

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ  
ГАЛИЦЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
ІМЕНІ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА  
Кафедра видавничої справи та медіакомунікацій**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА (БАКАЛАВРСЬКА) РОБОТА  
за спеціальністю 061 Журналістика  
(Освітньо-професійна програма  
«Видавнича справа та медіакомунікації»)**

**Створення циклу подкастів інтерв'ю з успішними випускниками  
Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола: авторський проект**

**Creating a Series of Interview Podcasts with Successful Graduates of  
Halytskyi College named after Viacheslav Chornovil: Author's Project**

Виконала: студентка II курсу, групи Жб-21  
Капітан Владислава Сергіївна

Керівник: професор кафедри видавничої  
справи та медіа комунікацій Галицького  
коледжу ім. В. Чорновола  
Фінклер Юрій Едуардович

Рецензент: кандидат наук із соціальних  
комунікацій, доцент кафедри журналістики  
та засобів масової комунікації  
Національного університету  
«Львівська політехніка»  
Семен Наталія Федорівна

Тернопіль – 2022

## Анотація

Капітан В. С. Створення циклу подкастів інтерв'ю з успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола: авторський проєкт. Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола, Тернопіль, 2022.

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена створенню циклу подкастів інтерв'ю з успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола.

Проаналізовано ринок подкастів та на основі уже наявних створено свій. Виявлено головні та інструкції у побудові та створенні подкасту. Подані інструкції стали корисними під час створені аудіопродукту.

Створено подкасти із успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола (Андрій Орляк, Ольга Боднар та Марта Журавель).

Ключові слова: *Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола, інтерв'ю, моушн-дизайнер, подкаст, подкастинг, тележурналіст.*

## Abstract

Kapitan V. S. Creating a Series of Interview Podcasts with Successful Graduates of Halytskyi College named after Viacheslav Chornovil: Author's Project. Ternopil, 2022.

The bachelor's thesis is dedicated to creating a series of podcasts of interviews with successful graduates of Halytskyi College named after Viacheslav Chornovil. The podcast market was analyzed and based on existing ones, one was created. The main and instructions in building and creating a podcast are revealed. The provided instructions became useful during the creation of the audio product.

Podcasts have been created with successful graduates of Halytskyi College named after Viacheslav Chornovil (Andriy Orlyak, Olga Bodnar and Marta Zhuravel).

Keywords: Halytskyi College named after Viacheslav Chornovil, interview, motion designer, podcast, podcasting, TV journalist.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ.....	6
РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ .....	9
2. 1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів.....	9
2. 2. Структура .....	10
2. 3. Жанрова палітра.....	11
2. 4. Зображальний матеріал та особливості оформлення.....	12
2 .5. Авторська ідея.....	12
2. 6. Особливості аудиторії.....	13
РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ .....	15
ВИСНОВКИ.....	16
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	18
ДОДАТКИ.....	20

## ВСТУП

Сьогодні у світі за допомогою різноманітних технологій поширення інформації відбувається дуже швидко. Через великий потік та оновлення інформації реципієнти не завжди встигають слідкувати за контентом.

«Сучасне суспільство намагається використовувати свій час із користю. Отримувати інформацію, відкривати для себе щось нове і при цьому залишатися дома. Тому одним з головних трендів останніх часів в українському медіапросторі є подкасти, які збирають чимало прослуховувань та завантажуваль. Якщо в англomовному світі подкасти вже давно завоювали прихильність слухачів та сформували власний ринок, то в Україні він тільки розвивається. Наприклад, у США понад половина населення постійно слухає різноманітні подкасти» - розповідає І. Мащенко [10, с. 55]. «І хоча український ринок подкастів лише формується, за останній рік було запущено декілька цікавих проєктів. Наприклад, подкасти створюють чимало відомих медіа: НВ, Українська правда, TheVillage тощо. Крім цього, власні подкасти запускають організації, бізнес-школи та просто активні українці» [2].

Невелика кількість та помітна увага до цього медіапродукту зумовлює **актуальність** бакалаврської роботи, оскільки вперше створюється цикл подкастів із випускниками-журналістами. Особливістю цього циклу є те, що можна самостійно обирати, який подкаст прослухати та зробити це у будь-який час. Інформація, що міститься у інтерв'ю, користуватиметься попитом, адже там не лише цікаві факти та історії випускників Галицького коледжу, але й поради від відомих журналістів, які роками працюють у медіа.

**Мета** роботи — створити цикл подкастів інтерв'ю з успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола.

Для окреслення поставленої мети потрібно виконати такі **завдання**:

- провести емпіричні дослідження щодо збору інформації про успішних журналістів-випускників навчального закладу;
- виявити головні та інструкції у побудові та створенні подкасту;

- зробити огляд ринку подкастів України;
- створити подкаст із тележурналістом «1+1» Андрієм Орляком;
- створити подкаст із тележурналісткою «Тернопіль 1» Ольгою Боднар;
- створити подкаст із телекореспонденткою, телеоператоркою та моушн-дизайнеркою Мартою Журавель.

**Предметом** дослідження є інтерв'ю з успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола.

**Об'єктом** дослідження є типологічні, концептуальні та структурні особливості подкастів.

Для виконання роботи були застосовані такі **методи дослідження**:

- метод індукції — на основі конкретного про подкасти зроблено висновок щодо особливості їх підготовки;
- описовий метод, який дав можливість проаналізувати проекти, які займаються створенням авторських подкастів;
- метод опису, завдяки якому вдалось охарактеризувати створення циклу подкастів;
- метод аналізу застосовано під час огляду ринку подкастів в Україні.

**Структура роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел (16 позицій), додатків та практичної частини. Загальний обсяг роботи — 26 сторінки друкованого тексту. Основний текст викладено у трьох розділах, які займають 10 сторінок. Також практичного додатку — циклу подкастів, який складається із 3-х випусків, середня тривалість яких 27 хвилин.

## РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

«Останніми десятиліттями активного розвитку та поширення набуває подкастинг. Подкастингом займаються невідомі та медійні організації (BBC, «Deutsche Welle», «Радіо Свобода», «TED Talks», «The Business of Fashion», «Громадське радіо», радіо «Аристократи», «KMBS (Києво-Могилянська бізнес-школа)», газети «The Guardian», «Washington Post», «The New York Times» та ін.), також представники громадянської журналістики» [5].

Щоправда, думки дослідників щодо визначення терміну «подкаст» дещо розділились.

Дослідниця А. Дмитришина подкастингом називає новий формат поширення аудіоінформації. «Подкаст – цифровий аудіофайл, який поширюється Інтернетом та призначений для відтворення на програвачах чи комп'ютерних програмах» [5].

Дещо по-іншому трактують визначення терміну «подкаст» у «Великій українській енциклопедії». «Подкаст багатозначний термін:

1) серія цифрових аудіо- чи відеоепізодів, які розміщують на веб-сайті та у доступності для завантаження та ознайомлення.

2) Окремий епізод (файл) такої серії» [1].

Подкасти як аудіо продукція почали спершу зароджуватись у європейських країнах, а вже згодом почали активно розвиватись в Україні.

«У жовтні 2000 інтернет-активіст Трістан Луїс (Tristan Louis, народився в 1971) запропонував ідею приєднання аудіо- та відеофайлів в RSS-канал (RSS feeds). Задум був реалізований програмістом Дейвом Вайнером (Dave Winer, народився в 1955). Це стало основою для розвитку подкастингу.

«У вересні 2003 Дейв Вайнер та радіоведучий Крістофер Лайдон (Christopher Lydon, народився в 1940) підготували серію подкастів із 25 інтерв'ю.

«У жовтні 2003 на конференції «Blogger Con» Дейв Вайнер і Крістофер Лайдон презентували технологію подкастингу» [1].

«Через рік теле- та радіоведучий Адам Каррі (Adam Clark Curry, народився в 1964) створив перше подкаст-шоу «The Daily Source Code».

У 2004 термін «подкаст» запропонував журналіст Бен Хаммерслі (Ben Hammersley, народився в 1976), працюючи над статтею «Звукова революція» («Audible revolution») до «The Guardian»[1].

Щодо типології подкастів, то дослідник С. Данилюк виділяє 3 основні види подкастів:

- 1) «аудіоподкаст;
- 2) відеоподкаст;
- 3) скрінкаст, сутність якого полягає в записі дій на екрані комп'ютера разом із аудіо коментарями» [2].

У свою чергу, у «Великій українській енциклопедії» подкасти класифікують за критеріями.

1. **«Залежно від формату.** Виділяють аудіоподкаст та відеоподкаст. Різновидом відеоподкасту є скрінкаст та слайдкаст. Скрінкаст (videoscreencapture) — відеозапис інформації, виведеної на екран комп'ютера; часто супроводжується голосовими коментарями. Слайдкаст — відеозапис презентації з аудіодоріжкою.

2. **Залежно від періодичності.** Подкасти мають здебільшого визначену періодичність: щоденні, щотижневі випуски та ін., однак можуть виходити й спорадично.

3. **Залежно від тематики.** Більшість аудіо- та відеоподкастів мають чітку тематичну зорієнтованість: вивчення іноземних мов, подорожі та міста, розваги та музика, книги та кінофільми, винаходи і технології, політика, бізнес, маркетинг, саморозвиток тощо.

4. **Залежно від жанру.** У жанровому плані подкасти різноманітні: містять елементи інформаційного радіоповідомлення, радіозвіту, радіошоу, інтерв'ю, лекції та ін.

5. *Залежно від тривалості.* Подкасти мають різну тривалість: короткі (до 5 хв.), середні (20–40 хв.), довгі (понад годину), що залежить від концепції проекту» [1].

«Додатково науковець О. Дмитровський виділяє ще один вид подкасту – скайпкаст, який трактується, як записана за допомогою програми Skype голосова розмова, поширена переважно засобами подкастингу» [5].

Також науковець О. Дмитровський окремо подає класифікацію подкастів за жанрами. До них відносить:

- «аудіоблоги (аналог онлайн-щоденника);
- музика;
- техніка;
- комеді-подкаст;
- CoupleCasts (особисте життя авторів);
- аудіокниги;
- освітні подкасти;
- інтерв'ю;
- новини;
- політика;
- радіовистави й радіошоу;
- кіно;
- спорт;
- ігри» [5].

«В Україні ж найпоширенішими жанрами подкастів є музика, новини, інтерв'ю та кіно. Окрім того регулярно продукують аудіоконтент про науку, мистецтво, літературу, політику, психологію, історію, технології» [2].

Отож, під час написання бакалаврської роботи ми використовуватимемо типологію, яку подає «Велика українська енциклопедія», адже на нашу думку, за допомогою неї ми краще зможемо описати та детально охарактеризувати наш подкаст.



## **РОЗДІЛ II. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ**

### **2. 1. Обґрунтування інформаційного проєкту на основі аналізу інформаційного ринку; відмінності пропонованого продукту від вже існуючих продуктів**

«Активний розвиток подкастингу в Україні розпочався приблизно з 2019 року. Розпочалось усе із озвучування лонгрідів, великих за обсягом контентів, які потребують витрачання аудиторією значного часу для ознайомлення. За майже 3 роки з'явилося чимало подкастів на різну тематику, зокрема – про здоров'я, освіту, культуру та навчальні подкасти» [2]. Ринок подкастів в Україні ще не є сформованим, але останнім часом науковці почали активно досліджувати подкастинг, його аудиторію, вікові та гендерні особливості.

Сьогодні серед найпопулярніших авторських структур України є:

1. «Шит ай ноу Лайв.
2. Акустика тіней.
3. Макіавельки.
4. Kyiv Mohyla Business School.
5. Засновники»[8].

Усі вищезазначені подкасти стосуються проблем культури або освіти. Через великий попит та популярність такого виду аудіопродукції вони є актуальними, і цікавість до такого виду медіа спричинена особливістю авторської манери, подачею контенту (журналіст, який ставить цікаві питання, пропонуючи унікальний спосіб подачі контенту, звукове оформлення програми тощо).

Ознайомившись із вже існуючими подкастами, ми вирішили створити цикл подкастів інтерв'ю із успішними випускниками-журналістами Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола під назвою «Наших — знаємо». Вибір такої теми є актуальним.

По-перше, це єдиний на Тернопільщині цикл подкастів, який стосується інтерв'ю із журналістами. Тобто, раніше не виходили подкасти, де

б самі журналісти ділились досвідом та розповідали про свої історії успіху. По-друге, в Україні жоден навчальний заклад не випускає подкасти зі своїми успішними випускниками. А у загальному, в нашій країні, окрім Галицького коледжу, є ще лише один навчальний заклад, який випускає подкасти — це Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського (випускають подкасти, які стосуються вступної кампанії).

Актуальність створення такого виду подкастів зумовлено тим, що вперше у Тернополі та Україні виходитиме аудіопродукція (інтерв'ю) із відомими та успішними випускниками Галицького коледжу, які після закінчення навчального закладу працюють на центральних телеканалах країни.

## **2. 2. Структура**

Цикл подкастів «Наших — знаємо» складається із 3-х випусків передач. Хронометраж кожного випуску є середнім: тривалість 2-х записів складає 29 хвилин, а 3-го — 23 хвилини.

Подкасти можна віднести до рубрики культура, адже це інтерв'ю, у яких відомі журналісти розповідають про історію свого журналістського шляху та успіху.

Періодичність виходу подкастів: один раз на місяць. Адже у сучасних умовах доволі довгий час займає пошук успішних журналістів-випускників Галицького коледжу. Але у подальшому, коли подкаст набиратиме популярності, періодичність може змінитись – двічі на місяць. Не виключено, що додадуться нові рубрики, які стосуватимуться не лише успішних випускників-журналістів Галицького коледжу, але й випускників інших спеціальностей.

Стосовно запитань, які ставляться кожному журналістові, то їхня структура (база) є дещо схожою, але змінюється в залежності від особи нашого гостя: його місця та стажу роботи, специфіки роботи, бажання бути відвертим тощо.

Зокрема можна виділити таку основну структуру кожного випуску подкасту:

1. Підводка (Додаток А).
  2. Актуальне місце праці.
  3. Початок журналістської кар'єри.
  4. Чому саме журналістика?
  5. Загальний стаж в журналістиці?
  6. Що потрібно знати і вміти, щоб бути «хорошим» журналістом?
  7. Що знадобилось і стало корисним від одержаних в коледжі знань вже під час роботи, а що б ти вдосконалив?
  8. Перший авторський матеріал.
  9. Що найважче вдавалось у роботі?
  10. Чи було емоційне вигорання? Якщо так, то як вдалось його побороти?
  11. Як тобі працювати в часи війни?
  12. Як вдається впоратись з емоціями або не сказати щось зайвого?
  13. Поради майбутнім випускникам-журналістам Галицького коледжу;
  14. Прощання та побажання.
- У ході розмови кількість та тематика запитань могла змінюватись.

### **2.3. Жанрова палітра**

Особливість жанрової палітри циклу подкастів «Наших — знаємо» полягає у тому, що усі випуски є аудіопродукцією, а тому цей жанр – інтерв'ю. Вибір такого жанру зумовлений тим, що через різне географічне розташування, ситуацію в країні, поганим інтернет-сигналом у деяких регіонах нашої країни, такий спосіб проведення журналістської практики є найбільш зручним та практичним не лише для інтерв'юера, а й найкращим для інтерв'юваного.

Основною перевагою подкастів у вигляді інтерв'ю є те, що не потрібно витрачати багато ресурсів, – зокрема, це стосується технічного інвентарю. Цей жанр полегшує роботу для непрофесійного автора, адже якщо у нього виникають проблеми із відео (зйомка, монтаж, обробка), то у аудіоподкастах потрібно розібратись не з такою великою кількістю процесів та програм. Тому під час роботи над ідеєю ми вирішили, що наш цикл аудіо-подкастів будуть саме у жанрі інтерв'ю.

#### **2. 4. Зображальний матеріал та особливості оформлення**

Під час підготовки та монтажу подкастів ми використовували фонову музику. Усі вони взяті із сайту «Artlist», на якому знаходяться у вільному доступі та під час поширення чи публікування не потребують дозволів. Фонова музика усіх 3-х подкастів є різною, що покращує сприйняття та не створює ефекту типовості кожного випуску (Додаток Б).

Також кожен випуск має і зображальний елемент — заставку, яка усю програму супроводжує звуковий ряд. Заставку зроблено у інтернет-програмі «Vista Create» із використанням шаблону. Фото, яке використане для заставки, взято з вільного доступу у мережі Інтернет. Використані також 2 види шрифтів («EB Garamond» «Roboto»), які є стандартними для шаблону. Кегель шрифту залежить від важливості тексту на заставці, тобто найважливіше — більшим, а другорядне — меншим шрифтом (Додаток В).

#### **2. 5. Авторська ідея**

Ідея створення циклу подкастів «Наших — знаємо» полягає в тому, що вперше здійснено подібний аудіопродукт — інтерв'ю із успішними журналістами-випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола, які реально працюють в журналістиці.

Потенціал такого виду подкастів є великим, що пов'язано з актуальністю нашої роботи, тому така робота мала б викликати суспільне зацікавлення, адже, на мою думку, багато хто хоче знати про «інше» життя тих, кого ми бачимо на екранах або чуємо в етері.

Перспективи реалізації подібних програм у майбутньому полягають у тому, що згодом, коли наші подкасти будуть ще більш популярними, їх можна поширювати частіше, приблизно двічі на місяць. Також це можна робити за допомогою різноманітних програм та робити поширення у соціальних мережах та на платформі YouTube.

Назва подкастів «Наших — знаємо» символізує та підкреслює тему бакалаврської роботи. Це означає те, що наших випускників, успішних вихідців із навчального закладу, знаємо. І знаємо не лише ми, але й люди із різних куточків України.

## **2. 6. Особливості аудиторії**

Цикл подкастів «Наших — знаємо» розрахований на широке коло слухачів. Найбільший інтерес може викликати у студентів Галицького коледжу, які навчаються на спеціальності 061 «Журналістика», хочуть дізнатись та почути від «практиків» усі тонкощі роботи, труднощі та практичні поради. Також подкасти будуть цікаві для звичайних людей, які звикли бачити Андрія Орляка, Ольгу Боднар та Марту Журавель на телеекранах, а тепер у них з'явиться можливість почути, як насправді їм працюється, почути про цікаві випадки та як живуть та чим займаються за межами роботи.

Вікові особливості: особи від 18 до 60 років.

Гендерні особливості: розраховано як для чоловіків, так і для жінок.

Соціальні особливості: для людей різних соціальних груп.

Усі ці особливості були враховані під час роботи над ідеєю роботи.

Оскільки на тернопільському медійному ринку продукт такого вмісту з'явиться вперше, то в процесі роботи враховувались усі особливості, адже потрібно було знати на яку аудиторію ми розраховуємо.

У подальшому кількість та масштаби подкасту збільшаться. Частота виходу складатиме 2 рази на місяць, а тематика буде стосуватись не лише успішних журналістів-випускників Галицького коледжу, але й інших спеціальностей. Такий підхід дозволить збільшити аудиторію та викликати цікавість у більшої кількості людей.

Нам вдалось дізнатись реакцію аудиторії за допомогою публікування одного із подкастів у соціальній мережі «Facebook». Ідея створення подкасту із відомими журналістами сподобалась користувачам та викликала чимало реакцій та коментарів (Додаток Б).

### **РОЗДІЛ III. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ**

Творчий проєкт «Створення циклу подкастів інтерв'ю з успішними випускниками Галицького коледжу імені В'ячеслава Чорновола «Наших — знаємо»» представлений у структурованому вигляді. Цикл подкастів складається із 3-х випусків середньої тривалості.

Для технічного забезпечення використовувалось таке обладнання:

1. Ноутбук DELL attitude E5530 1000006215773.
2. Диктофон «Zoom. H1n» (Додаток Д).
3. Телефон «Xiaomi Redmi Note 9 4/128Gb».

До програмного забезпечення, яке було необхідним для виготовлення повноцінного циклу подкастів використовувались такі програми:

1. Для роботи зі звуком — «Adobe Audition CC 2018 11.0.1».
2. Матеріали для підготовки до запису набрано за допомогою програми «Microsoft Word 2010».

## ВИСНОВКИ

Перед початком написання бакалаврської роботи ми ставили перед собою ряд завдань, які ми намагались виконати, втіливши задум у журналістську практику. Ми провели емпіричні дослідження та зібрали інформації про успішних журналістів-випускників навчального закладу, з'ясували, що журналістів-випускників коледжу, які зараз працюють за професією, є небагато. Перед початком роботи ми активно вивчали типологічні та структурні особливості подкастів, щоб створити новий та актуальний медійний продукт. Нарешті, ми виявили ключові вимоги до побудови та створення подкасту.

Нам вдалось зробити огляд ринку подкастів України, під час якого ми з'ясували, що в країні подкасту подібного контентного наповнення не існує. Адже подкастинг — це доволі новий напрямок журналістської практики, а тому ринок подкастів ще не є розвиненим, а почне нормально функціонувати вже за декілька років.

Ми зробили подкаст із тележурналістом каналу «1+1» Андрієм Орляком. Дізнались про його перші матеріали, про його військовий блогта про те, як він знаходить час для улюблених справ.

Також ми створили подкаст із тележурналісткою телекомпанії «Тернопіль 1» Ольгою Боднар; ми дізнались про те, як вона будувала свою журналістську кар'єру: копірайторка, а пізніше – телеведуча, про зйомки у перші дні війни та про те, як пані Ольга намагається впоратись із емоційним вигоранням.

Останній подкаст створений із тележурналісткою, телеоператоркою та моушн-дизайнеркою Мартою Журавель. Вона поділилась своїми враженнями від навчання в коледжі, розповіла про те, як їй вдавалось бути не лише тележурналісткою чи телеоператоркою, але й героїнею сюжетів. Отож, в процесі написання роботи нам вдалось виконати усі цілі та завдання, які ми ставили перед собою на самому початку роботи.



Для кращого контакту із інтерв'юйованим використано деякі журналістські прийоми. Зокрема, спочатку розмова не починалась відразу зі запитань, які потребувала тема. Для початку, щоб покращити та налаштувати співрозмовника на відкритість, то говорили про щось абстрактне та загальне. Також ще одним важливим прийомом під час роботи зі всіма журналістами був позитивний початок та все інтерв'ю, щоб отримати позитивні історії, які потребувала тема. Тому в цьому випадку використано саме такий прийом, щоб було відчутно щирість та позитивне налаштування.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%9F%D0%BE%D0%B4%D0%20%BA%D0%B0%D1%81%D1%82> (дата звернення: 29. 03. 2022).
2. Данилюк С. Подкаст як засіб формування професійної компетентності сучасних фахівців. URL: <https://qr.go.page.link/k5J8s> (дата звернення: 20. 04. 2022).
3. Дмитришин А. Аналіз аудиторії українського подкастингу. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/06/StudZbirnyk-2020-v2.0.pdf> (дата звернення: 20. 04. 2022).
4. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/teleradio/article/viewFile/1071/1060> (дата звернення: 11. 04. 2022).
5. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. URL: <http://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n14/tv14-19.pdf> (дата звернення: 15. 05. 2022).
6. Єлісєєв Ю. Ораторське мистецтво: Навч. посіб. Київ: Ділова Україна, 2002. 155 с.
7. Крайнікова Т. С., Водолазька С. А. Подкаст // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Подкаст> (дата звернення: 24.05.2022).
8. Кушнір О. ««Шит ай ноу Лайв», «Кляті питання», «Whatthefакт»та інші: 12 українських подкастів 2019 року. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrainian-podcasts/30356277.html> (дата звернення: 19. 05. 2022).
9. Лавриненко В. Слова невинні. URL: <http://radioskovoroda.com/program/Slova-nevynni> (дата звернення 15.04.2021).
10. Мащенко І. Хроніка українського радіо і телебачення в контексті світового аудіовізуального процесу. Київ: Україна, 2005. 382 с.

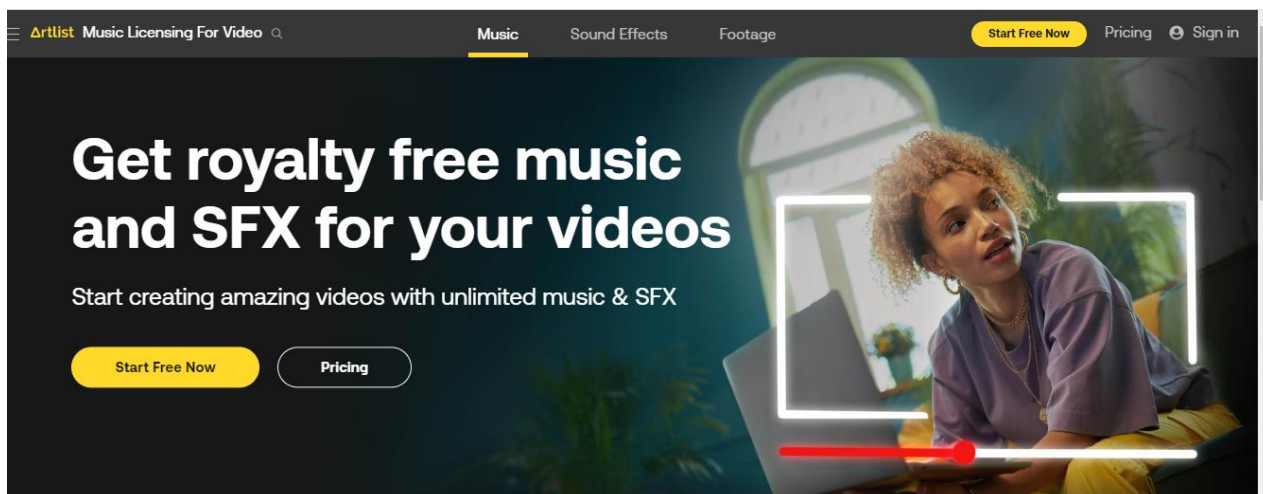
11. Мистецький фестиваль «І». Літературні балачки «До всіх своїх» . URL:<https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy8zNTgzMjhjNC9wb2RjYXN0L3Jzcw==> (дата звернення: 15.04.2021).
12. Міронченко В. Основи інформаційного радіомовлення: Підручник для студ. ун-тів спец. «Журналістика». Київ: ІЗМН, 1996. 438 с.
13. Подкасти: найшвидший шлях до зацікавлених. URL: <https://zounb.zp.ua/node/4226> (дата звернення: 24. 04. 2022)
14. Сапiон М. Велика пiдбiрка українських подкастiв. URL:<https://ain.ua/2019/12/21/bolshaya-podborka-ukrainskix-podkastov/> (дата звернення: 21.04.2021).
15. Хiвренко А. Що таке подкасти та як їх слухати? URL:<https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/> (дата звернення 20.05.2021).
16. Schlosser C. A. AudioinOnlineCourses: BeyondPodcasting. URL: [http://www.nova.edu/~burmeister/audio\\_online.html](http://www.nova.edu/~burmeister/audio_online.html). (дата звернення: 15. 04 2022).

## **ДОДАТКИ**

## **ДОДАТОК А. Підводка до одного із випусків**

Сьогодні поспілкуємось із дівчиною, яка пройшла шлях від копірайторки інтернет -видання до телеведучої аналітичних жанрів. Нині говоритимемо із Ольгою Боднар, вона родом із Тернопільщини, закінчила Галицький коледж, а зараз працює тележурналісткою на одному із місцевих телеканалів. Сьогодні говоритимемо, як із копірайтерки стала телеведучою, про зйомки у перші дні війни та як впоратись із емоційним вигоранням.

## ДОДАТОК Б. Програма «Artist»



# НАШИХ - ЗНАЄМО

АНДРІЙ ОРЛЯК

ВИПУСК 1

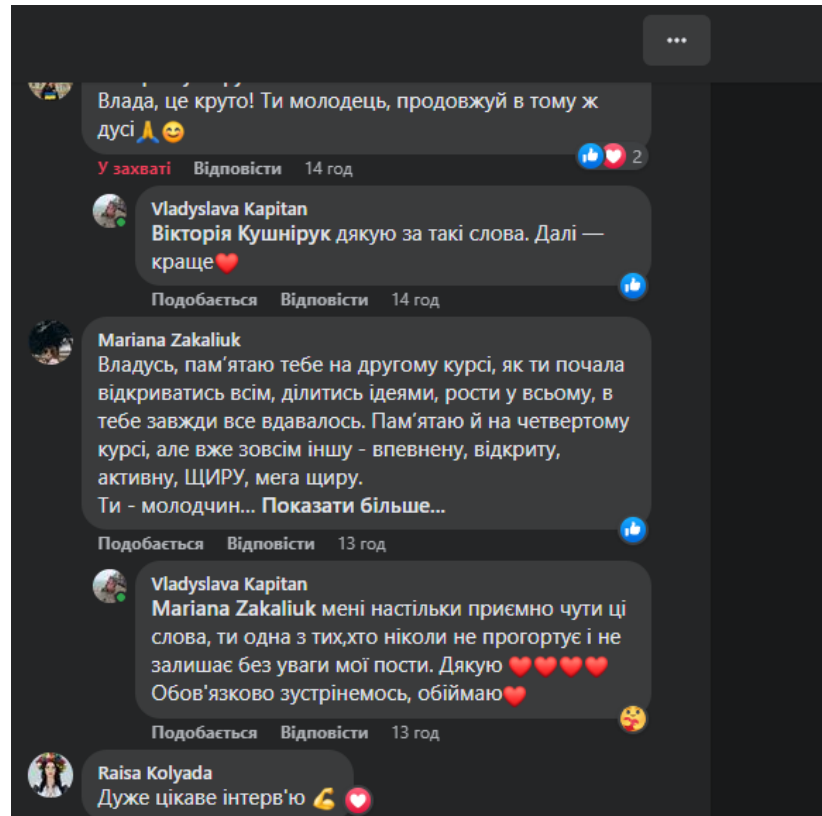


1:29

-2:32



## ДОДАТОК Г. Реакція аудиторії на подкаст «Наших — знаємо»





ДОДАТОК Д. Диктофон «Zoom. H1n»

## РЕКОРДЕР ZOOM H1N



## ДОДАТОК Е. Цикл подкастів