

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«___» _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

СТВОРЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОДКАСТУ НА ТЕМУ
«НОМО_PSYCHOLOGIST»

Виконавець: Федоренко Катерина Степанівна

Керівник: доцент кафедри журналістики,

кандидат філологічних наук

Букіна Наталія Валеріївна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДКАСТИНГУ ЯК РІЗНОВИДУ НОВИХ МЕДІА.....	7
1.1 Передумови виникнення та сучасний стан подкастингу.....	7
1.2 Особливості створення та технічні аспекти функціонування подкасту.....	17
1.3 Аналіз українських подкастів про психологію.....	21
Висновки до розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ ПРО ПСИХОЛОГІЮ «НОМО_PSYCHOLOGIST».....	28
2.1 Концепція та етапи створення подкасту.....	28
2.2. Дизайн та наповнення контентом психологічного подкасту «Номо_psychologist».....	31
2.3. Розміщення подкасту на платформі та залучення цільової аудиторії.....	35
Висновки до розділу 2.....	41
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Тема створення подкасту про психологію є дуже актуальною в сучасному світі. Зараз люди стикаються зі зростаючою кількістю стресових ситуацій, психологічних проблем та нездорового способу життя. Це призводить до зменшення якості життя та погіршення психічного здоров'я.

У зв'язку з цим, знання про психологію стають все більш важливими, проте не всі люди мають можливість або бажання звертатись до професійних психологів. Тому, доступні та зрозумілі джерела інформації про психологію стають все більш потрібними.

Створення подкасту про психологію має великий потенціал для популяризації психології та допомоги людям в розвитку їхньої психологічної культури. Цей формат контенту є дуже зручним та доступним для прослуховування в будь-який час та в будь-якому місці.

Вивчення подкастів як медіаформату та їх впливу на сприйняття інформації відображено в публікаціях дослідників з різних країн світу. Деякі з них: Дмитровський О., Коваль С., Чак Томазі, Ті Морріс [3,4,7,13].

Основною тенденцією подкастингу на території України є його швидкий розвиток та зростання популярності серед молоді аудиторії. За останні кілька років українські подкасти з'явилися в різних жанрах – від інформативних та пізнавальних, до розважальних та лайфстайлових.

Зокрема, українські подкасти про психологію та саморозвиток стали все більш популярними, оскільки люди все більше цікавляться своїм розвитком та психічним здоров'ям.

Іншою важливою тенденцією є зростання кількості українських подкастерів та збільшення конкуренції на ринку. Це змушує авторів розвиватися та вдосконалювати свої програми, щоб привернути увагу слухачів. Крім того, дедалі більше компаній та медіа-платформ включають подкасти до своєї

стратегії маркетингу та реклами, що свідчить про зростаючу цікавість до цього формату в Україні.

Також стоїть відзначити, що українські подкасти стають все більш професійними та якісними. Більшість авторів розуміють, що для успіху потрібно не тільки цікавий контент, але й якісне виконання та звукове оформлення. Це сприяє зростанню популярності українських подкастів та їхньому визнанню на міжнародному рівні.

Метою дослідження є вивчення ефективності використання подкастів як нового способу розповсюдження інформації та створення подкасту про психологію «HOMO_PSYCHOLOGIST».

Для досягнення мети дослідження необхідно реалізувати наступні завдання:

1. Дослідити розвиток та сучасний стан подкастингу.
2. Охарактеризувати особливості створення та функціонування подкасту.
3. Проаналізувати українські подкасти про психологію.
4. Створити власний подкаст про психологію.

Об'єктом дослідження є подкастинг як інструмент популяризації психологічних знань та розвитку особистості в Україні.

Предметом дослідження є створення психологічного подкасту «Homo_psychologist»

Методи дослідження. До основних методів дослідження належать:

- аналіз літературних джерел, де будуть вивчені наукові та практичні матеріали з питань подкастингу, психології та медіа-комунікацій, а також статистичні дані та інші джерела, що стосуються обраної теми;
- опитування, які допоможуть вивчити думки, переконання та інтереси аудиторії щодо подкастів про психологію та їх використання;
- створення та аналіз власного подкасту, що дасть змогу з'ясувати ефективність та перспективи використання даного медіа-інструменту в популяризації психологічних знань та розвитку особистості;

- комплексний аналіз та порівняння результатів попередніх методів дослідження для з'ясування тенденцій та особливостей використання подкастів в психологічній галузі в Україні.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розкритті потенціалу використання подкастів в психологічній галузі, а також у вивченні інтересів та потреб аудиторії в цьому напрямку. Дослідження надасть можливість з'ясувати, які саме теми та формати подкастів є найбільш популярними серед слухачів, а також які технічні та змістовні аспекти допомагають залучити широку аудиторію до вивчення психологічних аспектів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для покращення виробничої діяльності в галузі подкастингу. Зокрема, результати дослідження можуть бути використані для розвитку стратегій популяризації подкастів, створення контенту, який більш ефективно взаємодіє з аудиторією, а також для підвищення якості продукту.

Дослідження може бути корисним для медіа-компаній та рекламодавців, які працюють з подкастами. Результати можуть допомогти їм зрозуміти сприйняття аудиторією реклами в подкастах та допомогти в плануванні рекламних кампаній. Крім того, результати дослідження можуть бути корисні для розвитку освітніх програм, пов'язаних з подкастингом, а також для формування правильної інформаційної політики, спрямованої на збільшення кількості слухачів та популярності подкастів в Україні.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на Науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки – 2023» та Другий науково-методологічний семінар: «Права людини: відображення у медіапросторі».

Публікації. Федоренко К.С. «Подкастинг як новий жанр журналістики». «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки»: матеріали XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених, Київ: НАУ, 2023, с. 285

Федоренко К.С. «Стереотипне сприйняття жіночої та чоловічої ролі у сфері ЗМІ» Другий науково-методологичний семінар: «Права людини: відображення у медіапросторі», Київ: НАУ, 2023, с. 169

Структура й обсяг курсового проєкту: робота складається зі вступу, 2 розділів (6 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (31 джерело). Загальний обсяг роботи становить 49 сторінок, основний текст викладено на 44 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПОДКАСТИНГУ ЯК РІЗНОВИДУ НОВИХ МЕДІА

1.1 Передумови виникнення та сучасний стан подкастингу

У сучасному світі, який перетворюється на глобальну цифрову діалектику, медіаформати не перестають змінюватися і пристосовуватися до нових реалій. Одним з нових медіаформатів є подкасти, який здобуває все більшу популярність серед користувачів інтернету.

Сьогодні подкастинг – це великий бізнес. Але так було не завжди. Коли цей термін з'явився вперше і протягом багатьох років після цього, мало хто знав, що він означає. І навіть якби вони це зробили, знання того, як слухати, могло б не входити в їхні навички. Однак сьогодні подкасти легко знайти, завантажити та споживати.

Подкаст – це аудіо, або відеофайл, який створюється та поширюється через інтернет. Він може містити різноманітний контент, такий як новини, розважальні програми, інформаційні передачі, дискусії на певну тему, лекції тощо. Головна відмінність подкасту від радіопрограми полягає в тому, що його можна завантажити та прослухати в будь-який зручний для слухача час. Подкасти стали дуже популярними в останні роки, і вважаються одним з найбільш ефективних засобів комунікації з аудиторією [1].

Понад десять років подкасти вважалися переважно радіопередачами, які люди записували та розповсюджували для прослуховування на iPod (або інших MP3-плеєрах). Через оригінальну природу iPod, коли Apple запровадила для них власну підтримку в iTunes, формат відкрився за межами тих ніш, які про нього вже знали. З часом Apple відокремить iTunes і подкастинг, запровадить спеціальну програму Podcasts на iPhone, а також службу Apple Podcasts для творців[2, с.11].

Саме тоді ці аудіофайли почали потрапляти в мейнстрім. Люди могли просто відкрити свої телефони, натиснути «Подкасти» та отримати рекомендації, з чого почати.

І в той самий час, коли все це відбувалося, YouTube також став другою за величиною пошуковою системою у світі, а також одним із сайтів з найбільшим споживанням медіа в інтернеті. І незважаючи на те, що це відеоплатформа, люди споживали там не тільки відеоконтент.

Історія виникнення подкасту, як вже було вище згадано, пов'язана з розвитком інтернет-технологій та з появою портативних пристроїв, таких як iPod від компанії Apple. У 2004 році американський журналіст та програміст Девід Вайнерт запропонував термін "подкастинг" (від "iPod" і "broadcasting") для опису технології створення та поширення аудіо- та відеоконтенту через мережу інтернет[4].

У той же час два інші програмісти, Енді Сміт та Едді Ван Аїк, розробили програмне забезпечення для автоматизації процесу створення та поширення подкастів. У 2005 році компанія Apple додала підтримку подкастів у своєму програмному забезпеченні iTunes, що дало можливість користувачам легко знаходити та підписуватись на різні подкасти[6].

З того часу подкасти стали досить поширеним медіаформатом, що надає можливість створювати та поширювати контент на різні теми, від новин та політики до розваг та релігії. З'явилися спеціалізовані сервіси для створення та розповсюдження подкастів, а також багато популярних радіостанцій та журналів почали створювати свої власні. Зараз подкасти доступні на різних мовах та на різних платформах, що дозволяє залучити аудиторію з усього світу[5, с.55].

2021 рік був значущим для індустрії подкастингу. Рік кількості подкастерів, слухачів і маркетологів було приголомшливим! Зростання подкастингу як популярного медіа продовжилось у 2022 році, зібравши 424,2 слухачів у всьому світі. У 2023 році кількість слухачів подкастів досягла 464,7 мільйонів[19].

Станом на квітень 2023 року існує понад 5 мільйонів подкастів із понад 70 мільйонами епізодів. Тільки Spotify має на своїй платформі близько 5 мільйонів назв подкастів[18].

Станом на квітень 2023 року у всьому світі налічується 464,7 мільйона слухачів подкастів. Прогнозується, що до кінця 2024 року у світі буде близько 504,9 мільйонів слухачів подкастів[23]. Це значне зростання кількості з 2019 року; тоді у світі було 274,8 мільйонів слухачів подкастів (Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Кількість слухачів подкастів у всьому світі за 2019-2024 роки.

Рік	Кількість, млн.
2019	274.8
2020	332.2
2021	383.7
2022	424.2
2023	464.7
2024*(прогноз)	504.9

Дослідження Voxnest показує, що Чилі є країною, яка найшвидше розвивається на арені подкастингу (Таблиця 1.2)[24].

Таблиця 1.2

Список країн, які швидко зростають в сфері подкастингу

Країна	Відсоток зростання
Чилі	84%
Аргентина	55.3%
Перу	49.1%
Мексика	47.8%
Китай	43.6%

Станом на 2023 рік індустрія подкастингу в США оцінюється в 2 мільярди доларів[25]. Очікується, що в 2024 році промисловість становитиме 4 мільярди доларів (Таблиця 1.3).

Таблиця 1.3

Прогнозне значення розміру ринку індустрії подкастингу протягом 2023–2030 років.

Рік	Розмір ринку індустрії подкастів, млрд. дол. США
2023	23.56
2024*	30.03
2025*	38.36
2026*	49.03
2027*	62.71
2028*	80.07
2029*	102.53
2030*	131.13

Згідно з ринковими даними, у 2023 році світовий ринок подкастингу оцінювався в 23,56 мільярда доларів США, і очікується, що з 2023 до 2030 року він зростатиме на 27,6% у середньорічному темпі зростання[26].

Беручи до уваги середньорічний темп зростання, розмір ринку подкастів становитиме 38,36 мільярда у 2025 році та 131,13 мільярда у 2030 році.

Смартфон є найпопулярнішим пристроєм для трансляції подкастів. 79% людей у США слухають подкасти зі своїх смартфонів.

Це не дивно, адже близько 280 мільйонів американців мають доступ до Інтернету через смартфон. 1/4 усіх слухачів Podcast налаштовуються через веб-браузер. Лише 6% людей використовують планшет для прослуховування подкастів[27].

Відповідно до звіту Buzzsprout, Apple Podcasts є лідером потокового передавання подкастів.

Хоча Spotify має більшу бібліотеку подкастів, більшість людей у всьому світі користуються пристроями iOS і apple podcast, щоб налаштуватися на свої улюблені шоу (Таблиця 1.4).

Spotify нещодавно випередив Apple у таблиці лідерів, але Apple повернулася, щоб повернути собі перше місце[28].

Таблиця 1.4

Доля ринку яку займають програми для потокового передавання подкастів у 2023 році.

Платформа(програма)	Доля ринку,%
Apple Podcasts	37.4
Spotify	26.8
Web Browser	2.9
Google Podcasts	2.4
Castbox	2.0
Podcast Addict	1.5
Overcast	1.2
Apple iTunes	1.1
Pocket Casts	0.7
Amazon Music	0.7

Компанія Buzzsprout провела дослідження, у якому виявила, що 1% найпопулярніших подкастів отримують в середньому більше 3994 завантажень за перші 7 днів після випуску[26].

Далі наведено огляд рейтингів подкастів і середнє число. завантажень за перші 7 днів після випуску:

- 1% найпопулярніших подкастів отримують більше 3994 завантажень.
- 5% найпопулярніших подкастів отримують понад 795 завантажень.
- 10% найпопулярніших подкастів отримують понад 335 завантажень.
- 25% найпопулярніших подкастів отримують понад 93 завантаження.
- 50% найпопулярніших подкастів отримують понад 30 завантажень.

Тривалість більшості подкастів становить 20-40 хвилин. Лише 15% подкастів не досягають 10-хвилинної позначки(Таблиця 1.5).

Таблиця 1.5

Середня тривалість подкастів.

Тривалість подкасту	Частка
менше 10 хвилин	15%
Від 10 до 20 хвилин	15%
Від 20 до 40 хвилин	30%
Від 40 до 60 хвилин	21%
Більше 60 хвилин	18%

У світі подкастингу стало досить популярним використання мережі інтернет для поширення не тільки аудіо-, а й відеоконтенту. У такому разі відповідний контент отримує назву відеоблогів (відеоподкастів)[29].

Історія виникнення подкастів в Україні пов'язана зі зростанням інтернет-техгій та з популяризацією цього медіаформату в світі. Перші українськомовні подкасти з'явилися в Україні приблизно в 2005-2006 роках.

Одним з перших українських подкастів був "Ранок з Інтером", який виходив на сайті "ІнтернетUA" відомого українського блогера Олександра Гончаренка. У програмі обговорювалися теми зі світу технологій, а також політичні та суспільні питання[30].

У 2007 році створено перший український сайт для публікації подкастів - "Podcasting.com.ua". Серед найпопулярніших українських подкастів можна відзначити "Кіноклуб" – програму про кіно, "Соціальна думка" – про політичні та суспільні питання, "Український футбол" – про футбол, "Музичний контент" – про музику, "Архітектурні історії" – про архітектуру.

З роками кількість українських подкастів зростає значно, а їх тематика стала набагато різноманітнішою. На сьогодні в Україні існують подкасти на різні тематики: культура, політика, історія, наука, релігія, спорт, музика та багато

іншого. Велика кількість українських медіа вже мають свої подкасти, що свідчить про активний розвиток цього медіаформату в Україні.

Однак, на сьогодні подкасти є не тільки засобом розваги, а й важливим засобом здобуття нових знань та вмінь у різних сферах, включаючи бізнес та освіту. Також подкасти використовуються в рекламній та маркетинговій діяльності.

Питання «Що таке подкаст?» зараз насправді дуже суперечливо серед спільноти подкастів. Тому що, як ми вже говорили, подкастинг почався та розвивався завдяки завантаженню з каналу RSS. А перегляд потокового відео на YouTube точно не являється цим. Хоч люди і кажуть, що вони слухають подкасти, коли переглядають відео YouTube. Але чи, насправді це так?

Межа розмивається серед відео YouTube, які транслюють той самий вміст подкастів, який інші завантажують на Apple Podcasts або Stitcher. Що робить одне подкастом, а інше – ні?

Такі платформи, як Apple Podcasts, тепер переходять до потокового передавання, навіть, якщо оригінальний файл можна знайти через RSS. Крім того, є «аудіо-гігант» Spotify, який різко увійшов у галузь подкастів, і хоча вони витягають вміст подкастів із RSS-каналів, вони також, майже, повністю транслюють свій вміст. Лише дуже невелика кількість прослуховувань Spotify пов'язана з повністю завантаженим вмістом.

Нинішня ідея подкасту – це шоу, яке ми слухаємо в інтернеті. Це можуть бути семінари або, можливо, це інтерв'ю між двома експертами. Можливо, документальні серіали про справжнє розслідування злочинів. Незалежно від того, дивитися чи слухаєте ви на YouTube, Spotify чи Apple Podcasts, вміст однаковий. Подкасти, у своїй основній формі, є розважальними та інформативними аудіошоу.

За даними дослідження проведеного в США – рік у рік продовжує зростати обізнаність серед населення у тому що таке подкаст, так 79% населення віком від 12 років у США знайомі з концепцією подкастингу.

За даними наведеними на графіку, ми можемо відслідкувати зростання рівня обізнаності з терміном подкастинг в США з 75% у 2020 році, до 79% у 2022 році, у 2023 році планується збільшення до 83%(Рис.1.1)[31].

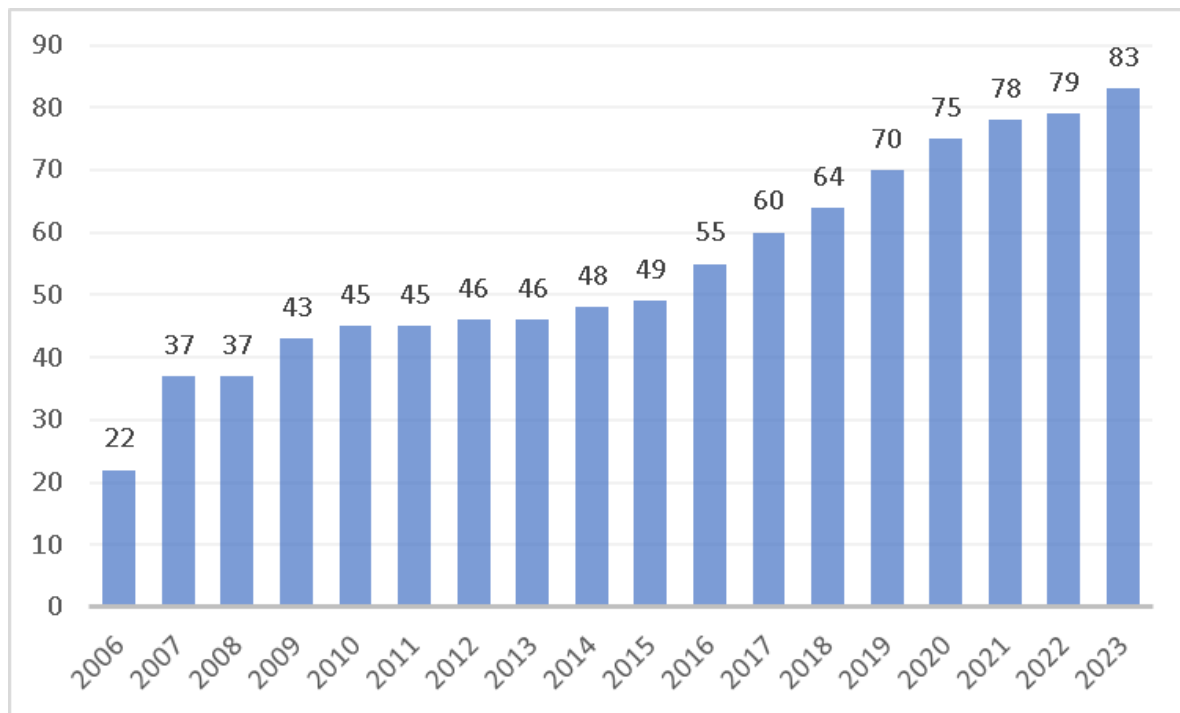


Рис.1.1 Частка населення США знайомого з терміном подкастинг в період з 2006–2023рр. віком від 12 років.

«Знайомство» з терміном не обов’язково означає, що респондент слухав подкаст або навіть дійсно знає, як працюють подкасти, але те, що він знайомий із цим терміном.

Зі збільшенням кількості посилань на подкасти в більш традиційних медіа та їх увімкнення в загальні розмови ми побачимо зростання знайомства; це хороший орієнтир для аналізу входження в основну свідомість і виходу з бульбашки подкастерів. Дійсно, цього року знайомство продовжує зростати швидкими темпами, і тепер більше ніж 3 з 4 американців знають термін «подкаст».

Згідно за даними наведеними на графіку можемо спостерігати зменшення як місячної, так і щотижнева аудиторії у 2022 році, але у 2023 році ми можемо

спостерігати збільшення аудиторії у порівнянні з 2021 роком на 1%, у порівнянні із 2022роком на 4% до 42%(Рис.1.2)[25].

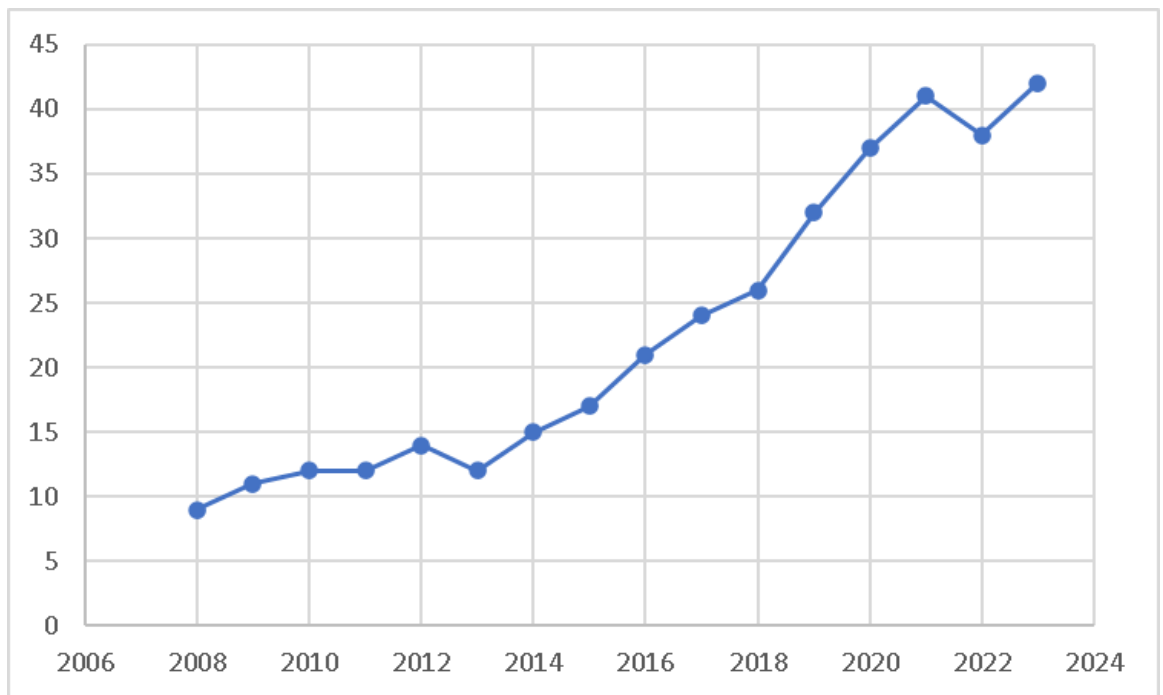


Рис.1.2 Частка населення яке щомісячно прослуховує подкасти в США в період з 2008–2023рр. віком від 12 років.

У листопаді 2022 року дослідження Edison Weekly Insights показало, що щоденне прослуховування подкастів серед американців продовжує зростати(Рис.1.3)[27].

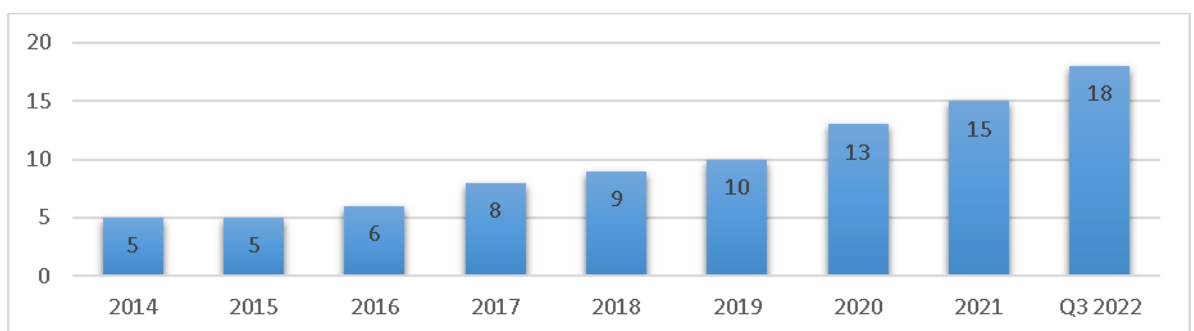


Рис.1.3. Частка населення яке щодено прослуховує подкасти в США в період 2014–2022рр. віком від 13 років.

У 2014 році, у перший рік дослідження Share of Ear, подкасти охопили 5% жителів США віком від 13 років. Згідно даними дослідження, у третій квартал 2022 року подкасти охоплюють 18% людей віком від 13 років у США – це на 20% більше, ніж минулого року (3й квартал 2021 року), і втричі більше, ніж у 2014 році[19].

За даними дослідження, проведеного у 2021 році, в Україні вже понад 6 мільйонів людей прослуховують подкасти. І ця цифра зростає з кожним роком. Причинами такого успіху є простота використання, доступність та широкий вибір тематики.

Загалом, можна зазначити, що подкасти продовжують набувати популярності та розвиватися в різних напрямках. Це створює можливості для подальшого дослідження та використання в різних сферах[18].

Проте, разом із зростанням популярності, з'являються і нові виклики, пов'язані з якістю та контентом. У зв'язку з цим, дослідження подкастингу та його впливу на сприйняття інформації стає все більш актуальним. Важливо вивчити теоретичні засади подкастингу, його роль у медіа-ландшафті та особливості використання для різних цілей.

Отже, подкастинг – це досить новий медіаформат, який став досить популярним в останні роки. Передумовою його виникнення був швидкий розвиток інтернету та збільшення кількості користувачів мобільних пристроїв, що стало можливим завдяки покращенню технологій та зниженню цін на техніку. Сьогодні подкасти стали необхідністю для багатьох людей, які хочуть слухати цікаві та корисні програми на будь-який смак та захоплення.

Подкасти зарекомендували себе як ефективний засіб зв'язку з аудиторією, а також як зручний спосіб для ведення блогів, проведення тренінгів та онлайн-курсів. Вони також дозволяють залучити нову аудиторію та збільшити свою популярність.

1.2 Особливості створення та технічні аспекти функціонування подкасту

Дуже важливо підкреслити, що коли мова заходить про подкаст, його природа полягає головним чином у тому, що ним можна ділитися через інтернет, надаючи користувачам відкритий доступ до нього. Інакше це буде лише звуковий файл. У Всесвітній павутині подкасти можна знайти на багатьох різних веб-сайтах і онлайн-платформах. Крім того, в мережі подкасти можуть з'являтися у різноманітних форматах, наприклад, разом із відео та зображеннями (Vodcasts) або вони можуть відображатися як лише аудіофайли з різними структурами, іноді як автор одного голосу (індивідуальна робота), або декількох голосів (спільними зусиллями)[12].

Крім того, якщо говорити про зміст, подкасти дуже різноманітні, вони корисні як розвага або як інформаційні матеріали. У мережі подкасти з'являються у формі музичних шоу, думок або випусків новин, загалом, їх діапазон дуже широкий. Незважаючи на те, що більшість подкастів не створюються з освітньою метою, багато викладачів у всьому світі наважилися на їх створення, навчальні подкасти можна легко знайти на веб-сайтах, деякі з цих подкастів також включають плани уроків або навпаки, незалежно від того, є він освітнім чи просто розважальним. Однак подкасти використовувалися в основному з метою надання «автентичних матеріалів» у класі або для розвитку навичок слухання та метакогнітивної обізнаності. Особисто я вважаю, що підкасти мають великий потенціал у нашому процесі навчання, якщо ми залучаємо студентів до діяльності, яка передбачає їх створення[13].

Однією з основних переваг подкастингу є можливість створення власного контенту на будь-яку тему і для різних аудиторій. Для створення подкасту потрібні певні технічні знання та набір обладнання, що може бути як професійним, так і досить простим.

Наявність процесу виробництва подкастів допоможе спланувати кожен аспект шоу подкастів, від пошуку вмісту до запрошення гостей для

розповсюдження. Це дає змогу задати подкасту певний шлях, щоб охопити та залучити аудиторію.

Існує багато різних стратегій, які можна використовувати для просування свого подкасту, від традиційних маркетингових методів до більш сучасних тактик[9].

Для початку, щоб створити подкаст потрібно виконати такі завдання:

- вирішити, про що подкаст;
- визначити, хто буде цільовим слухачем;
- знайти правильний формат подкастів для себе;
- визначити тривалість і частоту серій;
- назвати своє шоу;
- спланувати сценарій епізодів і питання співбесіди;
- налаштувати простір для виробництва подкастів;
- записати подкаст;
- відредагувати запис подкасту;
- запустити поширити та поділіться подкастом;
- рекламувати подкаст та збільшувати свою аудиторію.

Створення та функціонування подкасту базується на декількох технічних аспектах, які включають запис звуку, редагування, збереження та публікацію в інтернеті. Основним компонентом подкасту є звуковий файл, який може бути записаний за допомогою різних засобів, таких як цифровий записник, мікрофон, комп'ютерний програмне забезпечення тощо[8].

Після запису звуку необхідно виконати редагування, яке може включати в себе виправлення помилок, видалення зайвих фрагментів, додавання музичних ефектів та інших змін. Для цього можуть використовуватися спеціальні програми для редагування звукових файлів.

Після редагування звуковий файл необхідно зберегти у форматі, що підтримується платформою для публікації подкастів, такою як SoundCloud,

Apple Podcasts, Spotify тощо. Крім того, необхідно створити опис подкасту, який містить інформацію про тему, авторів, тривалість та інші деталі.

Після публікації подкаст може бути поширений через різні канали, такі як соціальні медіа, блоги та інші веб-сайти. Для цього необхідно використовувати спеціальні інструменти для розповсюдження подкастів, такі як RSS-стрічки.

RSS-стрічки (або просто RSS) – це формат даних, який використовується для розповсюдження змісту в Інтернеті. Вони дозволяють автоматично отримувати оновлення від різних джерел, включаючи новинні сайти, блоги та подкасти. Користувач може підписатися на RSS-стрічку та отримувати оновлення в режимі реального часу, без необхідності переходити на сайт, щоб переглянути новий зміст. Для підписки на RSS-стрічку необхідно мати RSS-агрегатор або використовувати програми, які підтримують цей формат даних[18].

Окрім технічних аспектів, важливим елементом подкастингу є його контент. Популярні теми для подкастів включають новини, розваги, культуру, науку, бізнес та багато іншого. Крім технічної складової, важливо також звернути увагу на контентний аспект подкасту. Він повинен бути цікавим, актуальним та зрозумілим для слухачів. Для цього авторам потрібно забезпечити належний рівень підготовки, вільне та професійне володіння мовою та здатність до ефективної комунікації з аудиторією[12].

Крім того, важливо мати на увазі особливості формату подкасту. Це не телебачення або радіо, тому контент повинен бути доступним та зрозумілим для слухачів, які не бачать ведучого та не мають можливості бачити графічні елементи, які можуть бути використані для підтримки інформації. У подкасті все зводиться до голосу, тому важливо, щоб ведучий був чітким та зрозумілим, а контент мав логічну структуру та був добре організованим.

Для успішного створення подкасту важливо мати не лише якісний контент, але і знати особливості технічної реалізації. Також, іноді творці подкастів використовують незвичайні концепції, щоб зробити свій контент більш цікавим та привабливим для аудиторії[14].

Основні етапи створення подкасту включають:

- вибір тематики та формату подкасту;
- запис та монтаж аудіофайлів;
- створення RSS-стрічки та публікація на платформі;
- просування та моніторинг результатів.

Одним зі способів зробити свій подкаст більш цікавим для слухачів є використання незвичайних концепцій. Наприклад, це може бути розповідь у формі історії або діалогу, елементи гри, використання звукових ефектів та музики. Важливо, щоб такі елементи не переважали над основним контентом та не заважали сприйняттю інформації.

Також, щоб забезпечити успішне функціонування подкасту, важливо дотримуватись технічних аспектів, таких як правильне налаштування мікрофону та програм для запису та монтажу аудіофайлів, використання якісних звукових ефектів та музики, оптимізація розміру файлів для швидкого завантаження, тощо[15].

Відтак, для успішного створення та функціонування подкасту важливо поєднувати якісний контент з належним використанням технічних засобів та незвичайних концепцій, які зроблять ваш контент більш цікавим та привабливим для аудиторії.

Також слід зазначити, що успіх подкасту залежить не тільки від його якості, але й від його промоції.

Промоція – це комплекс заходів з маркетингу, спрямованих на підвищення уваги до продукту або послуги, збільшення продажів, покращення іміджу компанії та залучення нових клієнтів. Це може включати в себе такі методи, як реклама, знижки, конкурси, прямий маркетинг, спонсорство та інші заходи. Промоція є важливою частиною маркетингової стратегії будь-якої компанії, оскільки допомагає залучати нових клієнтів та підвищувати свідомість про продукт або послугу.[17]

Отже, створення якісного подкасту потребує підготовки контенту, збору необхідного обладнання та програмного забезпечення, а також розробки стратегії промоції. Також було проаналізовано технічні аспекти функціонування подкасту, зокрема різні формати файлів, методи розповсюдження та підписки на подкаст, а також основні платформи для розміщення та поширення подкастів.

1.3 Аналіз українських подкастів про психологію

Українські подкасти на тему психології дедалі стають все більш поширеними. За останні роки на українському медіаринку з'явилося значно більше таких подкастів.

Під час повномасштабної війни з Росією психологічні та соціальні проблеми стали однією з найактуальніших тем для громадськості та медіа. В зв'язку з цим з'явилася потреба у засобах масової інформації, які б зосереджувалися на цих проблемах та допомагали б суспільству зрозуміти та розв'язати їх.

Відомо, що війна має негативний вплив на психологічне здоров'я людей, які переживають конфлікт. Тому психологічні подкасти стали популярними серед слухачів, які шукають допомогу та поради в розв'язанні проблем, пов'язаних зі стресом, тривогою, депресією та іншими психічними станами.

Аналізуючи зростання популярності українських психологічних подкастів за останні роки, можна зазначити позитивні тенденції в їх розвитку.

За даними сервісу Google Podcasts, на початку 2021 року налічувалося понад 50 українських подкастів про психологію. Більшість з них були створені протягом останніх 2-3 років. Деякі з подкастів зародилися на підґрунті досвіду психотерапевтів та психологів, які працювали з військовими та людьми, які пережили події на сході України. Інші стали продовженням роботи українських видань, які почали публікувати статті на психологічні теми[25].

За даними Google Trends, популярність запитів на тему "подкаст психологія" в Україні зросла на початку 2022 року та починає набирати обертів,

ще й до цього часу(Таблиця 1.6). Це може свідчити про значний інтерес української аудиторії до психологічних тем[21].

Таблиця 1.6

Кількість слухачів психологічних подкастів в Україні за 2019-2022 роки.

Рік	Частка,%
2019	30
2020	30.5
2021	31
2022	42.5

Загалом, зростання кількості українських психологічних подкастів та підвищення інтересу до них може свідчити про розвиток популярності цього медіаформату в Україні та про зростання обізнаності української громадськості про психологічне здоров'я та самопізнання.

На сьогодні існує велика кількість українських подкастів на тему психології, серед яких можна виділити такі популярні: "Психологічна кав'ярня", "Підкасти з психології", "Дивний Світ", "Думай і Володій", "Душевний розвиток", "Життя після", "Клуб усвідомленого життя", "Подкасти про життя", "Жінка-психолог", "Просто про психологію" та інші.

Оскільки ці програми надають слухачам можливість знайти відповіді на свої питання, розібратися у складних емоційних ситуаціях, зробити висновки про себе та свій розвиток, то попит на ці подкасти зростає. Також варто зазначити, що українські подкасти на тему психології з часом стають все більш якісними та професійними, що сприяє подальшому зростанню їхньої популярності серед аудиторії.

Один з популярних українських подкастів про психологію – "Психологія в нашому житті". Він присвячений психології та психотерапії, і ведуть його доктор психологічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України Ніна Корінькова та доктор психологічних наук, професор Олександр Стеценко. У

подкасті розглядаються різноманітні питання, пов'язані з психологією, психотерапією та психологічним супроводом важких життєвих ситуацій.

Інший популярний український подкаст про психологію – "Подкаст про душевне здоров'я". Він ведуть психологині Оксана Соколова та Лариса Степаненко. У подкасті розглядаються різноманітні питання, пов'язані з душевним здоров'ям, психотерапією та психологічними методиками, які можуть допомогти людям зберегти своє душевне здоров'я.

Українська аудиторія має досить великий вибір подкастів на тему психології, які надають інформацію та поради з цієї галузі. Однак, як і в будь-якій іншій сфері, деякі з них можуть бути більш ефективними, ніж інші.

Деякі з них це:

1. "Подкасти про життя" – подкаст, який проводить психотерапевт та психолог Анна Бандура. Вона розмовляє зі своїми гостями про різні аспекти життя та робить акцент на психологічних аспектах проблем.
2. "Жінка-психолог" – подкаст, який веде психолог Марія Герасименко. Вона розмовляє зі своїми гостями про жіночі питання та дає поради щодо розв'язання різних проблем.
3. "Просто про психологію" – подкаст, який веде психолог Олена Пономаренко. Вона розмовляє про різні аспекти психології та дає поради, як зробити своє життя кращим.
4. Ще одним українським подкастом на тему психології є "Подкаст Вікторії Платонової". Вікторія Платонова – це практикуючий психотерапевт, яка у своїх випусках говорить про різні аспекти психотерапії, психології, медитації, а також про своє власне життя та досвід розвитку. Подкаст відрізняється від попередніх тим, що авторка нерідко запрошує на свій подкаст інших фахівців та експертів з питань психології, що робить випуски більш насиченими та цікавими.

За даними дослідження, на сьогоднішній день налічується понад 100 українських подкастів про психологію, що свідчить про підвищений інтерес до цієї теми в Україні.

Також варто зазначити, що в психологічних подкастах досить часто використовуються експертні думки, власні досвіди та історії людей, що робить їх більш доступними для аудиторії та дозволяє поєднувати теоретичний матеріал з практичними рекомендаціями.

Технічні характеристики психологічних подкастів в Україні також можуть відрізнятися в залежності від авторів та формату програми. Більшість українських психологічних подкастів записуються у форматі аудіофайлів та викладаються на різних платформах, таких як Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts та SoundCloud. Також можна відзначити зростання популярності відеоподкастів про психологію, які доступні для перегляду на різних відеохостингах, таких як YouTube.

Українські подкасти на тему психології можна охарактеризувати як досить різноманітні та цікаві для слухачів. Вони охоплюють різні аспекти психології, такі як особистісний розвиток, міжособистісні стосунки, психотерапія, психологія успіху та багато іншого.

Українські психологічні подкасти можуть бути спрямовані як на фахівців у галузі психології, так і на широку аудиторію, яка цікавиться особистісним розвитком та покращенням якості свого життя. Деякі з них мають практичний характер, пропонуючи конкретні поради та вправи для поліпшення психічного стану та досягнення успіху, тоді як інші подкасти більш теоретичні, надаючи інформацію про сучасні дослідження у галузі психології та психотерапії.

Українські подкасти на тему психології зазвичай мають високу якість звуку та чітко висвітлюють тему, що дозволяє слухачам легко зрозуміти та усвідомити матеріал. Також, багато подкастів включають інтерв'ю зі спеціалістами у галузі психології, що розширює кругозір слухачів та дозволяє отримати додаткові знання та досвід.

За переваги українських психологічних подкастів можна виділити те, що вони дозволяють зручно і просто здобувати психологічні знання, не виходячи з дому та використовуючи свій час ефективно. Крім того, подкасти дають можливість послухати розмови про психологію на рідній мові та ознайомитись з психологічними питаннями, які актуальні для українців.

Іншим важливим аспектом українських подкастів про психологію є їх різноманітність за тематикою та форматом. Наприклад, деякі подкасти присвячені вивченню та розумінню окремих психічних розладів, таких як депресія, тривожність, посттравматичний стресовий розлад тощо. Інші подкасти зосереджуються на темах розвитку особистості, самовдосконалення та розвитку кар'єри. Деякі подкасти спрямовані на підвищення психологічної грамотності та розуміння взаємодії між людьми. Нарешті, деякі подкасти пропонують комбіновані формати, такі як інтерв'ю з психологами, психотерапевтами та іншими експертами, взаємодію з аудиторією, обговорення актуальних психологічних питань тощо.

З іншого боку, недоліком деяких українських подкастів про психологію може бути їх недостатня якість викладу матеріалу та недостатня кількість досвідчених експертів серед ведучих. Також можуть відсутнім бути офіційні та надійні джерела інформації, або ж матеріал може бути спрощеним та неоригінальним.

Можна зазначити, що відтворення подкастів в Україні в останні роки значно зростає, що може свідчити про збільшення інтересу до подкастів на різні теми, в тому числі й на тему психології. Також варто зазначити, що все більше українських медіа платформ, в тому числі радіостанцій та видань, починають створювати власні подкасти на різні теми, включаючи психологію.

Отже, проведений аналіз українських подкастів на тему психології показав, що цей медіаформат досить популярний серед українських слухачів, та що з часом з'являється все більше якісних контентів з психологічної тематики. За результатами аналізу можна стверджувати, що в Україні є достатньо високий рівень професіоналізму серед подкастерів, що створюють контент.

Також було виявлено, що українські подкасти на тему психології досить різноманітні та охоплюють різні аспекти психології, що дозволяє слухачам знайти контент, який відповідає їхнім інтересам та потребам.

Висновки до розділу 1

У даному розділі були розглянуті теоретичні засади подкастингу як різновиду нових медіа. Було досліджено історію виникнення та сучасний стан подкастингу в світі та в Україні, особливості створення та технічні аспекти функціонування подкасту, а також проаналізовано українські подкасти про психологію.

Висновки з цього дослідження дають можливість зрозуміти, що подкастинг – це актуальна та зручна форма медіа-контенту, яка має все більшу популярність як у світі, так і в Україні. Цей формат медіа дає можливість створювати та поширювати власний контент на різні теми, включаючи психологію, яка є однією з найпопулярніших тем серед українських подкастів.

Однак, як і в будь-якій іншій формі медіа, успіх підкасту залежить від ряду факторів, таких як якість контенту, промоція та маркетингова стратегія, технічна реалізація та т.д. Тому, для успішної роботи у подкастингу, необхідно мати знання та навички в різних аспектах створення та просування контенту.

У роботі було досліджено теоретичні засади та особливості створення та функціонування подкастів як нової форми медіа-контенту. Було розглянуто історію виникнення та розвитку подкастів у світі та в Україні, а також технічні аспекти їх створення та поширення.

Досліджено аналіз українських подкастів про психологію, що підтвердило те, що ця тематика є досить популярною серед українських подкастерів та аудиторії.

Можна зробити висновок, що подкасти – це не тільки нова форма медіа-контенту, але і дуже ефективний інструмент для поширення інформації та комунікації з аудиторією. Розуміння технічних аспектів та особливостей

створення та просування подкастів може допомогти в успішному веденні цього типу медіа-контенту.

Таким чином, подкастинг стає все більш популярним у світі та в Україні, що свідчить про зростання інтересу громадськості до цієї форми комунікації та отримання нової інформації. Технічні можливості та доступність засобів для створення та розповсюдження подкастів роблять цю форму медіа ще більш зручною та доступною для широкого кола людей.

Аналіз українських подкастів про психологію показав, що такі програми є досить популярними, а їх зміст має великий потенціал для покращення психологічного стану слухачів та популяризації психології в цілому. Однак, необхідно враховувати технічні та контентні особливості подкастів для досягнення максимального ефекту від їх створення та розповсюдження.

Також, необхідно відзначити, що розвиток подкастингу може мати значний вплив на медіа-середовище та сприяти демократизації доступу до інформації та вільного вираження думок. Важливо продовжувати дослідження та розвиток подкастингу як важливої форми медіа та сприяти розширенню можливостей для її використання в різних галузях суспільного життя.

РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ВЛАСНОГО ПРОЄКТУ ПРО ПСИХОЛОГІЮ «HOMO_PSYCHOLOGIST»

2.1 Концепція та етапи створення подкасту

Концепція подкасту "HOMO_PSYCHOLOGIST" базується на ідеї створення платформи для обговорення питань психології та психічного здоров'я, зокрема тем про самопізнання, розвиток особистості, мотивацію, стосунки, стрес, депресію та інші актуальні проблеми сучасного світу.

Основна мета проєкту – надати доступну та зрозумілу інформацію про психологію та допомогти слухачам розвинути свої навички самопізнання та саморозвитку. Крім того, проєкт спрямований на підвищення обізнаності громадськості щодо важливості психічного здоров'я та допомоги людям у підтримці свого емоційного благополуччя.

Створення подкасту проходить кілька етапів:

1. Розробка концепції – це етап визначення тематики, формату та стилю подкасту. Важливо зробити вибір тем, які будуть цікаві для аудиторії, та визначити, який формат буде найбільш ефективним для їхнього подання.
2. Підготовка технічної бази – на цьому етапі потрібно обрати необхідне обладнання для запису та монтажу подкастів, а також підготувати програмне забезпечення для редагування аудіо та вивантаження його на платформу.
3. Запис та монтаж – це етап, на якому відбувається запис подкасту та його монтаж. Важливо звернути увагу на якість запису та рівень звуку, щоб аудіо було зрозумілим та приємним для прослуховування.
4. Підготовка до випуску – на цьому етапі потрібно підготувати опис випуску, який міститиме назву, кількість пунктів, короткий опис кожного пункту, теми. Також на цьому етапі важливо забезпечити наявність всіх

необхідних матеріалів для створення випуску, таких як звукові записи, музика, логотип та інші графічні матеріали.

Крім того, передбачається можливість взаємодії з аудиторією, зокрема, прийом запитань, відгуків та рекомендацій, які будуть враховуватися в подальшій роботі.

Перший етап створення проекту передбачає формування команди, визначення концепції, розробку плану та вибір формату подкасту.

Другий етап – написання сценаріїв та запис аудіо.

Третій етап – монтаж аудіо, створення візуальної концепції та дизайну.

Четвертий етап – розміщення та просування в соціальних мережах та на платформах для подкастів.

У цілому, створення подкасту про психологію має великий потенціал для розвитку психологічної культури та самопізнання серед аудиторії, а також для популяризації психології як науки в цілому. Такий проект може стати корисним інструментом для підвищення рівня свідомості та допомоги людям у вирішенні їхніх проблем.

Важливо звернути увагу на:

- Технічну сторону: під час запису епізодів важливо забезпечити належну якість звуку та чіткість мовлення. Для цього можна використовувати професійні мікрофони та аудіоінтерфейси, які забезпечать належну якість звукозапису. Також важливо правильно налаштувати рівні гучності та еквайзер, щоб забезпечити приємне звучання для слухачів.
- Продюсування: важливим етапом створення подкасту є його продюсування. Це включає в себе монтаж запису, додавання музики, звукових ефектів та реклами. Для цього можна використовувати спеціальне програмне забезпечення, таке як Adobe Audition або Audacity.
- Розповсюдження: після створення подкасту його потрібно розповсюджувати серед цільової аудиторії. Для цього можна використовувати платформи для хостингу подкастів, такі як Soundcloud, Spotify або Apple Podcasts, в моєму випадку це платформа Телеграм. Також

важливо просувати подкаст у соціальних мережах та на спеціалізованих форумах.

- Взаємодія з аудиторією: після публікації нового епізоду важливо спілкуватися з аудиторією та відповідати на їхні коментарі та запитання. Це дозволяє підтримувати зв'язок зі слухачами та отримувати від них фідбек для подальшого розвитку проекту.

Створення подкасту – це багатоетапний процес, який потребує певних знань та навичок. Проте, з правильним підходом та належною мотивацією, кожен може здійснити свій власний проект на тему психології.

Можна зробити висновок, що розробка власного проекту про психологію "Номо_Psychologist" є складним і багатоетапним процесом. Починаючи з розробки концепції і визначення цільової аудиторії, закінчуючи вибором необхідного обладнання та програмного забезпечення для створення та редагування відповідних звукових файлів(Рис.2.1).

За останні 7 днів охоплено 226 облікових записів

З них 36 не є читачами

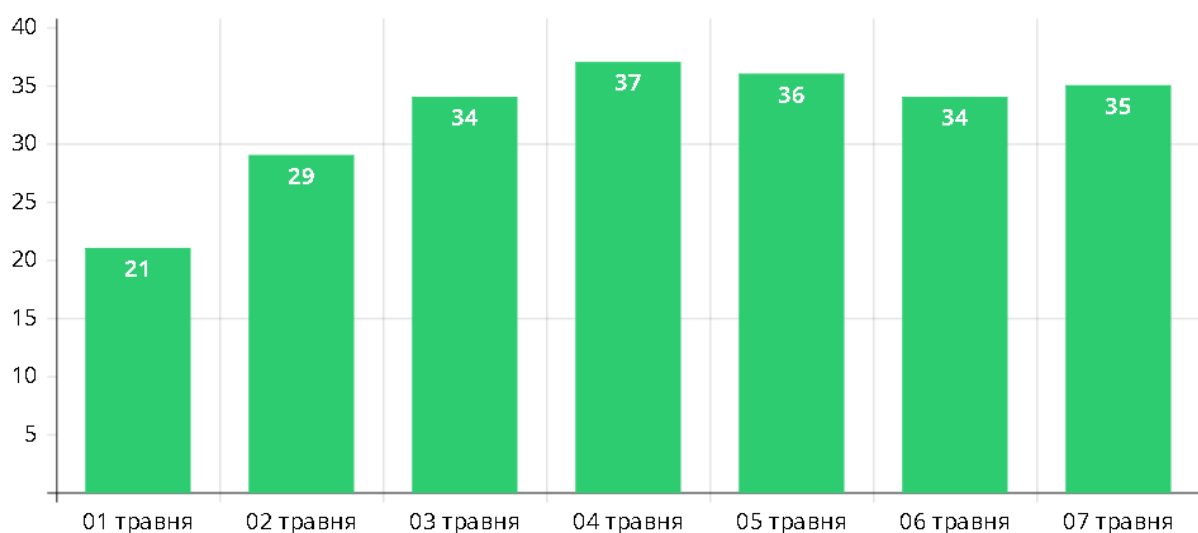


Рис.2.1 Визначення цільової аудиторії

Для успішного створення подкасту необхідно мати як знання з психології, так і з технічного боку подкастингу. Для досягнення високої якості звуку

потрібно забезпечити гарну акустичну обробку приміщення, використовувати якісний мікрофон та знати, як правильно обробити запис.

Крім того, важливим є розуміння технічних аспектів публікації та просування подкасту, таких як вибір платформи для розміщення, налаштування RSS-стрічки та поширення через соціальні мережі.

У цілому, успіх в розробці та просуванні власного подкасту залежить від багатьох факторів, таких як якість контенту, технічна якість звукових файлів, вміння продюсувати та розповсюджувати контент. Проте, з правильним підходом та наполегливістю, подкаст може стати ефективним інструментом для поширення психологічних знань та залучення цільової аудиторії.

2.2. Дизайн та наповнення контентом психологічного подкасту «Homo_psychologist»

Дизайн та наповнення контентом є одним з найважливіших етапів створення подкасту. На цьому етапі необхідно створити ефективний інтерфейс подкасту, який приверне увагу аудиторії та зробить його зручним для використання.

Основним елементом дизайну подкасту є його логотип та обкладинка. Логотип повинен бути чітким та легко читатися, а обкладинка має відображати тематику подкасту та привертати увагу аудиторії. Також варто звернути увагу на дизайн веб-сайту, на якому буде розміщений подкаст.

Для логотипу було використано символ, пов'язаний з психологією – мозок, який покривається оболонкою - людина розумна (Homo sapiens).

Для логотипу обрано білий та чорний кольори. У психології білий колір часто символізує світло, чистоту, невинність, нейтральність та доброту. В контексті психології, білий колір також може вказувати на надію, спокій, заспокоєння, та зосередженість.

З іншого боку, чорний колір часто асоціюється зі темрявою, злою силою, печаллю, відчуженістю та загрозою. У контексті психології, чорний колір також може вказувати на втому, депресію, зневіру та безнадію.

У подкасті «Homo_psychologist», можна зробити припущення, що білий колір вказує на позитивний та розвивальний підхід до психології, тоді як чорний колір символізує темні сторони та проблеми людської психіки, над якими потрібно працювати та з якими можна успішно впоратися(Рис.2.1).

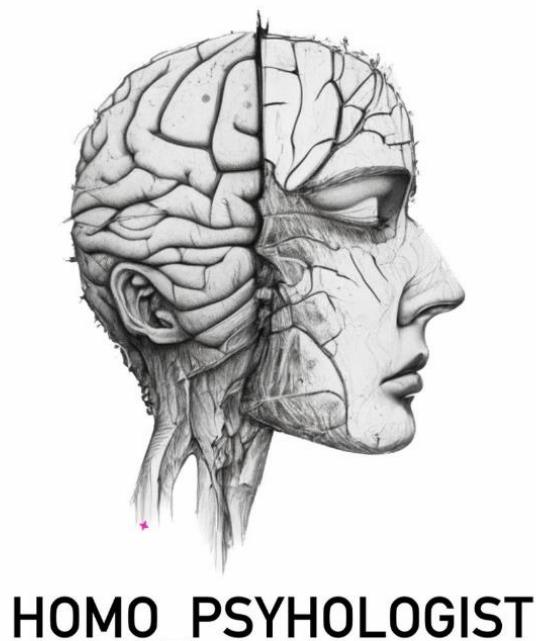


Рис.2.1 Логотип подкасту.

Нижче, чітким та зрозумілим шрифтом написана назва мого подкасту "Homo_psychologist", яка складається з двох складових частин: "Homo" і "psychologist". "Homo" походить від латинського слова "homo", що означає "людина", а "psychologist" – це професійна назва людини, яка займається психологією, тому назва "Homo_psychologist" може тлумачитися як "психолог-людина" або "психолог для людей". Ця назва може вказувати на те, що мій подкаст буде присвячений розумінню людської психології і її впливу на життя та взаємодію з оточуючим світом.

Наповнення контентом включає в себе підбір тем, складання плану епізодів, запис та обробку звуку. Варто звернути увагу на якість звуку та чіткість

мовлення гостей, щоб аудиторія мала змогу зрозуміти та оцінити передану інформацію.

Телеграм-канал "Номо_Psychologist" має такі рубрики:

- "Психологія та суспільство" – обговорення ролі психології у суспільстві, психологічні аспекти суспільних проблем та викликів, що стоять перед людством.
- "Психологічні новини" – короткі новини про дослідження та відкриття в галузі психології.
- "Психологія в культурі" – обговорення психології у фільмах, книгах, музиці та інших формах мистецтва.
- "Психологія у спорті" – обговорення взаємозв'язку між психологією та спортом, емоційний стан у спортсменів, техніки психологічного тренінгу та інші питання, пов'язані з психологією та спортом.

Крім того, важливо підібрати музичний супровід для подкасту, який буде відповідати його тематиці та атмосфері. Також можна використовувати звукові ефекти для зміцнення ефекту певних моментів у подкасті.

Музичний супровід є важливою частиною подкасту, який може допомогти створити належний настрій і відчуття для слухачів. Я обрала музику, яка відповідає кожній тематиці мого подкасту та підкреслює настрій, який я хотіла передати.

Наприклад, коли подкаст був про серйозні теми психології, то використовувалися м'які, спокійні мелодії, щоб допомогти слухачам розслабитися та зосередитися. З іншого боку, коли подкаст був про допомогу в просуванні кар'єри, використовувалася більш енергійна музика, яка надихає та мотивує слухачів.

В цілому, дизайн та наповнення контентом психологічного подкасту «Номо_psychologist» має бути зробленим з увагою до деталей та на основі аналізу потреб аудиторії. Тільки такий підхід дозволить залучити нову аудиторію та зберегти існуючу.

"Аналізуючи очікування своєї аудиторії, стараємося задовольнити їх потреби.":

- потреба в новій інформації та знаннях. Аудиторія може бути зацікавлена в нових дослідженнях із психології, практичних порадах для покращення своєї психологічної стійкості та емоційного здоров'я;
- потреба в розвитку та самовдосконаленні. Багато людей зацікавлені в тому, як розвивати свої навички та як стати кращою версією себе. Подкаст може допомогти слухачам розібратися у своїх перспективах, цінностях, метах та потребах;
- потреба в аналізі і рефлексії. Подкаст може допомогти слухачам поглянути на своє життя з іншого ракурсу та зрозуміти, що потрібно змінити, щоб покращити своє життя.

Щодо наповнення контентом, то було вирішено зосередитись на таких темах, як саморозвиток, мотивація, емоційний інтелект, стосунки між людьми, соціальна психологія тощо. Крім того, планується розглядати актуальні теми, які цікавлять молодь та широку аудиторію, такі як стрес та його наслідки, тривога, депресія, адаптація до нової соціальної ситуації тощо. Важливо підкреслити, що усі теми обговорюються з позиції науки, а не популярних та міфічних концепцій.

На завершення, важливим елементом наповнення контентом є інтерактивність та залучення аудиторії до дискусії. Для цього відведено окремий час на запитання та відповіді, а також створено спеціальні інтерактивні формати, такі як «Питання-відповідь», «Голосування», «Роздуми про життя» тощо. Це дозволяє підтримувати зацікавленість слухачів та залучати їх до активної участі в програмі.

Було вирішено зробити дизайн простим та мінімалістичним, щоб не відволікати увагу від контенту. Було створено логотип, який відображає тему подкасту та його назву. Також було підготовлено оформлення для соціальних мереж, де було розміщено інформацію про подкаст та анонси нових випусків.

На етапі наповнення контентом та створення дизайну було враховано потреби цільової аудиторії, яка має інтерес до психології та постійно розвивається у цій сфері.

Також, важливо створити послідовний графік випуску подкасту. Це допомагає будувати очікування серед слухачів і гарантує, що подкаст залишається на вершині їхніх думок. Це також допомагає створити базу вірних шанувальників, які з нетерпінням чекають нових епізодів і діляться ними з іншими.

З точки зору змісту, подкаст «Homo_psychologist» спрямований на дослідження різноманітних психологічних проблем. Розглянуті теми варіюються від тривоги та управління стресом до стосунків та особистісного зростання.

Кожна аудіо-файл триватиме приблизно 2-5 хвилин, матиме чіткий і стислий формат, який включає вступ, основний зміст і висновок.

Загалом мета подкасту «Homo_psychologist» – надати цінну інформацію та досліджувати покращення психічного здоров'я та благополуччя. Зосереджуючись на наукових книжках та особистих історіях, подкаст сподівається створити спільноту підтримки.

2.3. Розміщення подкасту на платформах та залучення цільової аудиторії.

Перший крок для розміщення подкасту – вибір платформи, на якій подкаст буде розміщено. Ось кілька популярних платформ, на яких було зосереджено увагу.

Spotify: Spotify є однією з найбільших платформ для стрімінгу музики та подкастів. Для розміщення подкасту на Spotify потрібно створити обліковий запис та завантажити аудіофайл на платформу.

Apple Podcasts: Apple Podcasts є іншою відомою платформою для розміщення подкастів. Для цього потрібно мати обліковий запис Apple ID та зареєструватись в Apple Podcasts Connect.

Google Podcasts: Google Podcasts є безкоштовною платформою, яка пропонує майже необмежений доступ до різних подкастів. Для розміщення подкасту на Google Podcasts потрібно зареєструватись в Google Podcasts Manager та завантажити аудіофайл.

SoundCloud: SoundCloud є популярною платформою для музики та звуків, але також дозволяє розміщувати подкасти. Для розміщення подкасту на SoundCloud потрібно створити обліковий запис та завантажити аудіофайл.

Anchor: Anchor є безкоштовною платформою для створення та розміщення подкастів. Вона дозволяє створювати та редагувати подкасти безкоштовно, а також розміщувати їх на різних платформах, таких як Spotify, Apple Podcasts та Google Podcasts.

Були обрані наступні платформи: Spotify; Apple Podcasts; Google Podcasts.

Після вибору платформи для розміщення подкасту, потрібно створити обліковий запис на цій платформі.

Далі наведено детальні кроки, які потрібно виконати для створення облікового запису на обраних платформах:

Spotify: для створення облікового запису на Spotify відвідайте сторінку Spotify for Podcasters та натисніть "Sign Up" (Зареєструватися). Вам потрібно буде ввести своє ім'я, електронну адресу та пароль. Після того, як ви надішлете свою інформацію, Spotify попросить вас підтвердити свою електронну адресу.

Apple Podcasts: для створення облікового запису на Apple Podcasts потрібно зайти на сторінку Apple Podcasts Connect та ввести свій Apple ID. Якщо у вас немає Apple ID, ви можете його створити. Після цього потрібно буде надати інформацію про ваш подкаст та завантажити його на платформу.

Google Podcasts: для створення облікового запису на Google Podcasts потрібно зайти на сторінку Google Podcasts Manager та натиснути "Get Started" (Почати). Вам потрібно буде ввести своє ім'я, електронну адресу та створити пароль. Після того, як ви надішлете свою інформацію, вам потрібно буде додати ваш подкаст.

Третій крок у процесі розміщення подкасту на платформі – підготовка аудіофайлу. Цей крок дуже важливий, оскільки якість звуку буде впливати на те, наскільки успішним буде подкаст. Ось детальний план дій, який потрібно буде виконати для підготовки аудіофайлу:

- **Запис аудіо:** потрібно буде записати подкаст. Можна записати його на комп'ютері або використовуючи мобільний пристрій з допомогою спеціального додатку для запису аудіо. Переконайтеся, що мікрофон і динаміки налаштовані на правильний рівень гучності, а якість звуку належно перевірена.
- **Редагування аудіо:** після того, як записали подкаст, можливо спеціальне програмне забезпечення для редагування звуку, таке як Audacity або Adobe Audition. Редагування може включати видалення помилок, редагування темпу та гучності, а також додавання музики або ефектів.
- **Форматування аудіо:** після редагування подкасту, ми повинні зберегти його в правильному форматі, який підтримує платформа для розміщення подкастів. Більшість платформ підтримують формат MP3.
- **Назва файлу:** переконайтеся, що назвали аудіофайл зрозуміло та інформативно. Зазвичай рекомендується використовувати назву, що відображає тему подкасту та є легкою для розуміння.
- **Довжина та розмір файлу:** переконайтеся, що довжина подкасту підходить для платформи. Більшість платформ мають обмеження на довжину та розмір файлу. Перед завантаженням подкасту переконтися, що аудіофайл відповідає вимогам платформи.
- **Оформлення метаданих:** метадані є інформацією, яка допомагає зрозуміти, що міститься в подкасті. Це може включати назву подкасту, автора, опис, зображення обкладинки та іншу інформацію. Переконайтеся, що всі метадані заповнені належним чином та є інформативними для аудиторії.

- Перевірка звуку: переконайтеся, що звук вашого аудіофайлу чистий та якісний. Відтворіть його на різних пристроях та перевірте, чи все працює належним чином. Зверніть увагу на гучність та звукові ефекти.
- Збереження аудіофайлу: збережіть аудіофайл на комп'ютері або на зовнішньому пристрої. Переконайтеся, що він збережений в правильному форматі та з назвою, яка відображає тему вашого подкасту.

Після виконання цих кроків можливо завантажити свій подкаст на платформу та поділитися ним зі своєю аудиторією.

Завантаження аудіофайлу на платформу може здатися складним процесом, але насправді це досить просто. Крім того, кожна платформа має власні інструкції щодо завантаження подкасту. Нижче наведені загальні кроки, які вам можуть знадобитися:

- Залогіньтеся на свій обліковий запис на платформі.
- Знайдіть опцію завантаження аудіофайлу. Зазвичай це може бути кнопка "Додати новий епізод" або "Завантажити подкаст".
- Оберіть аудіофайл, який ви хочете завантажити. Переконайтеся, що він відповідає вимогам платформи щодо формату та розміру.
- Заповніть метадані вашого подкасту, включаючи назву, опис, автора та зображення обкладинки. Ця інформація допоможе вашому подкасту знайти свою аудиторію.
- Встановіть дату та час публікації вашого епізоду. Ви можете вибрати, коли саме ваш подкаст стане доступним для прослуховування.
- Перевірте всю інформацію та натисніть кнопку "Опублікувати" або "Зберегти".

Подкаст тепер доступний для прослуховування на платформі.

Додавання метаданих до вашого подкасту є дуже важливим кроком, оскільки вони допомагають аудиторії знайти ваш контент та зрозуміти, про що він. Ось кілька кроків, які вам можуть знадобитися для додавання метаданих до вашого подкасту:

- Назва: виберіть коротку та зрозумілу назву для свого подкасту. Назва має бути привабливою та короткою, щоб легко запам'ятати та поширювати.
- Опис: напишіть короткий опис свого подкасту, який коротко описує, про що він. Опис має бути зрозумілим та привабливим для аудиторії.
- Теги: додайте теги до свого подкасту, які відображають тему та контент вашого подкасту. Теги допоможуть аудиторії знайти ваш контент через пошук або категорії.
- Зображення для обкладинки: оберіть привабливе зображення для обкладинки вашого подкасту. Це може бути ваше фото або логотип, що відображає тему вашого подкасту.
- Інші метадані: деякі платформи можуть запитувати додаткові метадані, такі як категорія подкасту, рейтинг вмісту, мова та інше. Впевніться, що ви докладно досліджуєте вимоги вашої платформи та заповнюєте всю необхідну інформацію.

Пам'ятайте, що метадані є ключовими для того, щоб ваш подкаст знайшов свою аудиторію та став популярним. Тому, при додаванні метаданих до свого подкасту, будьте уважні та намагайтеся максимально детально описати та відображати ваш контент.

Перед публікацією вашого подкасту необхідно його перевірити, щоб впевнитися, що все налаштовано правильно. Ось кілька рекомендацій, які можуть допомогти вам в перевірці та публікації вашого подкасту:

- Перевірте аудіофайл: переконайтеся, що ваш аудіофайл має якісний звук та відтворюється правильно. Прослухайте всі епізоди, щоб переконатися, що вони містяться у правильному порядку та їх тривалість відповідає зазначеній у метаданих.
- Перевірте метадані: перевірте, чи всі метадані, які ви додали до свого подкасту, відображаються правильно. Переконайтеся, що назва, опис, теги та зображення для обкладинки відповідають вашому контенту.

- Перевірте посилання: якщо ви вказали посилання на свій веб-сайт або соціальні мережі у метаданих, переконайтеся, що вони відкриваються та працюють правильно.
- Перевірте налаштування: переконайтеся, що ви правильно налаштували налаштування вашого подкасту, такі як категорія, мова, рейтинг та інше.
- Після того, як ви перевірили свій подкаст та впевнилися, що все налаштовано правильно, ви можете опублікувати його на платформі. Після публікації вам буде доступний посилання на ваш подкаст, яке ви можете поширювати на своїх соціальних мережах та в інших місцях для привернення нової аудиторії. Зауважте, що деякі платформи можуть потребувати деякий час для того, щоб опублікувати ваш подкаст на їхній платформі, тому будьте терплячими та дайте платформі час опрацювати ваш подкаст та опублікувати його. Після публікації вам слід також перевірити, чи ваш подкаст відображається на платформі правильно та чи може його знайти користувач.
- Якщо ви знайшли помилки в своєму подкасті після публікації, ви можете виправити їх та оновити ваш подкаст на платформі. Будьте уважні та переконайтеся, що оновлення дійсно відображається на платформі, щоб уникнути непорозумінь з вашою аудиторією.

Нарешті, не забувайте просувати свій подкаст та ділитися ним зі своєю аудиторією. Рекламуйте його на своїх соціальних мережах, на своєму веб-сайті та інших платформах, щоб залучити більше слухачів та розширити свою аудиторію.

Так, продвиження подкасту є дуже важливою складовою процесу його створення та публікації. Ось деякі поради, як ви можете продвигати свій подкаст:

1. Використовуйте соціальні мережі: створіть сторінку для свого подкасту на популярних соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter, Instagram та інші. Розміщуйте пости про нові епізоди, поділіться фотографіями та відео, що стосуються вашого подкасту.
2. Рекламуйте на інших платформах: познайомтесь зі своєю цільовою аудиторією та з'ясуйте, які інші платформи вони використовують.

Рекламуйте свій подкаст на таких платформах, як YouTube, LinkedIn, Reddit, Quora та інші.

3. Розміщуйте свій подкаст на інших платформах: розміщуйте свій подкаст на різних платформах, щоб привернути більше слухачів. Це можуть бути такі платформи, як SoundCloud, Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Stitcher та інші.
4. Проводьте розіграші та конкурси: проводьте розіграші та конкурси серед своїх слухачів, щоб привернути нових слухачів та зберегти старих. Наприклад, ви можете провести розіграш серед тих, хто залишив відгук про ваш подкаст, або створити конкурс, в якому переможець отримає можливість виступити в епізоді вашого подкасту.
5. Співпрацюйте з іншими подкастерами: співпрацюйте з іншими подкастерами, щоб залучити їхню аудиторію до вашого подкасту. Ви можете запросити іншого подкастера на свій подкаст, або домовитися про спільне просування на інших платформах.

Отже, для розміщення свого подкасту на платформі потрібно пройти декілька кроків, зокрема вибрати платформу, створити обліковий запис, підготувати аудіофайл, завантажити його на платформу, додати метадані та опублікувати подкаст. Далі, щоб привернути увагу аудиторії, потрібно рекламувати свій подкаст через соціальні мережі та інші канали. За наявності якісного контенту та ефективної реклами, подкаст може стати популярним та знайти свою аудиторію.

Висновки до розділу 2

Отже, під час розробки та створення психологічного подкасту «Номо_psychologist» були враховані ключові аспекти дизайну та контенту. Було створено логотип та обкладинку, які відображають тематику подкасту та залучають увагу аудиторії. Крім того, було розроблено музичну обробку та визначено технічні параметри запису.

Наповнення контентом подкасту проводилось з урахуванням цільової аудиторії та основних тем, що будуть порушуватись. Було розроблено план випусків та підібрані теми для кожного епізоду, враховуючи актуальність та цікавість для аудиторії.

Таким чином, під час дизайну та наповнення контентом психологічного подкасту «Homo_psychologist» було дотримано принципів візуальної привабливості та залучення уваги аудиторії, а також забезпечено наявність цікавого та актуального контенту.

Щодо змісту подкасту, було вирішено розглядати широкий спектр тем, пов'язаних з психологією, включаючи особистісний розвиток, психотерапію, психологічні аспекти взаємодії між людьми та багато іншого.

Для візуальної ідентифікації проекту було розроблено логотип, який відображає його основну тематику і створює відчуття душевної глибини і розуміння. Також було створено дизайн для соціальних медіа, що використовуються для просування подкасту, з метою створення єдиної стилістики.

Важливим елементом створення контенту є якість звукозапису. Для досягнення високої якості запису було використано професійне обладнання і програмне забезпечення. Також було враховано можливість звукових ефектів, що додають насиченості та цікавості для слухачів.

У підсумку, було проведено розробку концепції та етапів створення психологічного подкасту «Homo_psychologist». Важливим елементом створення проекту є дизайн та наповнення контентом, які були ретельно розроблені з метою забезпечення високої якості та цікавості для слухачів.

Розміщення подкасту на платформі – це досить простий і доступний спосіб залучити аудиторію до свого контенту. На сьогоднішній день існує безліч різних платформ, на яких можна розміщувати свої подкасти. Щоб почати, вам потрібно вибрати платформу, яка найбільш підходить для вашої тематики та цільової аудиторії.

Далі, потрібно створити обліковий запис на обраній платформі та підготувати аудіофайл з належною якістю звуку. Наступним кроком буде завантаження аудіофайлу на платформу та додавання метаданих, таких як назва, опис, теги та обкладинка.

Після цього, вам потрібно перевірити налаштування та опублікувати свій подкаст. Наскільки успішним стане ваш подкаст залежить від якості контенту та ефективності реклами. Чим якіснішим і цікавішим буде ваш контент, тим більше шансів на залучення аудиторії.

У загальному, розміщення подкасту на платформі – це один з найбільш доступних способів створення власного контенту та його розповсюдження. Важливо знати, що успіх в цьому процесі залежить від дотримання кількох простих правил, таких як якість контенту та ефективність реклами. Однак, якщо ви працюватимете над цими аспектами, ви зможете залучити велику аудиторію та зробити свій подкаст популярним.

ВИСНОВКИ

Отже, подкастинг являє собою новий медіаформат, який набуває все більшої популярності в усьому світі. У роботі було досліджено передумови виникнення та сучасний стан подкастингу, особливості створення та технічні аспекти функціонування подкасту, а також проаналізовано українські подкасти про психологію.

Створення власного подкасту є складним та багатоетапним процесом, що вимагає певної кількості знань та навичок. У розділі було розглянуто концепцію та етапи створення подкасту, дизайн та наповнення контентом психологічного подкасту "Номо_psychologist", а також розміщення подкасту на платформі Телеграм і залучення цільової аудиторії.

Загалом, було створене загальне уявлення про подкастинг як медіаформат, та детально описано процес створення власного подкасту про психологію. Результатом виконання завдань стало збагачення знань про подкастинг та його можливості, а також практичні навички створення власного подкасту про психологію.

Крім того, завдання аналізу українських подкастів про психологію дало можливість ознайомитись з різноманітними форматами та стилями подкастів, які можуть бути корисними для створення власного проєкту.

Процес створення власного подкасту вимагає від автора не тільки знань та навичок у психології, але й у медіа, зокрема звукозапису та монтажу аудіофайлів. Але якщо взяти до уваги зростаючу популярність подкастів, відкритість до нового та бажання підвищити свій професійний рівень, то створення власного подкасту може стати цікавим та корисним проєктом для будь-якого психолога.

Подкастинг є цікавим та перспективним медіаформатом, який має багато можливостей для популяризації психології та забезпечення доступу до неї для більш широкої аудиторії. Завдання аналізу українських подкастів про

психологіюдало можливість ознайомитись з різноманітними форматами та стилями подкастів, які можуть бути корисними для створення власного проєкту. А створення власного подкасту може стати цікавим та корисним проєктом для будь-якого психолога з відповідними знаннями та навичками у медіа.

Згідно з проведеним дослідженням розвитку та стану подкастингу, можна зробити висновок, що цей тип медіа продовжує займати все більш вагому позицію на ринку контенту. Завдяки зручності споживання, можливостям для глибшого занурення в тему та більшому контролю над часом прослуховування, подкасти набувають популярності серед широкої аудиторії.

Особливості створення та функціонування подкастів включають у себе високу різноманітність та гнучкість у форматі та стилістиці, можливість взаємодії з аудиторією та побудову глибоких взаємин з нею. Технічні аспекти функціонування включають у себе відповідне обладнання, вільне володіння технічними навичками та розумінням технічних вимог до подкастів.

Аналіз українських подкастів про психологію показав, що такі проєкти здатні знайти свою аудиторію та зайняти певну нішу. При цьому, варто звернути увагу на якість контенту, звукову оформленість та рекламну стратегію.

Створення власного подкасту про психологію, згідно з концепцією та етапами, які були визначені, може бути успішним проєктом, який зможе знайти свою аудиторію та викликати інтерес. Він повинен бути якісно оформленим, мати цікавий та корисний контент, а також бути розміщеним на відповідних платформах та залучати цільову аудиторію за допомогою рекламних стратегій та соціальних мереж.

Завдяки роботі над дипломним проєктом було розглянуто теоретичні засади подкастингу, її передумови виникнення та сучасний стан. Було розглянуто особливості створення та технічні аспекти функціонування подкасту, а також проведено аналіз українських подкастів про психологію.

В результаті роботи був створений власний подкаст про психологію під назвою «Homo_psychologist». Була розроблена концепція та етапи створення

подкасту, дизайн та наповнення контентом, а також визначено платформу розміщення та методи залучення цільової аудиторії.

У результаті дослідження було виявлено, що подкастинг є актуальним інструментом для поширення знань та інформації на сучасному ринку медіа. Створення власного подкасту дає можливість створити власний бренд та надати відповідь на запити цільової аудиторії.

Створення та розміщення подкасту – це досить простий процес, але він потребує деяких зусиль та підготовки. Починаючи з вибору теми та формату, реєстрації на платформі, підготовки аудіофайлу та додавання метаданих, і закінчуючи публікацією та продвиженням, важливо дотримуватись кожного кроку з увагою та уважності.

Проте, варто пам'ятати, що успіх подкасту не залежить лише від його якості та кількості реклами, а також від здатності автора залучити та утримати аудиторію. Тому варто працювати над контентом та навичками комунікації зі своєю аудиторією, щоб створити успішний та популярний подкаст.

Отже, можна стверджувати, що створення подкасту про психологію є актуальним та перспективним напрямом, який може знайти своїх прихильників серед людей, які цікавляться розвитком та самопізнанням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Герасименко А. С. Радіо у мережі Internet та подкастинг. Створення власного підкастингу та радіостанції у мережі Internet. Тріумф, 2007. 176с.
2. Гол Дж. Он-лайнова журналістика. Київ : К.І.С., 2005. 344 с
3. Дмитровський О. Особливості подкастингу як основної складової інтернет-радіо. Теле- та радіожурналістика. 2017. № 16. С. 97–101.
4. Дмитровський О. Подкаст-програми та блоги: основні аспекти їх створення. Теле- та радіожурналістика. 2014. № 13. С. 210–213.
5. Досенко А. Е. Електронні щоденники як одиниці соціальних комунікацій. Київ : КиМу, 2012. 202 с.
6. Квіт С. Масові комунікації : підручник. Київ : Вид. дім «Києво-могилянська академія», 2008. 206 с.
7. Коваль С. Аудіальний контент користувачів. Теле- та радіожурналістика. 2017. № 16. С. 178–183.
8. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посібник. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
9. Приходько Д. С. Інноваційні технології у навчанні студентів технічних спеціальностей: подкастинг. Advanced Education. 2014. № 1. С. 59–65.
10. Чабаненко М. В. Відео у аудіо. Робота журналіста в Інтернет-ЗМІ. Запоріжжя : Просвіта, 2012. С. 62–65.
11. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.
12. Michael W Geoghegan; Dan Klass – Podcast solutions: the complete guide to audio an dvideo podcasting. Apress, 2007. 280 p.
13. Morris, Tee, and Chuck Tomasi. Podcasting For Dummies. 4th ed. Wiley, 2020. Eng. 15 Oct. 2022.

Електронні ресурси

14. «Громадське радіо» записало перший подкаст англійською. URL: http://stv.detector.media/reformuvannya/radio/gromadske_radio_zapisalo_pershiy_podkast_angliyskoju (дата звернення: 10.04.2023)
15. Гроші з розмов – як подкастинг став прибутковою індустрією у 2016-му. URL: <https://www.imena.ua/blog/business-of-podcasting> (дата звернення: 19.03.2023).
16. Данилюк С. С. Особливості використання інтернет-технології «Подкаст» у процесі формування професійної компетенції майбутніх філологів. URL: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis>(дата звернення: 19.03.2023).
17. Данько-Сліпцова А. Нові медіа: історія, типологія. URL: <http://social-science.com.ua/-article/1242> (дата звернення: 16.03.2023).
18. ALL the Best Podcast Hosting Platforms, Carefully Chosen for 2023 URL <https://www.thepodcasthost.com/websites-hosting/best-podcast-hosting/>(дата звернення: 18.04.2023).
19. Best Podcast Apps for Listening on iOS, Android, + Smart Devices URL <https://www.thepodcasthost.com/listening/best-podcast-apps-smartphone/>(дата звернення: 22.04.2023).
20. Buzzsprout Platform Stats URL https://www.buzzsprout.com/global_stats (дата звернення: 11.04.2023).
21. iOS 16 Has Arrived – Here’s How It Will Impact Podcasts URL <https://www.thepodcasthost.com/business-of-podcasting/ios-16-podcasts/> (дата звернення: 27.04.2023).
22. LP_All the November Data Story Charts URL https://features.podchaser.com/wp-content/uploads/2022/12/LP_All-the-November-Data-Story-Charts.pdf/(дата звернення: 18.03.2023).

23. Music streaming revenue worldwide 2005-2021 Published by Marie Charlotte Götting May 10, 2022 URL <https://www.statista.com/statistics/587216/music-streaming-revenue/> (дата звернення: 10.03.2023).
24. National Public Radio. (2021). Podcasting: Fact sheet. URL <https://www.npr.org/about-npr/181881227/podcasting-fact-sheet>(дата звернення: 11.03.2023).
25. Oxford Learner's Dictionaries. Podcast. URL <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/podcast>(дата звернення: 13.03.2023).
26. Paul Colligan. How To Podcast 2015 : Four Simple Steps to Broadcast Your Message to the Connected Planet. URL: <https://books.google.com.ua/books?id> (дата звернення: 24.04.2023).
27. Pew Research Center. (2021). Podcasting fact sheet. URL <https://www.pewresearch.org/internet/fact-sheet/podcasting/>(дата звернення: 24.03.2023).
28. Podcasting's age 55+ opportunity from npr and edison research URL <https://www.edisonresearch.com/hit-play-boomer-podcastings-age-55-opportunity-from-npr-and-edison-research/>(дата звернення: 17.03.2023).
29. Techopedia. What is a Podcast? URL:<https://www.techopedia.com/definition/31723/podcast>(дата звернення: 19.04.2023).
30. The Podcast Host. What is a Podcast? URL <https://www.thepodcasthost.com/listening/what-is-a-podcast/>(дата звернення: 14.04.2023).
31. Top Podcast Genres in the U.S. for Q2 2022 URL <https://www.edisonresearch.com/comedy-tops-the-podcast-genre-chart-in-the-u-s-for-q2-2022/>