

ПОДКАСТ ЯК ЖАНР СУЧАСНОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ

Царик Галина Михайлівна,

*старший викладач кафедри латинської
та іноземних мов*

Львівського національного медичного університету

імені Данила Галицького

halynatsarykk@gmail.com

orcid.org/0000-0003-0994-2910

У ХХІ ст. відзначаємо значущу експансію цифровізації та лінгвістики у різні галузі та науки. Швидка поява *подкастингу* вийшла далеко за національні кордони. У 2005 році *подкаст* став «Словом року» за версією Оксфордського англо-американського словника. Власне, як і у США 2001, так і в Україні 2014 та 2022 «блоги і подкасти розквітли в задушливій атмосфері війни». Щоб досягнути **мету** розвідки визначення основних ознак *подкасту* як нового сучасного (аудіо та відео) жанру дискурсу медіалінгвістики застосовано такі **методи дослідження**, як спостереження, порівняння, узагальнення, абстрагування, аналіз, індукція, дедукція, та використано дослідницькі прийоми систематизації, класифікації, перекладу. **Результати.** *Подкаст* як жанр медіадискурсу розглядається міждисциплінарно, в царині лінгвістичної прагматики (семіотики, медіалінгвістики та соціолінгвістики). Особливими характеристиками рисами подкасту є форма, зміст і функція. Таким чином, ми з'ясували, що подкаст є носієм цих рис. Подкастерів представляють як незалежні аматори, так і професіонали. *Подкастер* – продуцент медіатексту. Ця знакодія залежить від таких аспектів: теорій комунікації, моделей і пов'язаних аспектів – кодування, декодування перевтілення та сугестії/ навіювання. Медіадискурс є комунікативною подією, продуктом учасників комунікації, як подкастера, так і аудиторії, через їхнє сприйняття, розуміння, оцінку, несприйняття, пізнання, обмін ідеями, твердженнями та інтерпретацією. Отже, ми тлумачимо метамову. **Висновки.** Стрижневою знахідкою нашої розвідки є три семіотичні виміри *подкасту* як жанру медійного дискурсу: 1) кодовий – за формою; 2) інформаційний – за змістом; 3) культурний – за умовною аудиторією. *Подкаст* – це сукупність знаків, знакодія (семіозис), який характеризується кодовим, інформаційним та культурним вимірами.

Ключові слова: подкастинг, подкастер, аудіоподкаст, відеоподкаст, семіотичний вимір, кодовий вимір, інформаційний вимір, cultural dimension, сугестія, інтерпретація.

PODCAST AS A GENRE OF MEDIA DISCOURSE

Tsaryk Halyna Mykhailivna,

*Senior Lecturer at the Department
of Latin and Foreign Languages*

Danylo Halytsky Lviv National Medical University

halynatsarykk@gmail.com

orcid.org/0000-0003-0994-2910

The 21st century has also been a time of significant expansion of digitalisation and linguistics in different studies and branches. The rapid emergence of *podcasting* has gone far beyond national borders. In 2005, *podcast* was the “Word of the Year” in the Oxford English American Dictionary. Actually, as in the USA in 2001 and in Ukraine in 2014 and 2022, “blogs and podcasts flourish in the suffocating atmosphere of war”. To achieve the research **purpose** of identifying the main features of the podcast as an up-to-date (audio and video) genre of mediallynguistics discourse, such **methods** as observation, comparison, generalization, abstraction, analysis, induction, deduction, and methods of systematisation, classification, and translation were used. **Results.** *Podcast* as a genre of media discourse is examined interdisciplinarily within the fields of pragmalinguistics

(semiotics, mediallynguistics, and sociolinguistics). Particular characteristics of a genre are content, form and function. Thus, *podcasts are* determined to have these three features. *Podcasters* are represented by both independent amateurs and professionals. Media text is a product of a *podcaster*. This code depends on communications theories, models, and related aspects: coding, decoding, role-taking empathy, and persuasive suggestions / imposing. Media discourse is a communicative event, a product of communication participants, both the podcaster and the audience, through their perception, comprehension, appreciation, apprehension, cognizance, ideas sharing / assertions and interpretation. Hence, we interpret metalanguage. **Conclusions.** The pivotal findings of this research are three dimensions of the podcast as a genre of media discourse: 1) the code dimension that is characterised by the form, 2) the information dimension that is characterized by the content, and 3) the cultural dimension that is characterized by the conditional audience. Hence, *podcast* is a set of signs – semiosis characterized by code, information and cultural dimensions.

Key words: podcasting, podcaster, audio podcast, video podcast, semiotic dimension, code dimension, informational dimension, cultural dimension, persuasive suggestion, interpretation.

Утішай тих, хто мусить хвилюватися, і хвиллюй тих, хто аж занадто тішитися.
Фінлі Пітер Данн

1. Вступ

Сучасний український кінематограф полюбляє сцени, де молода людина біжить у навушниках (EarPods), а ще краще, модерніше, – в епелівських еарподсах (AppleAirPods) (англізми теж вітаються вітчизняним кінематографом) на пробіжці в парку чи у спортзалі або ж у навушниках їде в авто, усміхається чи посміхається та згодом обговорює інформацію з колегами чи партнером, ділиться враженнями від прослуховування аудіофайлів, інтерпретує почуте, а вдома тлумачить побачене чи то на планшеті, комп'ютері, чи в телевізорі. У світі інформаційних технологій сучасна оселя, осередок мультимедіа, нагадує дім пожежника Гая та Мілдред Монтегів*, з віртуальних голубих екранів ллється безперервний потік інформації. «З одного боку, телевізор моделює життя, з іншого боку, життя моделює телевізор», – Георгій Почепцов (Почепцов, 2022: 308).

Ніщо так не болить людській натурі, як нова ідея.
Волтер Беджет «Фізика і політика» (1873)

2. Новітнє явище або дифузія інновації

У 2005 році *подкаст* став «Словом року» за версією Оксфордського англійсько-американського словника. *Подкаст* – новий жанр медіалінгвістики, з'являється в пропозиціях на смартфонах, телевізорах, планшетах серед усіх інших продуктів медіасфери найчастіше, запит містить інформацію про IP-адресу вашого пристрою та його тип (як-от Chrome, Safari, Android або iOS). *Подкасти* в широкому доступі на таких сервісах та платформах, як Apple Podcast, Google Podcast, Netflix, Spotify, Pandora, Megogo, You Tube, Telegram, можна скачати, зберегти, задля реклами поширити у соціальні мережі Facebook, Instagram, Twitter або переслати на Viber, WhatsApp, завантажити випуски заздалегідь під час віялових відключень електроенергії, коли зникає не лише світло, а й зв'язок, зарядивши пристрої, можна слухати/переглядати, формат файлів, що читає потоки RSS або Atom у стисненому звуці, містить метадані, інформацію про випуск: заголовок, оповідач/інтерв'юер, автор, респондент/співбесідник, опис, посилання, гіперпосилання, допущені помилки і т.д. *Подкастинг* швидко підхопили медіакорпорації, такі як The New York Times, The Guardians, The American Life, The Daily Telegraph, BBC.

3. Словотвірна парадигма та потенційні деривати

Міждисциплінарне тлумачення цього виду дискурсу очевидно було цікаве сьогодні і Рене Декарту*. «Декарт поставив під сумнів усю теорію епістемології» (Содомора, 2020: 137).

Адже досі не визначений понятійний та термінологічний апарат медіалінгвістики. Відсутня інформація про етимологію слова *подкаст* навіть у зарубіжних словниках, словотвірна парадигма та потенційні деривати не вивчені. *Подкастинг* (*podcasting*) (послугуємося експлікативним способом перекладу) – процес створення *подкастів*, Інтернет-аудіо-відеофайлів, які можна автоматично завантажувати з Інтернету на пристрої (Бабич, 2020: 151). Нині подкасти як цифрові медіафайли можна подивитись чи прослухати не лише на пристроях Apple, а й в пошуку Google на Smart TV та на Android Auto, тобто *подкастинг* – мовлення у форматі MP3 (Енциклопедія Британіка подає *podcast* як іменник і дієслово, імпліцитно впливає, що потенційно існують атрибутиви *podcasting, podcasted*). З одного боку, подкаст як новітнє медійне явище характеризується високою мірою суб'єктивності і комунікантів часто піддають критиці медійні «патрологи», тому мало би бути відкинутим, з іншого боку – зворотний зв'язок комунікатів (вподобайки, чат-руми, коментарі, дискусійні майданчики, спонтанна суспільна реакція, вибухові скандали, культура скасування), який продукує нові інтерпретанти – цілий механізм рефлексології. Та не забуваймо про рейтинги, алгоритм*, «спостереження всіх за всіма» (Роджерс, 2009: 386), монетизацію подкастерів, одним словом, – цифровізація, котра передусім є арифметикою.

4. Етимологія терміна

Отже, почнемо спочатку, як стверджують скептичні картезіанці, для того щоб пізнати істину, треба звернутись до витоків. Слово походить від англійського *podcast* має 3 морфеми *i+pod + broadcast* (Рус. 1) *iPod = 1) i-Internet* – Інтернет+ 2) *Pod – part of a spacecraft or a boat that can be separated from the main part* – модуль/ відсік космічного корабля (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com>). Контамінація: 1 + 2) *iPod* + 3) *broadcast*, де перше і друге – це портативний аудіопрогравач, а третє – передавати або транслювати для загального користування (*broadcast = to transmit (announcements or programmes) on radio or television: CNN also broadcasts programmes in Europe*). Походження цього слова *iPod* приписують Вінні Чіко (англ. Vinnie Chico), який був автором рекламних текстів для Apple та надихнувся британським класичним, культовим кінофільмом режисера Стенлі Кубрика «Космічна Одиссея 2001 року» (англ. 2001: A Space Odyssey).

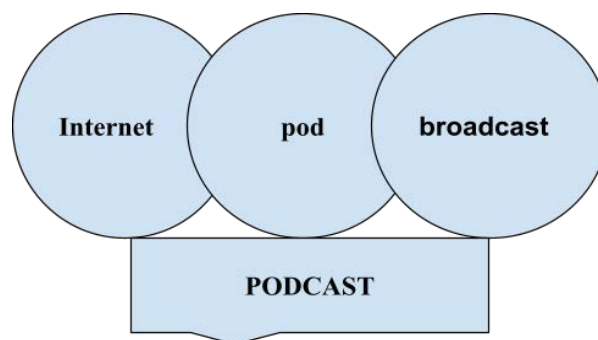


Рис. 1. Подкаст – слово-злиток

iPod, що утворилося від словозлиття:

Низка користувачів замінює [o] у слові *пОдкаст* на [i] *нідкаст*!* Дослідники привертають увагу до того, що тут немає етимологічних підстав [o] змінювати [i]. По-перше, слово-злиток утворене від власної назви пристрою *iPod*, ми ж не кажемо, не обзиваємо *айПод* (*iPod*) *айПідом*. Оскільки власну назву не можна змінювати, коли вона здобула глобальну популярність.

Слова – це одиниці думки, які структурують сприйняття.

Еверетт М. Роджерс «Дифузія інновацій» (2009)

5. Найменування інновації та темпи впровадження

Від вибору назви залежить сприйняття. Емпірична назва у справі називання стосовно нового явища чи ідеї має бажане значення в цільовій аудиторії. Влучне найменування стає запозиченим телескопізмом, під час перекладу якого застосовуємо такий перекладацький прийом, як транскрипція, заснований на передачі графічного образу запозиченого новотвору за допомогою передачі букв. По-друге, ця лексема належить до сучасних англійських телескопізмів, де правило щодо відповідної зміни не діє. Тому слово-злиток потрібно вживати з літерою *o*: *podcast**. Це передача новотвору, написаного за допомогою однієї алфавітної системи вихідної мови, відбувається засобами іншої алфавітної системи мови перекладу (Зацний, Пахомова, 2001). Інтернет провокує появу нових жанрів (Вайшенберг, 2004: 79), інформаційних технологій (від аудіоблогінгу, неткастингу, чамкастингу (дружня бесіда) до скайпкастингу) та розповсюдженню світової павутини, де визначення *подкасту*, *подкастера* та *подкастингу* розвивається у сучасному медіадискурсі. Не лише аудіопрограми, а й відеопрограми також може записати кожен бажаючий, *подкастер* – ведучий або автор, або блогер. Від професійних журналістів, державних служб до ведучих-аматорів *подкаст* вибирають як зручний жанр комунікації. Цифровізація енциклопедій – носіїв перевірених джерел, фахових видань визначає тенденцію розвитку цивілізації як надпотужної комунікативної, пізнавальної сили. До прикладу, енциклопедія Британіка (англ. Encyclopædia Britannica, 1768, вперше надрукована, а з 1994 – потужний інтернет-ресурс) заохочує читачів до перегляду відео, прослуховування подкастів та продукування зворотного зв'язку, забезпечує дискусію на тему «часто в неенциклопедичній формі» (<https://www.britannica.com/>).

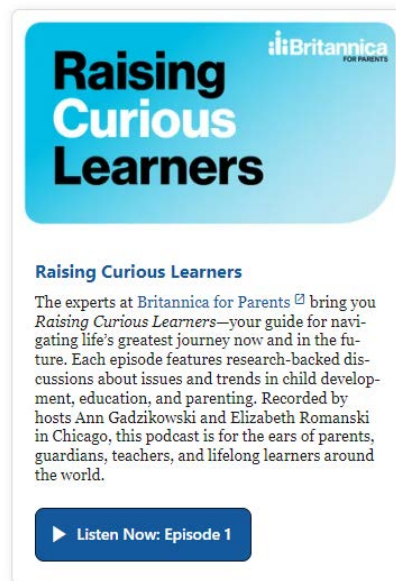


Рис. 2. Енциклопедія Британіка (Encyclopædia Britannica) – зразок подкасту

6. Семіотичні виміри жанру

Відповідно до каналів інформації у сучасних дослідженнях наводиться більш широка типологія дискурсу (Бацевич, 2010: 163; Корольов, 2012: 292), що будується на основі різних типів семіотичних знаків. Пропонуємо розглянути *подкаст* як жанр медійного дискурсу у трьох семіотичних вимірах: кодовому за формою, інформаційному за змістом та культурному за умовною аудиторією. Отже, як жанр медійного дискурсу *подкаст* має *форму*, *зміст* та *функцію* (Андрійчук, 2021: 168–173).

6.1. Форма

Щодо форми, то її, як стверджує Ерік Ньюзум (автор подкастів, аудіоматеріалів та аудіошоу на NPR та Audible, остання у складі Amazon, відомий американський медіаконсультант), визначають амбіції та ресурси. Ньюзум радить сприймати продукт – подкаст не з технологічної сторони (RSS, Atom або NPR), а зі сторони сприйняття слухачем. У його книзі «Гучніше» класифіковано форми аудіоподкастів: 1) балачки (тиради, запитання та відповіді, бесіда), 2) історії (сезонні оповідки, серійні історії, багатосюжетні подкасти) (Ньюзум, 2022: 15, 80–89, 100). У новітній аудіо- та відеоіндустрії, оскільки галузі стрімко розвиваються, подкасти можна класифікувати за жанровими різновидами: монологічні подкасти («швидкий постріл» (quick burst) – п'ятихвилинні подкасти, оповіді, аудіоблоги, аудіокниги, відеоблоги, відеолекції, розслідування, екскурсії музеями) діалогічні подкасти (подкаст-інтерв'ю, розмовні подкасти та розслідування, відеоблоги), групові (подкасти круглого столу, театральні подкасти, ігрові стріми, воєнні випуски/стріми військових), гібридні подкасти. Популярність різновидів визначають підписники, слухачі, глядачі.

6.2. Зміст

Зміст аудіо- та відеоподкастів залежить від теми, спрямованості інформації (тобто культурного коду, віку та категорій слухача, соціального статусу слухача, власника авто, реалій (війна)): освітні та наукові (психологія, медицина, філологія/іноземні мови, фізика/квантова механіка, сучасна та давня історія, архітектура технології, штучний інтелект, архітектура, наукові винаходи/відкриття/вакцини); журналістські (новини, політика); мистецькі (музичні, музейні, театральні), розважальні (камеді-подкаст, комедії, радіошоу); професійні (будівництво, садівництво, пасічництво); екоактивізм, фемінізм, гастрономічні, Couple Casts (особисте життя авторів), релігійні, спортивні, політичні (політологи, політики, піарники, громадські діячі) події на фронті. Якщо перераховувати за популярністю, то знову ж таки першим показником є кількість підписників та прослуховувачів. Власне, як і у США 2001, так і в Україні 2014 та 2022 «блоги і подкасти розквітли в задушливій атмосфері війни» – слова належать Крістоферу Лайдону, автору політичних репортажів для New York Times (Ньюзум, 2022: 308).

6.3. Екстралінгвальні ознаки

Цей медійний жанр:

- не прив'язаний до години випуску, не всі теле- та радіопрограми виходять у найкращий час (prime time), а підписник може слухати аудіоподкасти та переглядати відеоподкасти у зручний час, а не тоді, коли пропонує телебачення та радіомовлення;
- не вимагає спеціальної освіти, лише компетенцій, власної філософії, які приваблюють потенційну аудиторію;
- емпатійний: атмосфера викликає «нелінгвістичний шлейф» (співпереживання, аналогії, роуміння, перевтілення, когніцію);
- різноплановий за впливом на аудиторію (лавина подкастів стала нішевою, інші обвалилися і тануть);
- дифузійний процес, інновація з плином часу поширюється серед членів соціуму;
- сегментований аудиторією.

Італійський професор Тіціано Боніні (Університет Сієни) стверджує у розвідці 2022 року «Подкастинг як гібридна культурна форма між старими та новими медіа»*: *Аудиторія, як у приватному, так і в громадському просторі, була звичною і сприяла формуванню цілеспрямованих громад та контрагромадських бульбашок. Подібним чином рекомендації подкастів через iTunes і додатки подкастів повертаються до образів золотого віку радіо як спільної діяльності», «найпопулярніші подкасти використовують “усталені стилістичні засоби радіодокументальних фільмів, аудіодрам та аудіокниг, для того щоб плекати глибоко зацікавлену аудиторію». «Також інтерпретація фокусується на “граматиці” семіотики з метою*

зрозуміти, як різні ресурси сприяють мультимодальному явищу» та цитує професорку Ліверпульського університету Кей О'Галлоран (Kay L. O'Halloran): «Основна передумова дискурсу цифрових медіа в лінгвістичних дослідженнях – “організація” семіотичних ресурсів, яка відображає соціальні функції, в яких вони задіяні» – це те ж саме, що й запропонував Холлідей (1978)» (Боніні, 2022). *Подкастер* – насамперед творець тексту як статичного об'єкта. Під дискурсом ми розуміємо комунікативну подію, яка відбувається між *комунікантом* і *комунікатом* (Різун, 2008: 101, 110, 120–121; Корольов, 2012: 292; Андрейчук, 2021: 163–164), яка залежить від комунікативної ситуації та культури і менталітету мовця. *Подкастер* – продуцент медіатексту як знаку, в якому об'єктивується дискурс. Ця знакодія залежить від таких аспектів: теорій комунікації, моделей і пов'язаних аспектів: кодування, декодування та сугестія / навіювання, перевтілення. Медіадискурс є комунікативною подією, продуктом учасників комунікації, як подкастера, так і аудиторії, через їхнє сприйняття, розуміння, оцінку, несприйняття, пізнання, обмін ідеями, твердженнями та інтерпретацією. Отже, ми тлумачим метамову.

7. Висновки

Подкаст як жанр медійного дискурсу у трьох семіотичних вимірах: кодовому – за формою: монологічні (повідомлення, бесіда, звіт, рецензія, коментар, постанова, розслідування, огляд оповіді, аудіоблоги, аудіокниги, відеоблоги, відеолекції, розслідування, екскурсії музеями); діалогічні подкасти (інтерв'ю, дискусія, кореспонденція, розслідування, репортаж, відеоблог); групові (розслідування, репортаж, подкасти круглого столу, ток-шоу, прес-конференції, театральні подкасти, новини, серійні історії, багатосюжетні подкасти, серіали), гібридні подкасти; інформаційному – за змістом: художній, науковий, освітній, політичний, журналістський, публіцистичний, мистецький, розважальний, гастрономічний, феміністичний, релігійний, ритуальний, професійний, спортивний, неофіційний / позацензурний / обсценний, родинний / парентальний, маритальний / матримоніальний, військовий / воєнний та гібридні; та культурному – з погляду оцінної інтерпретації умовної аудиторії, її виду: аудиторія-агент (активна), аудиторія-як-об'єкт (активна, але піддається сугестії, маніпуляції, імпозиції), аудиторія – маса (пасивна); її ставлення та сприйняття інформаційного контенту – її інтерпретативне оцінювання вмісту та сприймаємо як керівництво до дії. *Подкаст* – це сукупність знаків, знакодія (семіозис), що характеризується кодовим, інформаційним та культурним вимірами. Перспектива дослідження. Перш за все варто розглянути у подальшій перспективі детальніше історію виникнення цього жанру та тенденції його розвитку у США, Великобританії та в Україні. Поява нових медіапродуктів потребує подальшого дослідження комунікативного процесу із використанням мовного коду у царині лінгвопрагматики, паспорта мовця, комунікативних актів, таких семантичних компонентів, як пресупозиції та імплікатури.

Література:

1. Андрейчук Н.І. Виміри семіозису : монографія. Львів : ПАІС, 2021. 352с.
2. Бабич О.А. Прагмалінгвістичні особливості відтворення телескопічних одиниць у текстах ЗМІ при перекладі з англійської мови на українську : магістерська дисертація. Київ : ВПК «Політехніка», 2020. 173 с.
3. Бацевич Ф.С. Нариси з лінгвістичної прагматики : монографія. Львів : ПАІС, 2010. 336 с.
4. Вайшенберг З. Новинна журналістика : навчальний посібник. Київ : Академія Української преси, 2004. 262 с.
5. Дмитровський О. Типологія українських подкастів – найважливішого сегмента інтернет-радіо. *Вісник «Теле- та радіожурналістика»*. Випуск 14. Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. Львів, 2015. С. 149–154.
6. Зацний Ю.А., Пахомова Т.О. Збагачення словникового складу сучасної англійської мови : навчальний посібник. Запоріжжя : ЗДУ, 2001. 242 с.
7. Корольов І.Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія. *Studia-linguistica*. Випуск 6 (2). Київський нац. ун-т ім. Шевченка. Київ, 2012. С. 285–309.
8. Ньюзум. Е. Гучніше! Як створювати подкасти. Харків : Віват, 2022. 336с.

9. Почепцов Г.Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дій. Харків : Віват, 2022. 384 с.
10. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник для студентів галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ : Видавничий центр «Просвіта», 2008. 260 с.
11. Роджерс Еверетт М. Дифузія інновацій. Київ : Видавничий центр «Києво-Могилянська академія», 2009. 591 с.
12. Содомора П. Як Ми вчимося: від Античності до Сучасності, або Нативізм vs Емпіризм у процесі формування європейського соціуму. Львів : Сполум, 2020. 280 с.
13. Харарі Ю.Н. 21 урок для 21 століття. Київ : Видавництво Букшеф, 2023. 416 с.
14. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. / In M. Lindgren and J. Loviglio, Routledge Companion to Radio and Podcast Studies, pp. 19–29, London : Routledge. 2022, p. 21.

References:

1. Andreichuk, N.I. (2021). Vymiry semiozysu: monohrafiia [Semiosis dimensions]. Lviv: PAIS, 352 p. [in Ukrainian].
2. Babych, O.A. (2020). Prahmalinhvistychni osoblyvosti vidtvorennia teleskopichnykh odynyts u tekstakh ZMI pry pereklyadi z anhliiskoi movy na ukrainsku: mahisterska dysertatsiia [Pragmalinguistic features of the reproduction of telescopic units in mass media texts when translating from English into Ukrainian: master's thesis]. Kyiv: VPK "Politekhnik", p. 173 [in Ukrainian].
3. Batsevych, F.S. (2010). Narysy z lnhvistychnoi prahmatyky: monohrafiia [Essays from linguistic pragmatics: monograph]. Lviv: PAIS. 336 p. [in Ukrainian].
4. Vaishenberh, Z. (2004). Novynna zhurnalistyka: navchalnyi posibnyk [New journalism: Study guide]. Kyiv: Akademiia Ukrainkoi presy. 262 p. [in Ukrainian].
5. Dmytrovskiy, O. (2015). Typolohiia ukrainskykh podkastiv – naivazhlyvishoho sehmenta internet-radio [Typology of Ukrainian podcasts – the most important segment of internet-radio]. Radiozhurnalistyka. Vypusk 14. Lvivskiy nats. un-t im. I. Franka. Lviv. Pp. 149–154 [in Ukrainian].
6. Zatsnyi, Yu.A., Pakhomova, T.O. (2001). Zbahachennia slovnykovoho skladu suchasnoi anhliiskoi movy: navchalnyi posibnyk [Enrichment of the vocabulary of the modern English language: Zaporizhzhia: ZDU. 242 p. [in Ukrainian].
7. Korolov, I.R. (2012). Poniattia dyskursu v suchasnomu movoznavstvi: vyznachennia, struktura, typolohiia [Concept of discourse in modern linguistics: determination, structure, typology]. Studia-linguistica. Vypusk 6(2). Kyivskiy nats. un-t im. Shevchenka. Kyiv. Pp. 285–309 [in Ukrainian].
8. Nuzum, E. (2022). Huchnishe! Yak stvoriuvaty podkasty [Make noise. A creator's guide to podcasting and great audio storytelling]. Kharkiv: Vivat. 336 p. [in Ukrainian].
9. Pocheptsov, H.H. (2022). Toksychnyi infoprostir. Yak zberehty yasnist myslennia i svobodu dii [Toxic infospace. How to maintain clarity of thinking and freedom of action]. Kharkiv: Vivat. 384 p. [in Ukrainian].
10. Rizun, V.V. (2008). Teoriia masovoi komunikatsii: pidruchnyk dlia studentiv haluzi 0303 "Zhurnalistyka ta informatsiia" [Mass communication theory: guide for students of branches 0303 "Journalisms and information"]. Kyiv: Vydavnychiy tsentr "Prosvita". 260 p. [in Ukrainian].
11. Rodzhers, Everett M. (2009). Dyfuziia innovatsii [Diffusion of innovation]. Kyiv: Vydavnychiy tsentr "Kyievo-Mohylianska akademiia". 591 p. [in Ukrainian].
12. Sodomora, P. (2020). Yak My vchymosia: vid Antychnosti do Suchasnosti, abo Natyvizm vs Empiryzm u protsesi formuvannia yevropeiskoho sotsiumu [How do We study: from Antiquity to Contemporaneity, or Nativism vs Empiricism in the process of forming of European society]. Lviv: Spolom. 280 p. [in Ukrainian].
13. Kharari, Iu.N. (2023). 21 urok dlia 21 stolittia [21 Lesson for the 21st Century]. Kyiv: Vydavnytstvo BUKSHEF, 2023. 416 p. [in Ukrainian].
14. Bonini, T. (2022). Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. / In M. Lindgren and J. Loviglio, Routledge Companion to Radio and Podcast Studies (pp. 19–29), London: Routledge, s. 21 [in English].

*Стаття надійшла до редакції 03.11.2023
The article was received 03 November 2023*