

**Катерина Ковалик,**  
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 061 Журналістика,  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка  
**Науковий керівник –**  
кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент,  
доцент кафедри журналістики  
Тернопільського національного педагогічного університету  
імені Володимира Гнатюка  
**Тетяна Решетука**

## **КНИЖКОВИЙ ПОДКАСТИНГ У ХХІ СТОЛІТТІ: СУЧАСНИЙ МЕДІАІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЛІТЕРАТУРИ**

У ХХІ столітті подкастинг перетворився на вагомий медіафеномен, який дедалі активніше конкурує з традиційним радіо та телебаченням. Зростання популярності подкастів пояснюється їхньою гнучкістю, доступністю, мінімальними тематичними обмеженнями та зручністю споживання. Подкасти дозволяють слухачам отримувати інформацію у зручний для них час, що стало особливо актуальним у динамічному ритмі сучасного життя. Від розважального контенту до глибоких аналітичних монологів – подкастинг охоплює широкий спектр тем, залучаючи аудиторію завдяки своїй адаптивності та свободі формату. Водночас подкастинг є новим способом журналістського висловлювання – вільним від жорстких сценарних рамок, що дозволяє автору проявити індивідуальність, експериментувати з формами та змістом.

Популярність подкастів зумовлена змінами в інформаційних потребах аудиторії. Вона орієнтується на лаконічний, швидкий та систематизований контент, що легко інтегрується в повсякденне життя. Це породжує потребу в нових медіаінструментах, які поєднують якість журналістського викладу з доступною подачею. Подкаст як формат дозволяє не лише інформувати, а й рефлексувати, аналізувати й формувати критичне мислення. Сьогодні ж вони є повноцінним складником мережевого медіапростору, де застосовуються як аудіо-, так і відеоформати. Особливо цікавим є розвиток тематичних подкастів, зокрема книжкових, які стають важливим інструментом популяризації літератури, просування культури читання та літературної аналітики.

Згідно з даними Edison Research, кількість подкастів у світі перевищила 4,2 мільйона станом на травень 2024 року. Щодня з'являється від 600 до 2800 нових епізодів. Високий рівень прослуховування зафіксовано в США, Південній Кореї, Іспанії, Великій Британії. У США щотижня подкасти слухає кожен п'ятий житель. У Південній Кореї – 58 % населення, а в Іспанії – 40 % щонайменше раз на місяць [5].

Український ринок подкастів перебуває на етапі становлення. Дослідження «Суспільного» у 2021 році зафіксувало 8,3 % слухачів подкастів серед українців. Тут переважають чоловіки (57,2 %) віком близько 31 року, жителі великих міст (69 %,) і особи з вищою освітою (55,8 %,). Найбільшою аудиторією подкастів у столиці – 11,6 %, далі на Півночі – 11,0 %, Півдні і в Центрі – 10,4 %, Сході – 7,8 %, і, накінець, на Заході України – 4,7 % [1]. Проблеми галузі – низький рівень монетизації, відсутність сталої інфраструктури та професійної підготовки. За даними MEGOGO Audio, лише 15,6 % авторів подкастів мешкають поза межами Києва та Львівської області, а для більшості (84,4 %) створення подкастів не є основним видом діяльності [4].

Американська школа журналістики (Р. Colin) розрізняє чотири основні формати:

- Solopodcast – монологічний формат.
- Interviewpodcast – інтерв'ю з гостями.
- Multi-hostpodcast – багатоголосий подкаст із кількома ведучими.
- Vidcast – відеоформат, що поєднує зображення й звук.

Українські науковці пропонують класифікацію за форматом подачі матеріалів: аудіоподкаст, відеоподкаст, скайпкаст, скринкаст [3].

Відеоподкасти стають дедалі популярнішими завдяки глибшій залученості глядача через мову тіла, емоції, графіку, візуальний контакт. Вони часто використовуються для інтерв'ю, публічних дискусій, літературних обговорень.

Окремої уваги заслуговує сегмент книжкових подкастів – це культурно-освітній формат, що об'єднує рецензію, огляд, особисту рефлексію та інтерв'ю. Подкасти про книги дозволяють відкрити нові сенси в літературі, представити автора та контекст твору, а також заохотити слухача до читання. У форматі подкасту література оживає через голос, емоцію, атмосферу, що неможливо передати текстом анотації чи рецензії.

Прикладами успішних українських подкастів, що популяризують книги і читання, є:

– «Книгосховище» – проєкт «Суспільного», де обговорюються українські й світові твори. Випуски – від коротких рекомендацій (3–15 хв) до глибоких аналітичних розмов (30–50 хв).

– «Запах слова» – відеоподкаст з критиком Євгеном Стасініновичем та стендап-коміком Сергієм Чирковим, де література поєднується з гумором і критикою.

– «Перефарбований лис» – освітньо-психологічний подкаст освітянки Валентини Мержиєвської та психологині Марії Діденко про українську літературу, з акцентом на її відображення в культурі та поведінці.

– «Кохання з другого погляду» – авторський проєкт письменника, доктора філософії і викладач кафедри літературознавства Києво-Могилянської академії Мирослава Лаюка, де класика світової літератури подається через призму сучасних цінностей.

– «Три сторінки на день» – читацький аудіощоденник журналістки Христини Дрогомирецької із суб'єктивними враженнями від прочитаного [2].

Аналіз популярних українських подкастів про книги і читання дозволив сформулювати критерії їх ефективності:

- тривалість епізодів не перевищує 30 хвилин;
- мультиплатформенність (Spotify, YouTube, Apple Podcasts тощо);
- поєднання змістового аналізу, емоцій, довідкової інформації;
- баланс між суб'єктивною оцінкою та об'єктивним аналізом;
- залучення слухача до діалогу, питання до аудиторії, заклики до обговорення.

Подкастинг – це не просто новий медіаформат, а повноцінне поле для журналістської творчості. Його переваги – мобільність, доступність, гнучкість – дають змогу виконувати традиційні завдання журналістики у сучасному вигляді. В українському контексті подкасти лише набирають обертів, але вже сьогодні їхній вплив на формування аудиторії, просування культури читання та створення якісного контенту є вагомим. Книжковий подкастинг є перспективним жанром сучасної журналістики. Він поєднує культурну місію, просвітницьку функцію та креативну подачу. У контексті цифрової доби подкаст може стати інструментом формування читацької культури, популяризації української літератури, розвитку критичного мислення. Подальше зміцнення цього напрямку можливе через підтримку авторських ініціатив, розвиток подкаст-мереж, залучення грантових програм та інтеграцію в освітній процес і розвиток монетизаційних стратегій.

### Список використаної літератури

1. Афанасьєв Д. Міжнародний день подкастів: як напрямок розвивається у світі та в Україні. *Сайт Суспільне. Культура*. URL : <https://salon.li/5b08642>
2. Грінченко О. 9 нових літературних подкастів, які ви могли пропустити. *Сайт Читомо*. URL : <https://chytomo.com/9-novykh-literaturnykh-podkativ-iaki-vy-mohly-propustyty/>
3. Досенко А. К. Подкаст-журналістика як популярний вид радіодіяльності в інтернеті в XXI столітті. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2018. № 4. С. 46–50.
4. Портрет українського подкастера: дослідження MEGOGO Audio. URL : [https://drive.google.com/file/d/1ie1N722fiVfJ0ScZ7zpYX59V8HFEJ1yd/view?fbclid=IwAR1Ma9UO0sjfnotC2See2XVow5zjluLisBhcoTucjGXkKN7X5rMIm\\_gfISU](https://drive.google.com/file/d/1ie1N722fiVfJ0ScZ7zpYX59V8HFEJ1yd/view?fbclid=IwAR1Ma9UO0sjfnotC2See2XVow5zjluLisBhcoTucjGXkKN7X5rMIm_gfISU)
5. The Podcast Consumer 2024. *Сайт Edison Research*. URL : <https://www.edisonresearch.com/the-podcast-consumer-2024-by-edison-research/>