варто розглянути поширення транскрибацій власних подкастів, аби дозволити аудиторії не лише слухати, а й читати новини.

Про актуальність текстового формату новин і зацікавленість у ньому аудиторії свідчить також Рис. 8. Відповідно цій діаграмі, 62,3% опитаних надають перевагу тексту, як інфо-продукту, натомість 35,8% опитаних обрали аудіо-візуальний формат. Найменший відсоток голосів отримав аудіальний формат - 1,9%.

Це дає нам розуміння, що необхідно окрім детального розгляду можливості транскрибації своїй аудіо-візуальних продуктів, залишити поза переліком форматів саме аудіальний, адже він користується найменшою популярністю.

Наступний критерій, який ми дослідили, і що дозволить персоналізованіше підбирати сюжети та принципи їх подачі слухачу, — жанр подкасту. Існують різні підходи в інформуванні аудиторії і уподобання можуть значно коливатися залежно від регіону. Більше того, атмосфера й конотація контенту глядачем сильно залежить від темпераменту і навичок ведучого. Тому нагальним постало визначення, в якому саме жанрі харків'ян більше цікавлять новинні подкасти.

Діаграма (Додаток А, Рис. 9) свідчить про наступні висновки: переважна більшість опитуваних більше зацікавлена саме в інформативному (58,5%) жанрі оповідей, на противагу розважальному (22,6%) та аналітичному (18,9%) жанрам. Вочевидь в сучасних реаліях та безпосередньо в Харківському інфо-просторі менше уваги приділяється новинам із залученням елементів ентертейменту чи дискусій. Все більше уваги приділяється лаконічному та емоційно не навантаженому сюжету. Однак усі новостворені в майбутньому подкасти обов'язково мають бути відмінними, навіть не зважаючи на статистичні переваги одного з жанрів. Адже в аудиторії завжди має бути різноманіття вибору на просторах будь-якої платформи.

Наступним критерієм, що ми дослідили шляхом опитування, була форма спілкування з гостями. Звісно, припускалася і ймовірність монологічного сюжету в разі, коли гість надає інформацію, але сам не є присутнім на записі відео. Таким чином, відповідно до діаграми (Додаток А, Рис. 10), ми маємо наступні результати: кожен другий з реципієнтів проголосував за форму бесіди (49,1%) у подкасті; кожен третій обрав варіант форми розповіді (30,2%) у сюжетах; найменше ж опитуваних віддало перевагу формі інтерв'ю (20,8%).

Такі результати можуть свідчити лишень про те, що глядачу цікава, перш за все, діалогічність подачі інформації. Проте не в стилі інтерв'ю, а у більш невимушеній та легкій формі, що притаманна багатьом сучасним подкастам - бесіді.

Після вище вирішеного питання, перед нами постало завдання ще більш ретельніше дослідити участь гостя в наших подкастах. Опіраючись на попередній досвід ми змогли диференціювати їх узагальнену роль на два

напрямки: самопрезентацію та експертну думку. Завдяки діаграмі (Додаток А, Рис. 11) можемо помітити, що експертна думка (60,4%) кількісно домінує та цікавить аудиторію більше на противагу самопрезентації (39,6%).

Таким чином ми можемо спиратися на той факт, що слухачам більше до вподоби дізнатися чиясь експертну думку про явище, подію чи захід. Звісно, важливою є також самопрезентація героїв подкасту, однак такий лейтмотив у певній мірі менш цікавий для аудиторії. Це може підштовхувати нас обирати більш глибокі та історичні теми, в яких необхідна буде думка незалежного експерта.

Не менш важливим критерієм, що варто було визначити завдяки опитуванню, є тривалість подкасту. Однак ми маємо говорити не про перехресний новинний подкаст, а саме про інформативного спрямування подкаст на тематику культури Харківщини. І вже маючи на увазі форму спілкування, стиль подачі гостей та жанр подкасту, варто визначитися і з його тривалістю. Відповідно наступним чином виглядають уподобання аудиторії в цьому питанні продемонстровані в діаграмі (Додаток А, Рис. 12): абсолютну більшість голосів отримав варіант хронометражу в 30-40 хвилин (71,5%), на другому місці — до 10 хвилин (21%), і відповідно на третьому місці варіант в 1 годину і більше (7,5%).

Звісно, це питання є чи не першочерговим у формо-творенні власного подкасту. Адже від хронометражу повністю залежить те, яким буде сценарій, діалог, монтаж та, в результаті, сприйняття контенту глядачем.

Однак ми задалися цим питанням пізніше ніж іншими, адже формат подкасту «ВиТвір» досить адаптивний і гнучкий, аби вмістити сюжет як в 10-ти хвилинне так і в 60-ти хвилинне відео. З рештою, для творців власних подкастів культурного спрямування, це питання може грати вирішальну роль у визначенні інших необхідних критеріїв, що згадувалися вище.

На завершення нашого опитування ми залишили питання тематичного характеру. Важливо завжди звертатися до аудиторії, аби дізнатися, що саме її цікавить, які аспекти культури і мистецтва зокрема варто розглянути. Таким

чином в трійці лідерів опинилися (Додаток А, Рис.13) такі напрямки мистецтва: кінематограф (47,2%), музика (18,9%), література (15,1%).

Решта згаданих тем також варті уваги і обов'язково мають бути підняті в майбутніх подкастах. Однак варто зважати, перш за все, на уподобання аудиторії та актуальні події, аби контент був ситуативним і цільовим.

Підводячи підсумок після проведеного нами опитування, ми отримуємо низку корисної інформації наданої аудиторією, щодо того контенту, який вона хоче споживати. Це надає можливість сформувати приблизний макет актуального та вірального новинного подкасту: інформаційна бесіда з елементами експертних думок про кінематограф, хронометражем від 30 до 40 хвилин. І ця характеристика майже ідентична до найпопулярнішого сюжету подкасту «ВиТвір» - «Роман Любий про фільм «Залізні метелики» та майбутнє українського кіно». Тобто це дозволяє констатувати, що дані опитування є релевантними і відповідають реальним показникам з раніше опублікованих відео.

Опитування дозволило сформулювати теми майбутніх подкастів, що відповідатимуть усім критеріям, отриманим в нашому опитуванні. Першою темою буде ""За вас, за нас і за Донбас" від галереї "Галерея Неотодрешь"".

Її вибір є вкрай актуальним та вагомим з кількох причин. Перш за все, це соціокультурний контекст: книга досліджує історії активістів зі східної України, що робить її безпосередньо пов'язаною з актуальними суспільно-політичними процесами в регіоні. Також аналіз цієї книги дозволить глибше зрозуміти мотиви, дії та вплив цих людей на суспільство. Зауважимо ще гуманітарний аспект: історії активістів є свідченням людської стійкості, мужності та прагнення до змін. Дослідження цієї теми дозволяє підкреслити важливість гуманітарного виміру сучасних конфліктів та соціальних змін.

Сама галерея "Галерея Неотодрешь" є важливим культурним центром, який сприяє розвитку громадянського суспільства. Дослідження її ролі у популяризації книги та підтримці активістів дозволить проаналізувати взаємодію мистецтва і соціальних рухів.



Врешті подібна тема дослідження є відносно новою, оскільки є низка аспектів діяльності активістів зі східної України, що ще недостатньо вивчені, або ж взагалі не мають доступу до глядача. Тому це епізод подкасту стане перш за все корисним не аудиторії, а саме для авторів проєкту, що прагнуть популяризувати локальне мистецтво.

Також нами була обрана тема “Віктор Афанасьєв. Батько Харківського театру ляльок” присвячена персоні Афанасьєва в честь його дня народження. Ця тема є важливою, адже направлена на збереження культурної спадщини. Віктор Афанасьєв є видатним діячем українського театру, його внесок у розвиток лялькового театру в Україні є значним.

Дослідження його життя і творчості дозволить зберегти дані про нього та популяризувати їх серед широкої аудиторії. З мистецької точки зору творчість Афанасьєва відображає соціальні та культурні процеси, які відбувалися в Україні в різні періоди. Аналіз його творів дасть розуміння, як мистецтво взаємодіє з суспільством і впливає на нього. Також дослідження такої теми може стати цінним матеріалом для освітніх програм, спрямованих на розвиток інтересу до театру і культури серед молоді, глибоке розуміння культурного життя міста та його розвитку.

Ще однією темою, яку ми вирішили розкрити в сюжеті, буде “«Краматорські острови». Виставка-розповідь про маловідомі райони міста”. Подкаст може стати ефективним інструментом для поширення інформації про аспекти історії та культури Краматорська. Через аудіоформат, відомості про «Краматорські острови» стануть доступними широкому колу слухачів, навіть тим, хто не може відвідати виставку особисто. До слова, вона є важливим культурним проєктом, який сприяє збереженню місцевої ідентичності. І, що не менш важливо, висвітлення виставки в подкасті – це можливість підтримати місцевих авторів та митців, які взяли участь у її створенні.

Кожна з обраних вами тем є вельми важливою та цікавою. Вони дозволяють аналізувати актуальні соціальні, культурні та історичні процеси, а також сприяють розвитку міждисциплінарних досліджень.

Загалом отримані результати опитування є корисними для подальшого розвитку проєкту «ВиТвір». Відповідно в майбутньому ми плануємо періодично проводити опитування. Творцям проєктів подібного спрямування буде доречно звертати увагу на цю статистику. Зокрема, пропонуємо дотримуватися наступних правил для створення актуального та якісного контенту: опитувати власну аудиторію та слідкувати за суспільними тенденціями. Однак обидва цих чинника можуть мати ідентичні значення, адже часто те, що є суспільно резонансним, стає актуальним й для локальних аудиторій. І навпаки події, що відбуваються в Харкові чи на Харківщині в культурному контексті, перш за все, актуальні саме для харків'ян. Тому пропонуємо періодично проводити опитування власної аудиторії, що дозволить адаптувати подкасти до її запитів та створювати більш таргетований і корисніший новинний контент.

### **Висновки до розділу 3**

Проєкт подкаст “ВиТвір”, оснований на обговореннях культурних, історичних і мистецьких тем, став прикладним майданчиком для збереження й популяризації локальної культури Харкова і Харківщини.

Однією з ключових особливостей подкасту є його формат, що поєднує інтерв'ю та бесіди, створюючи відчуття «живого» спілкування. Це надає можливість слухачам не лише ознайомитися з різними аспектами культури, а й отримати унікальний досвід взаємодії з героями випусків. Аналіз проведених випусків — наприклад, розмови з режисером Романом Любим про фільм «Залізні метелики» або обговорення ментального здоров'я в умовах війни — доводить, що такі бесіди зацікавлюють аудиторію, збільшуючи її залученість до культурного простору. Інтерактивність подкасту стимулює слухачів до участі в заходах і обговореннях, що підсилює соціальну згуртованість.

Також важливо зазначити, що подкаст став відгуком на потреби сучасної аудиторії, що підтверджується даними опитування слухачів. Дослідження засвідчило, що значна частина аудиторії — молодь віком від 19 до 25 років, для якої важливий доступ до сучасного культурного контенту через платформи, як-

от

YouTube.

Результати опитування підтвердили актуальність подкасту як джерела новинної інформації, особливо в контексті культурної ідентифікації та спростування міфів ЗМІ загарбників. Основні теми, які приваблюють аудиторію, це розмови про кінематограф, музику, літературу, що визначило напрям подальшого розвитку подкасту.

Проєкт «ВиТвір» є ефективним прикладом того, як за допомогою сучасних медіа можна об'єднувати громаду, зберігати культурні надбання та сприяти соціальній згуртованості. Зокрема, у подальшому розвитку подкасту планується приділяти більше уваги темам, які найпопулярніші серед слухачів, а також проводити періодичні опитування, щоб максимально точно враховувати запити аудиторії. Це дозволить «ВиТвору» залишатися актуальним і корисним для суспільства.

## ВИСНОВКИ

Здійснене дослідження дозволило дійти таких наукових висновків.

1. Подкастинг – це діяльність зі створення подкастів. Подкаст являє собою цифровий медіафайл, розміщений у мережі інтернет і вільний для користувачів, які мають можливість прослуховувати його за допомогою портативного програвача MP3, персонального комп'ютера, мобільного телефону тощо. У світі подкастинг розвивається достатньо давно, проте в Україні цей розвиток активізувався пандемією та повномасштабною війною, яка сприяла зміні тематичного спрямування подкастів та збільшила інтерес до питань національної ідентичності, історії, культури та боротьби з російською пропагандою. Зокрема, війна надала поштовх для розвитку подкастів на регіональному рівні, де вони можуть допомогти збереженню локальної культурної спадщини та висвітленню проблем місцевих громад.

В умовах війни цей формат набув ще більшого значення, оскільки його аудіальний характер дозволяє досягати широких мас навіть за умови часткової відсутності електропостачання чи інтернету.

2. Визначено, що війна стала каталізатором змін у тематиці та структурі

українських подкастів. Контент все частіше зосереджується на темах, пов'язаних із війною, культурною спадщиною, соціальною підтримкою, а також на питаннях національної ідентичності та боротьби з пропагандою. У регіональному контексті подкасти набувають значення інструменту підтримки місцевих громад, допомагаючи зберегти локальну ідентичність, історичну пам'ять та культурні цінності в умовах кризи. За результатами дослідження Інституту масової інформації (ІМІ), половина новин у регіональних онлайн-медіа присвячена російському вторгненню: бойові дії, обстріли, руйнування інфраструктури та соціальні наслідки війни. Водночас все частіше створюють проекти, які висвітлюють теми про культуру та історію в різних регіонах. Було виконано детальний контент-аналіз подкастів Харківщини, що дало можливість систематизувати їх ключові теми, стилі та жанри.

3. Проаналізовано подкасти Харківщини, що почали існувати чи продовжують функціонувати від початку повномасштабного вторгнення. Проведений нами аналіз засвідчив, що регіональні подкасти Харківщини під час війни частіше за все зосереджені на питаннях громадянської активності. Ведучі в більшості мають на меті донесення точних фактів про війну через інформативний наратив із мінімальним використанням емоційних чи художніх елементів. А завдяки виокремленню ключових слів, що фігурували в тих чи інших подкастах, ми дійшли висновку, що основним їх лейтмотивом є війна. Хоча варто зауважити, що значна увага приділяється історичним та культурним питанням. Регіональні подкасти таким чином не тільки інформують слухачів, а й формують важливий інформаційний простір, в якому порушуються складні питання сучасності.

4. Створено подкаст “ВиТвір”, котрий являє собою проєкт, орієнтований на залучення слухача до ознайомлення з мистецькими об'єктами й історичними подіями, а також дозволяє стати безпосереднім свідком масштабування культурної спадщини, втіленої у формі фестивалів, виставок чи волонтерських урбаністичних толок. Його мета – сприяти популяризації локальної культури, створення платформи для обговорення важливих тем, а також підтримка

національної свідомості. У проєкті активно використовуються інтерв'ю з місцевими митцями та культурними діячами, що дозволяє підкреслити роль індивідуальних історій у збереженні культурної ідентичності.

5. Здійснено опитування цільової аудиторії подкасту “ВиТвір”. Наголошено, що періодичне застосування таких досліджень дозволить створювати більш таргетований контент та відповідно корисніші новинні подкасти. На основі відповідей рецензентів сформульовано приблизний макет актуального та вірального новинного подкасту: інформаційна бесіда з елементами експертних думок про кінематограф, хронометражем від 30 до 40 хвилин. Дослідження потреб аудиторії сприятиме оптимізації подальшої роботи над створенням наступних епізодів подкастів.

6. За підсумками дослідження запропоновано поради для авторів, зацікавлених у створенні регіонального подкасту культурного спрямування. Зокрема запропоновано, щоб подкастери на регіональному рівні приділяли більше уваги історичному контексту та питанням локальної ідентичності, застосуванню соціальних мереж для розширення аудиторії: Telegram – для постів-анонсів та закулісся, YouTube – для відео-подкастів. Необхідно постійно стежити за тенденціями та вчасно адаптувати подкасти до запитів слухачів, а отже регулярно досліджувати потреби аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабич Є. В. Культурно-історична проблематика в українському подкастингу під час війни [Електронний ресурс] // Запорізький національний університет - Кваліфікаційна робота бакалавра, 2023. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/12686/1/Babich%202023.pdf> (дата звернення: 05.06.2024 ).
2. Безкровний Р. (2024) Подкаст "ВиТвір" [Video podcast] Gromada.Group Retrieved from <https://gromada.group/news/podkast-vitvir> [Аудіоподкаст, українською мовою].
3. Білоус Ю. Українські подкасти про війну [Електронний ресурс] // Сенсор - Культура, 21.02.2024. URL: <https://sensormedia.com.ua/culture/ukrainski-podkasty-pro-viynu/> (дата звернення: 25.06.2024).
4. Булах Т. Д. Класифікація подкастів як наукова проблема [Електронний ресурс] // Прикладні соціально-комунікаційні технології - Том 34 (73) № 6 2023 URL: <http://surl.li/ovgdqr> (дата звернення: 25.06.2024).
5. Бринза О., Малевська М. (2024) Подкаст “Станція “Держпром”” [Audio podcast] Накипіло Retrieved from <http://surl.li/fqznvw> [Аудіоподкаст, українською мовою].
6. Вальтер-Буйнова Н. (2024) Подкаст “Я – культура” [Audio podcast] Накипіло Retrieved from <https://radio.nakypilo.ua/shows/ya-kultura/> [Аудіоподкаст, українською мовою].
7. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа [Електронний ресурс] // Образ. – Випуск 1 (38) ‘2022 URL: [https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/7\\_Havryliuk\\_38.pdf](https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/06/7_Havryliuk_38.pdf) (дата звернення: 28.07.2024).
8. ГО Культурна Медіальна (2024) Подкаст “Поміж” [Audio podcast] romizh.media Retrieved from <http://surl.li/xdinvl> [Аудіоподкаст, українською мовою].

9. Горобець, В. В. Подкастинг як формат персоналізації контенту локального медіа в Україні : магістерська дис. : 061 Журналістика / Горобець Вікторія Вячеславівна. - Київ, 2023. - 115 с.
10. Грицик Н. В. Технологія подкастинг у викладанні іноземної мови (за професійним спрямуванням) [Електронний ресурс] // ВІСНИК №124 : УДК 378.141: 371.134, 2015 URL: <http://surl.li/utlagr> (дата звернення: 18.08.2024).
11. Детектор медіа Кропивницьке видання «Гречка» запровадило на своєму сайті можливість залишити журналістам чайові [Електронний ресурс] // інфо-простір - новини, 28.11.2023. URL: <http://surl.li/dofuan> (дата звернення: 20.08.2024).
12. Детектор медіа Подкаст «Баланс білого» номінували на премію Megogo «Слушно–2023» [Електронний ресурс] // інфо-простір - прес-релізи, 12.09.2023. URL: <http://surl.li/ttufcf> (дата звернення: 25.07.2024).
13. Детектор медіа Під час війни збільшився попит на історичні та культурні подкасти Суспільного – Дмитро Афанасьєв [Електронний ресурс] // інфо-простір - новини, 04.11.2022. URL: <http://surl.li/lpnkpx> (дата звернення: 13.08.2024).
14. Дикань Ф. (2024) Подкаст “Харківські історії” [Audio podcast] Накипіло Retrieved from <http://surl.li/enufhn> [Аудіоподкаст, українською мовою].
15. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо [Електронний ресурс] // ТЕЛЕ- ТА РАДІОЖУРНАЛІСТИКА. 2017. Випуск 16. С. 97–101 URL: <http://surl.li/mvjgui> (дата звернення: 17.07.2024).
16. Дубенська О. Ви повинні це почути: як українські медіа освоюють подкастинг [Електронний ресурс] // Редакторський портал - Дозвіл, Інновації, 26.04.2021 URL: <http://surl.li/jedyix> (дата звернення: 12.06.2024).
17. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі [Електронний ресурс] // Adsider : стаття. URL: <http://surl.li/zthxlk> (дата звернення: 08.06.2024)
18. Жилінська С. Подкастинг як перспективний напрям популяризації краєзнавчих ресурсів бібліотеки [Електронний ресурс] // Бібліотечний форум: історія, теорія і практика № 1 (35) 2024. URL:



[https://libkor.com.ua/storage/php/periodic\\_theme\\_files/podkasting.pdf](https://libkor.com.ua/storage/php/periodic_theme_files/podkasting.pdf)

(дата

звернення: 19.06.2024).

19. Жуков І. (2024) Подкаст “Культурна перемога” [Audio podcast] Gromada.Group Retrieved from <https://gromada.group/news/podkasti-proyektu-kulturna-peremoga-igorya-zhukova> [Аудіоподкаст, українською мовою].

20. Звягінцева А. А. Концепт «війна» у сучасних подкастах: формально-змістові характеристики проєктів [Електронний ресурс] // Запорізький національний університет - Кваліфікаційна робота магістра, 2023. URL: <http://surl.li/baqchy> (дата звернення: 27.07.2024).

21. Зуб Е. (2022) Подкаст “П’ятеро з ломбарду” [Audio podcast] Суспільне Харків Retrieved from <http://surl.li/pxhmvd> [Аудіоподкаст, українською мовою].

22. Інститут масової інформації У регіональних медіа стало менше новин про війну: дослідження ІМІ [Електронний ресурс] // Дослідження - Дослідження контенту, 07.06.2024. URL: <http://surl.li/yoqzqz> (дата звернення: 09.08.2024).

23. Кіщинська К. (2023) Подкаст “Дефіляда: Харків” [Audio podcast] Teenside Retrieved from <https://creators.spotify.com/pod/show/defilyada> [Аудіоподкаст, українською мовою].

24. Кругова К. Олексій Кушнір про війну та студію «IZONE Media» [Електронний ресурс] // Свідомі - інтерв’ю, 06.06.2022. URL: [https://svidomi.in.ua/page/08\\_07\\_2022\\_054008](https://svidomi.in.ua/page/08_07_2022_054008) (дата звернення: 10.09.2024).

25. Кулешов О., Ковальчук В. (2023) Подкаст “Подкаст Харків” [Video podcast] Retrieved from <https://www.youtube.com/@kharkivpodkast> [Аудіоподкаст, українською мовою].

26. Лодкіна Н, Лук’яненко О. (2021) Подкаст “У меня было” [Audio podcast] FILM.UA и MBR Retrieved from <https://podcasts.nv.ua/ru/podcast/51-u-menya-bylo.html> [Аудіоподкаст, російською мовою].

27. Люлько А. О. Порівняльний аналіз становлення та розвитку новітніх медіа в США та Україні [Електронний ресурс] // Могилянська Школа Журналістики - Кваліфікаційна робота магістра, 2008. URL: <http://surl.li/jygvth> (дата звернення: 10.06.2024).

28. Малєвська М. (2024) Подкаст “Public Talk” [Audio podcast] Накипіло Retrieved from <https://podcasts.apple.com/ua/podcast/public-talk/id1609658795?l=ru> [Аудіоподкаст, українською мовою].
29. Мироненко І. (2024) Подкаст “Градусник” [Audio podcast] Gromada.Group Retrieved from <https://gromada.group/news/podkast-gradusnik> [Аудіоподкаст, українською мовою].
30. Міський В. (2024) Подкаст “Рускій фейк: стукіт з дна” [Audio podcast] Детектор медіа Retrieved from <https://podcasts.nv.ua/podcast/330-russkiy-fake-idi-na.html> [Аудіоподкаст, українською мовою].
31. Мудра І., Майхровська Ю. ВИДИ ТА ЖАНРИ АУДІОПОДКАСТІВ ВІД ЗМІ [Електронний ресурс] // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”: журналістика, № 1 (5), 2023 URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/feb/29879/8.pdf> (дата звернення: 08.06.2024).
32. Мунтянов В.Ю. Подкасти в воєнний час: специфіка створення і розповсюдження [Електронний ресурс] // Запорізький національний університет - Кваліфікаційна робота магістра, 2023. URL: <http://surl.li/kmgliq> (дата звернення: 15.07.2024).
33. Мурі Є. "Книгосховище" — подкаст про книжки від Радіо Культура [Електронний ресурс] // Суспільне культура - стаття, 2022. URL: <http://surl.li/uhmqpz> (дата звернення: 01.08.2024).
34. Носков В. (2024) Подкаст “Пліч-о-пліч” [Audio podcast] Радіо Накипіло Retrieved from <http://surl.li/ldhqcu> [Аудіоподкаст, українською мовою].
35. Павлій І. В. Подкастинг в системі сучасного радіомовлення України [Електронний ресурс] // Маріупольський державний університет - кваліфікаційна робота, 2021. URL: <http://surl.li/vyiiez> (дата звернення: 20.07.2024)
36. Поліковська Ю. Оголосили переможців премії для подкастерів «Слушно» від Megogo Audio [Електронний ресурс] // Детектор медіа - Що нового, 2023. URL: <http://surl.li/kazhku> (дата звернення: 22.06.2024).

37. Поліковська Ю. Megogo Audio представило дослідження ринку українських подкастерів [Електронний ресурс] // Детектор медіа - Що нового, 2023. URL: <http://surl.li/ncoeid> (дата звернення: 07.08.2024).
38. Піхтерева А. (2024) Подкаст “Вона. Війна” [Audio podcast] Радіо Накипіло Retrieved from <http://surl.li/kblvkx> [Аудіоподкаст, українською мовою].
39. Рокицька В. Подкаст це: все, що вам потрібно знати про створення подкастів [Електронний ресурс] // KyivPost : стаття , 19.03.2024 URL: <https://www.kyivpost.com/uk/post/29700> (дата звернення: 24.06.2024).
40. Рублевська Р., Спірін Є. Якщо ви ще не слухаєте подкасти, саме час почати! Ми запитали найкращих подкастерів України, що вони слухають самі. [Електронний ресурс] // Бабель - спонсорський проєкт, 23.11.2021. URL: <http://surl.li/cosfml> (дата звернення: 06.09.2024).
41. Семенюта І. Оголошені переможці премії «Слушно-2024» від Megogo Audio [Електронний ресурс] // Детектор медіа - новини, 2024. URL: <http://surl.li/vkercc> (дата звернення: 03.10.2024).
42. Сергієнко А. Ринок подкастингу в Україні та світі [Електронний ресурс] // Speka : Подкастинг, 27.05.2024 URL: <https://speka.media/rinok-podkastingu-v-ukrayini-ta-sviti-v450re> (дата звернення: 04.07.2024).
43. Суспільне Харків (2022) Подкаст “Пошрамований” [Audio podcast] Суспільне Харків Retrieved from <http://surl.li/vdivmw> [Аудіоподкаст, українською мовою].
44. Трембовецький К., Рудь М. (2024) Подкаст “ХПЗП” [Audio podcast] САМВИДАВ Retrieved from <https://www.youtube.com/@HPZPodcast> [Аудіоподкаст, українською мовою].
45. Туча О. Цукр відновлює «Подкаст про Суми»: дивіться перший випуск нового сезону [Електронний ресурс] // цукр. - новини, 24.05.2024. URL: <https://cukr.city/news/2024/podkastprosumy/> (дата звернення: 05.08.2024).
46. УКРІНФОРМ. Основними джерелами інформації для більшості українців є Telegram-канали та YouTube [Електронний ресурс] // Суспільство : стаття 28.10.2024 URL: <http://surl.li/ibzste> (дата звернення: 29.10.2024)

47. Українська правда Чому вони крадуть? [Електронний ресурс] // Подкасти, 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/podcasts/63357213551de/> (дата звернення: 28.08.2024).
48. Федоркова Т. (2024) Подкаст “Особова справа” [Audio podcast] Радіо Накипіло Retrieved from <http://surl.li/mjensv> [Аудіоподкаст, українською мовою].
49. Федоркова Т., Носков В. (2024) Подкаст “Герої Харкова” [Audio podcast] МедіаПорт Retrieved from <https://mediaport.ua/category/podkasty/heroj-kharkova/> [Аудіоподкаст, українською мовою].
50. Фролов П. А. Українські подкасти про кіно: формально-змістові характеристики [Електронний ресурс] // Кваліфікаційна робота бакалавра. Запоріжжя - 2024 URL: <http://surl.li/cxzjls> (дата звернення: 10.10.2024).
51. Хаустова Л. Що таке "подкасти" і чому вони набувають популярності [Електронний ресурс] // Сайт Слов'янська : стаття, 17.08.2021. URL: <http://surl.li/tsrflf> (дата звернення: 08.07.2024).
52. Чепайкін І. Щоденник війни від журналістки, авторки подкастів "Акустика тіней", "Я знаю, як це" Іванни Шкромиди [Електронний ресурс] // Truthfull reporting - Щоденник війни, 25.12.2022. URL: <http://surl.li/cmwodi> (дата звернення: 17.08.2024).
53. Чешко К., Федоркова Т. (2023) Подкаст “Воєнний Харків” [Audio podcast] МедіаПорт Retrieved from <http://surl.li/hujpkr> [Аудіоподкаст, українською мовою].
54. Чиж Д. С. Вплив повномасштабної війни на ринок українських подкастів [Електронний ресурс] // Національний університет «Києво-Могилянська академія» - Магістерська робота, 2023. URL: <http://surl.li/tsgvsq> (дата звернення: 18.09.2024).
55. Шишков Д. Ф. Український подкастинг в умовах війни [Електронний ресурс] // Кваліфікаційна робота магістра. Запоріжжя – 2022. URL: <http://surl.li/eoinzi> (дата звернення: 20.09.2024).

56. Termin.in.ua. Подкаст – що це таке, види та формати подкастів. Хто такий Подкастер [Електронний ресурс] // Наука і Технології - статті. URL: <http://surl.li/bbfsid> (дата звернення: 28.10.2024).
57. The Ukrainians Культурний трибунал [Електронний ресурс] // NV ПОДКАСТИ - Культура, 2023. URL: <http://surl.li/xwwggo> (дата звернення: 21.09.2024).
58. Wikipedia. Слушно (аудіопремія) [Електронний ресурс] // Головна сторінка - стаття, 02.03.2024. URL: <http://surl.li/gsdhci> (дата звернення: 21.09.2024).
59. Marketing Media Review. Премія «Слушно» назвала найкращі українські подкасти 2023 року. [Електронний ресурс] // MMR - Тренди, 2023. URL: <http://surl.li/opysdt> (дата звернення: 22.09.2024).
60. Podtail, Епізоди [Електронний ресурс] // MovieHub - ТБ і кіно, 2023. URL: <http://surl.li/iseqsg> (дата звернення: 22.09.2024).

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Результати опитування цільової аудиторії подкасту Витвір

Рис. 1

Тематичне орієнтування в регіональних подкастах Харківщини під час війни

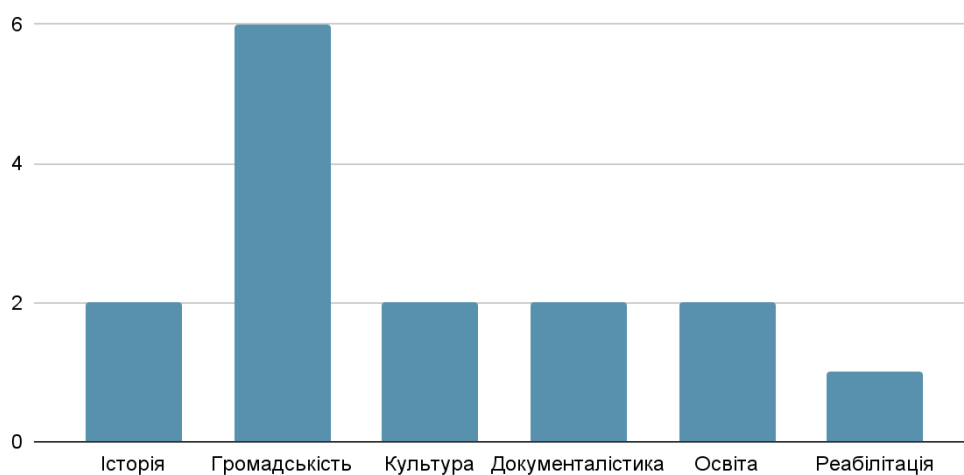


Рис. 2

Стиль спілкування ведучих у регіональних подкастах

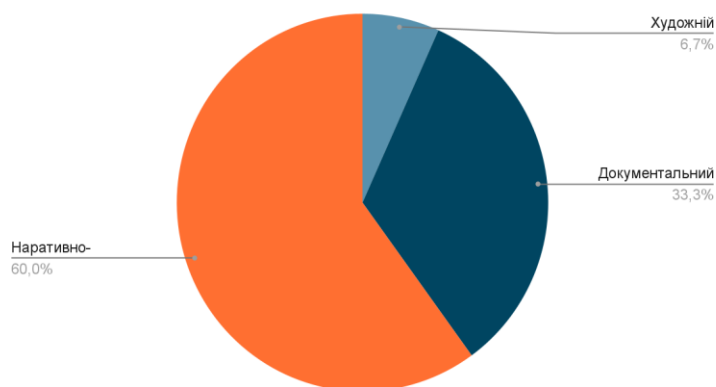


Рис. 3

## Жанрові переваги у регіональних подкастах

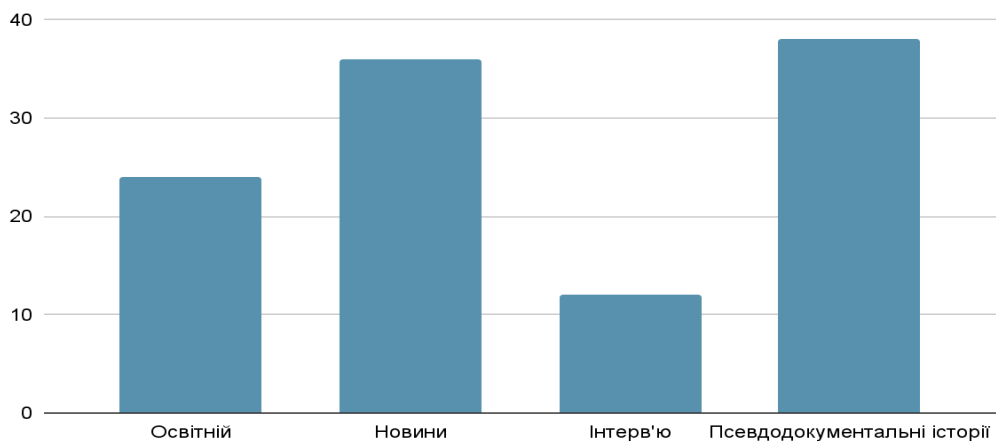


Рис. 4

## Ключові слова в подкастах Харківщини під час війни

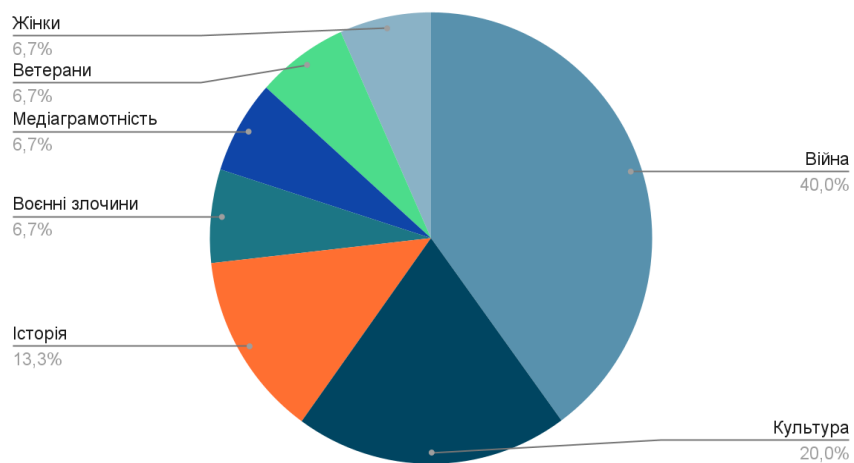


Рис. 5

Вкажіть Ваш вік:

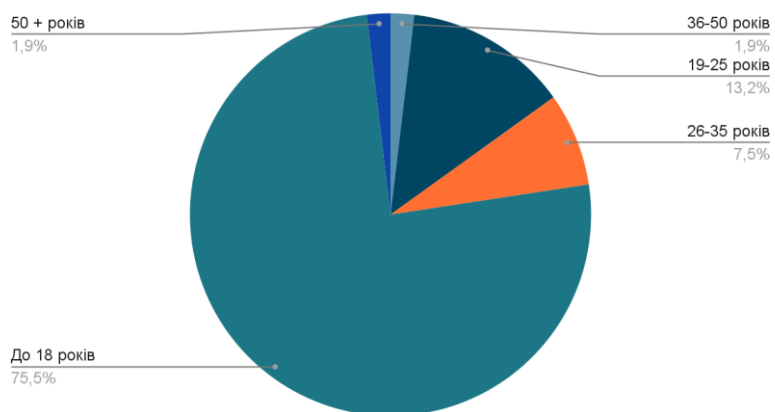


Рис. 6

Скільки годин на день ви слідкуєте за новинами?

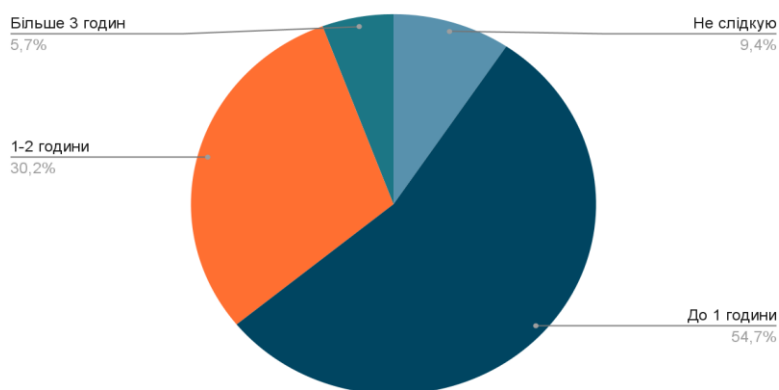


Рис. 7

У якому форматі Вам зручніше спостерігати за новинами:

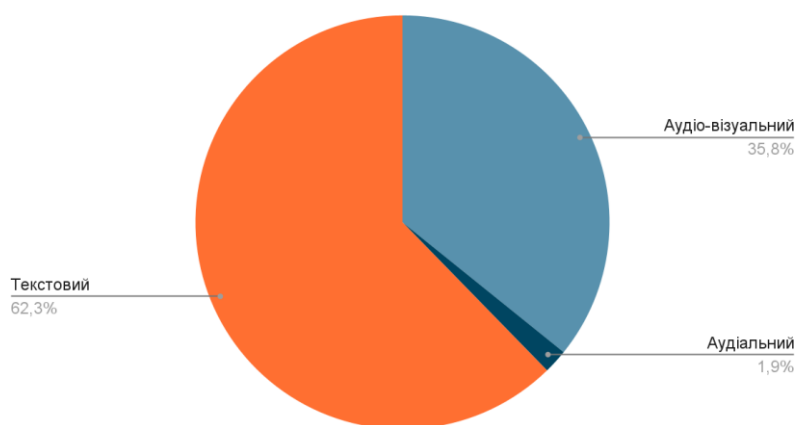


Рис. 8



В якому жанрі новинні подкасти цікавлять Вас більше:

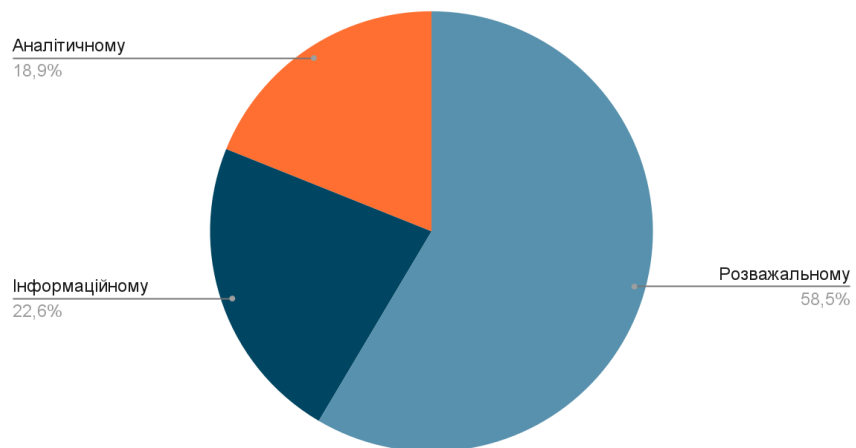


Рис. 9

Ви надаєте перевагу випускам подкасту у такій формі спілкування:

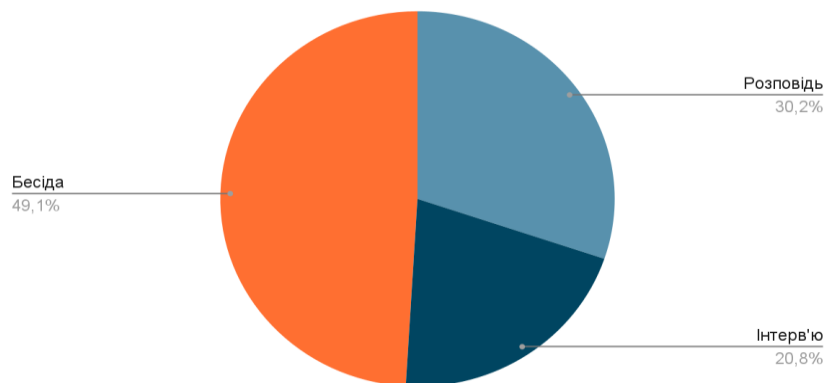


Рис. 10

Що є більш цікавим для Вас в питанні висвітлення інформації запрошеним гостем:

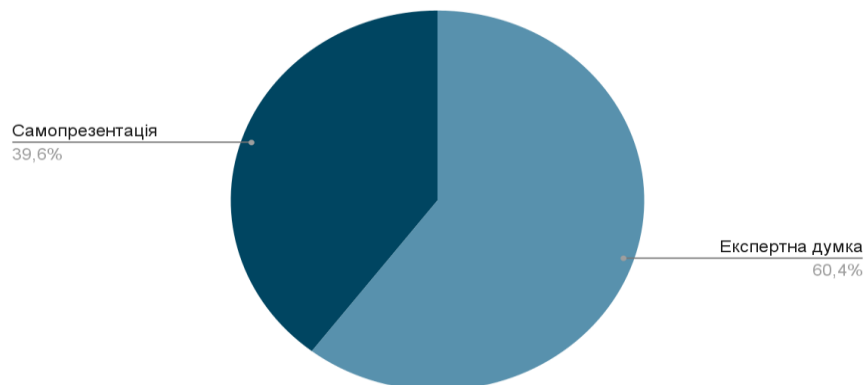


Рис 11

З яким хронометражем цікавіше дивитися подкасти:

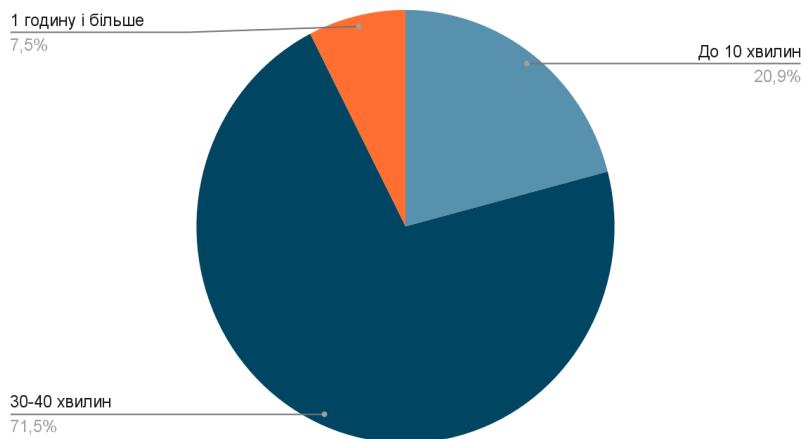


Рис. 12

Подкасти про який вид мистецтва Вам хотілось би дивитися найбільше?

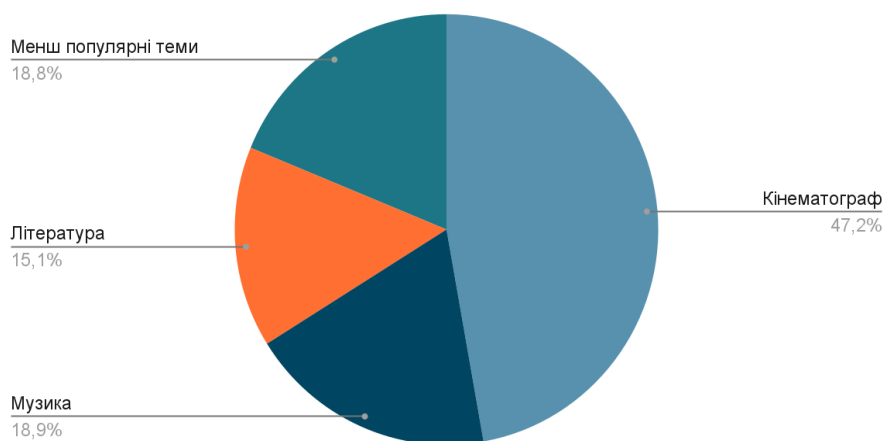


Рис. 13