

БАШКАТОВА М.П.

*студентка спеціальності «Журналістика», 4 курс
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

СКУРТУЛ Г.С.

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна*

НОВИННИЙ ДАЙДЖЕСТ В АУДІОПОДКАСТАХ: СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ТА МОДЕЛІ СПОЖИВАННЯ

Через розгортання збройної агресії Росії в українців з'явилося забагато подій, які варто моніторити, щоб розуміти безпекову ситуацію в державі та прифронтових громадах. Це засилля критично важливої інформації відобразилося і в інформаційному просторі – збільшилася кількість новинного контенту на різноманітних медіамайданчиках. Рішенням для того, щоби бути в курсі та не бути в засиллі інформації, стали дайджести головних подій в онлайн-медіа, соцмережах, на відеоплатформах та стрімінгових майданчиках. Через те що новини змінюються швидко, формат дайджесту є актуальним для розуміння головного за певний період. Оскільки щодня розширюється перелік тем, які активно обговорюють, стають більш помітними різноманітні сфери, у яких теж є новини, які аудиторія хоче дізнаватися та обговорювати. Це відкриває додаткові можливості для креаторів, які створюють вузькотематичні новинні подкасти.

Унаслідок повномасштабного вторгнення сплеск відбувся й у створенні та поширенні новинних аудіоподкастів (далі – подкасти) від українських журналістів. У них висвітлюється локальний, всеукраїнський або іноземний контекст, креатори обробляють інформацію та подають новини в цьому форматі. Подкасти стали ще одним джерелом для отримання новин через зручність прослуховування практично будь-де та через труднощі, що виникають як наслідок воєнних дій: відключення електроенергії, нестабільний доступ до інтернету на прифронтових територіях, хакерські атаки на онлайн-медіа та державні сервери. Подкасти стають вдалим майданчиком для проговорення складних тем, їх створюють для своєї аудиторії медіа, громадські організації, державні структури, незалежні автори та блогери.

У науковому дискурсі активно досліджують причини популярності подкастів, особливості їхнього слухання та проблемно-тематичну поліфонію. В українському журналістикознавстві типологію подкастів, їхні форматні особливості й жанрову реалізацію, вплив повномасштабного вторгнення на процес актуалізації в медіапросторі вивчали науковці О. Дмитровський, І. Гаврилук, О. Дубенська, Г. Скуртул. Унаслідок поширення інформації в новому форматі, тематика та формати новинних подкастів-дайджестів розширюються на українському медіаринку. Натомість окремого дослідження особливостей структури новинних подкастів-дайджестів та їхнього споживання ще немає, що й зумовлює актуальність наукової розвідки.

Дайджест – це «коротко написаний звіт, у якому можна прочитати найважливіші частини більшого тексту, або ж останні новини» (Cambridge Dictionary) [5] або «колекція написаних текстів, яку публікують разом у стислішій формі, ніж у першоджерелі» (Collins Dictionary) [6]. У сфері медіа дайджест – це «інформаційний продукт, який містить короткі анотації та основні положення статей або в якому стисло передано зміст найцікавіших публікацій за певний період» [3]. Іншими словами, дайджестом є формат добірок із базовою інформацією про важливі події. Дайджест набув популярності із розвитком імейл-розсилок і соцмереж. Структурувати такі добірки допомагають ключові питання, у них можуть бути новини, підбір статей, переказ або їхнє дублювання. Дайджести переважно містять «вижимку» з оригінального контенту, щоб дати покликання на розширену версію. Як зазначили у звіті від Reuters Institute Digital News Report, зважаючи на подібність форми дайджестів і розсилок, спостерігається схожий ефект від споживання таких форматів, наприклад, «через отримання інформації на пошту розсилки створюють у читача враження прямого спілкування та відчуття його важливості. Це сприяє діалогу між аудиторією та медіа, підсилюючи відчуття спільноти» [7].

Дайджест зазвичай складається з різних підрозділів та блоків. У редакціях будують новини саме в такому форматі, бо споживачі мають небагато часу на читання, їхня увага конкурує з іншими майданчиками. Такі підходи українських редакцій допомагають утримати аудиторію та зробити новини зручнішими для споживання. Говорячи про загальні тенденції написання новин у форматі дайджесту, сухо подавати факти замало – краще, згідно з практикою українських редакцій (за результатами інтерв'ювання від «Медіамейкер»), додавати ширший контекст і конструктивні рішення [1]. Дайджест може стати рішенням, яке допоможе споживати новини, міксуючи їх з історіями й ексклюзивними матеріалами медіа. Також є модель «користувачьких потреб», що спершу з'явилася

завдяки дослідженню аудиторії у ВВС, та трансформувалася під впливом часу та викликів за останні роки [7, с. 28]. У ній контент про останні новини доповнюють матеріалами, що навчають, надихають, відкривають перспективи, об'єднують або розважають, бо наразі мало хто хоче «тільки факти». Згідно з цією моделлю, трьома найважливішими потребами користувачів у всьому світі є: бути в курсі подій («інформуйте мене»), дізнаватися більше («навчайте мене») та бачити різноманітні думки з теми («дайте мені перспективу»). Також є потреба в новинах, які допомагають людям щось робити або відчувати [7, с. 28]. З усіма цими потребами можна експериментувати в дайджесті, щоби подавати новини відповідно до уподобань людей.

Згідно з аналізом поведінки аудиторії під час споживання новин від Digital News Report 2024 року від Reuters Institute, частина людей у світі відчуває себе «перевантаженими» кількістю новин: «Четверо з десяти вибірково уникають новин, не завжди готові споживати контент великого обсягу на складні теми. Водночас серед українців контроль за новинами став однією з основ відчуття безпеки, навіть для тих, хто не стежив за новинами раніше» [2]. Формат подкасту стає одним зі способів споживати новини дозовано та передбачає тісніший емоційний зв'язок зі слухачами, має довшу глибину перегляду за відеоформати. Новинний подкаст може бути щоденним, виходити кілька разів на день, 2–3 рази на тиждень і щотижня та відрізнятися своїм хронометражем. Аудиторія обирає новинні подкасти за принципом прихильності до ведучого або ведучої, довіри до мовника, сумісності політичних поглядів. Розвиток новинних подкастів проявляється у виготовленні контенту, створеного для людей із конкретними інтересами. Однією з особливостей новинних подкастів є відчуття спільноти, яке вони розвивають в аудиторії, що проявляється в співслуханні продукту з родичами чи друзями.

Дослідники Е. Ньюман і Н. Галло виокремили три категорії щоденних новинних подкастів: 1) мікробюлетені від 1 до 5 хвилин; 2) огляди новин тривалістю від 6 до 15 хвилин; 3) глибокі розслідування – зазвичай 20 хвилин і більше [4, 3]. Аналізуючи тематичну спрямованість, новинні подкасти входять у трійку інтересів людини. Згідно зі звітом Cumulus media, новинні подкасти займають 2 сходинку серед найбільш популярних за категорією. У 20 країнах понад третина аудиторії (35 %) слухають подкасти щомісяця, причому 13 % слухають передачі, пов'язані з новинами та поточні події [7, с. 10]. За звітом Pew Research Center, 67 % слухачів чули обговорення новин у подкастах, які споживають регулярно: «Поміж форматів новинних подкастів аудиторія віддає перевагу аудіопродуктам, у яких: 1) глибоко пояснюють тему або проблему; 2)

ведучі говорять про своє ставлення до новин; 3) підсумовують головні новинні історії за день» [8, 17]. Наразі досліджень про аналіз споживання новинних подкастів та смаки аудиторії в Україні недостатньо, тому ця галузь відкрита до нових наукових розвідок.

В Україні новинні подкасти як ніша ще формуються, однак серед проєктів, які системно висвітлюють новини в дайджестах, є подкасти: Ain.ua Daily (новини бізнесу), Creative Digest (креативних індустрій), «Опівнічні читання з Костянтином Куницею» (новинок літератури), «Книжковий пульс» (про події видавничого ринку), «Говорить СтратКом» (про атаки росіян), «Це по роботі» (маркетингу, бізнесу та ІТ). Зокрема, серед новинних подкастів-дайджестів є аудіопродукт з інтерпретацією чи коментарями про інфопривід – «Ранкове допію» (пояснення новин про міжнародні події та права людини). За тематичним принципом новинні подкасти можуть ділитися відповідно до зацікавлень: новини спорту, економіки, літератури, вирощування рослин.

Аналізуючи ринок українських новинних подкастів, крім дайджестів існують також інші формати. Зокрема, можна визначити категорії: новинні суспільно-політичні подкасти, новинні аудіопродукти з інтерпретацією чи коментарями про інфоприводи та інші суспільно-політичні аудіопродукти новинних редакцій. Серед новинних суспільно-політичних подкастів існують аудіопродукти: UA: The day that we survived (новини про події з початку повномасштабного вторгнення), Offrec (обговорення новин про міжнародну політику), «Що відбувається» (головні теми дня в Україні та світі), «Миколаїв на Дністрі» (новини місця у Львівській області), Objective news (новини Харкова, схожі на випуск радіопрограми. Стосовно новинних аудіопродуктів з інтерпретацією чи коментарями про інфоприводи є подкасти: «UA-Футбол» (розбір новин футболу), «Шо по коду» (новини світу ІТ), «Клятві питання» (суспільно-політичні новини), Хроніки економіки (економічні новини), «Почуті/ По суті» (пояснення новин про права людини), «Русській фейк: стукіт із дна» (огляд про дезінформацію), DOU Podcast (новини зі світу ІТ з обговоренням). Серед інших суспільно-політичних аудіопродуктів новинних редакцій створили: «Вест-Сайд» (огляд статей іноземних медіа, перші 6 випусків), «Подвійні стандарти» (діалог двох військових, як правильно розуміти те, що бачимо в новинах), «Що вкрали цього тижня» (огляд новин корупційних історій), «Без кісток» (новини про головні політичні зашквари тижня), Infopost.media (озвучка колонок на сайті), Svidomi тексти (начитування текстів сайту).

Особливістю новинних подкастів є вплив, завдяки якому аудиторія залишається в курсі новин та долучається до поточних подій. Новинні подкасти можуть охоплювати соціально-політичні, економічні, культурні,

спортивні новини. Зокрема, у подкастах досліджують геополітичні питання, вислови громадських та політичних діячів і діячок, нюанси внутрішньої та зовнішньої політики. У таких подкастах висвітлюють останні політичні події, аналізують, та пояснюють те, що відбулося, беруть коментарі експертів з актуальної теми. З причини сформованих звичок у деяких українців слухати радіо та сприймати інформацію на слух у певній послідовності, у частини новинних подкастів зберігається традиційна верстка радіовипуску, однак розвиваються й інші способи подачі новин. Завдяки цьому українські подкастери створюють аудіопродукти різноманітних форматів, які адаптують до інтересів різних груп слухачів, що сприяє інформуванню аудиторії про новини.

Отже, розповсюдженість дайджестів новин в Україні стрімко зростає внаслідок розвитку імейл-розсилок і соцмереж та важливості для української аудиторії залишатися в курсі головних подій під час війни. Тенденції споживання новин українців свідчать про зручність та звичку дізнаватися інформацію в короткій формі та потребу не тільки отримувати інформацію, а й розуміти її та слухати іншу думку про новину. Українські редакції адаптовують формат до своїх сайтів, новинних розсилок та соцмереж, зокрема, створюючи подкасти, які вирізняються форматом, хронометражем та заглибленістю в тему. Подкасти-дайджести успішно задовольняють зростаючий запит слухачів на глибоке розуміння актуальних подій завдяки ретельному добору новин, їхньому поданню в зручній для слухача формі та спеціалізації на певній тематиці.

Список використаних джерел

1. Нановська В. Як медіа подають новини? Структури та формати новин. *Медіамейкер*. URL: <https://surl.li/nrzdkg> (дата звернення: 18.09.2025).
2. Трапезнікова Д. Чому люди (не) довіряють новинам і що із цим робити журналістам. *Медіамейкер*. URL: <https://surl.li/zfydtp> (дата звернення: 18.09.2025).
3. Ярова А. Дайджести як головний формат регіональної журналістики. *Детектор медіа*. URL: <https://surl.li/cc/tfbvsa> (дата звернення: 18.09.2025).
4. Carvajal M., Marín-Sanchiz C., Navas C. The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives. *Profesional de la información*, 2022. Вип. 31, № 5. С. 1–16. URL: <http://surl.li/obljax> (дата звернення: 13.09.2025).
5. Digest. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digest> (дата звернення: 13.09.2025).
6. Digest. Collins Dictionary. URL: https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/digest#google_vignette (дата звернення: 13.09.2025).
7. Newman N., Fletcher R., Robertson C., Ross A., Rasmus A., Nielsen K. Reuters Institute Digital News Report 2024. URL: <https://surl.gd/spjoin> (дата звернення: 13.09.2025).
8. Shearer E., Liedke J., Matsa K., Lipka M., Jurkowitz M. Podcasts as a source of news and information. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/wp->