

УДК [007:070]:654.197(477)(045)  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2025.5.2/17>

**Соловійова Ю. Є.**

Національний університет харчових технологій

**Антонова О. В.**

Національний університет харчових технологій

**Корчагіна О. В.**

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

## ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ПОДКАСТИНГУ В УКРАЇНСЬКОМУ ЦИФРОВОМУ МЕДІАСЕРЕДОВИЩІ

*У статті здійснено комплексний аналіз сучасних тенденцій розвитку українського подкастингу як динамічного сегмента цифрових медіа, що формується на перетині журналістики, продакшну та новітніх технологій. Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі подкасту у структурі нових комунікаційних практик, зокрема через його здатність поєднувати аудіальний, візуальний та інтерактивний виміри спілкування. Метою наукової розвідки є окреслення ключових трендів трансформації українського подкастингу та визначення його місця у сучасному медіасередовищі.*

*З'ясовано, що український подкастинг пройшов шлях від нішевого хобі до повноцінної складової професійного медіапростору. Цей процес підтверджує поява спеціалізованих студій, колаборацій із традиційними ЗМІ та розширення присутності на відеоплатформах. У статті визначено три провідні напрями розвитку сучасного українського подкастингу: візуалізація, інтерактивність та інтеграція штучного інтелекту у процеси створення контенту.*

*Візуалізація полягає у переході від аудіального формату до відеоподкастів, що активно поширюються на YouTube. Така трансформація сприяє розширенню аудиторії, збільшенню можливостей монетизації та формуванню нової культури споживання контенту. Інтерактивність реалізується через запровадження механізму взаємодії зі слухачами через соціальні мережі, коментарі, опитування та живі шоу. Технології штучного інтелекту трансформують процес виробництва подкастів від автоматизованої транскрипції й монтажу до синтезу голосів. Зазначено, що в Україні цей напрям лише починає розвиватися, проте вже має практичні кейси, зокрема експериментальні спроби озвучування або створення діалогів із ШІ-співрозмовниками.*

*Авторами наукової розвідки простежено становлення нових жанрових форматів подкастингу, які засвідчують тенденцію до розширення творчих можливостей сучасних медіа. Виявлено прагнення творців українського подкастингу до експериментів із формою, аудіо-ефектами та інтерактивними сюжетами. У цілому розвиток подкастингу в українському медіасередовищі відповідає глобальним тенденціям і постає як гібридний, мультимедійний феномен, що поєднує інноваційні технології та соціальну комунікацію, утворюючи перспективний напрям розвитку сучасної журналістики та цифрової культури.*

**Ключові слова:** подкасти, тренди подкастингу, жанрові формати подкастів, відеоподкаст, інтерактивність, штучний інтелект, медіакомунікації, цифрові медіа.

**Постановка проблеми.** У цифрову еру подкастинг утвердився як динамічна форма медіакомунікації, що поєднує характеристики радіо, соціальних мереж та відеоконтенту. Його зростаюча популярність пояснюється зручністю споживання та формуванням ефекту «інтимної розмови», що створює високий рівень довіри з аудиторією.

В Україні подкастинг інтенсивно розвивається з другої половини 2010-х, трансформуючись із нішевого формату в частину професійного медіапростору. Цю інституалізацію підтверджує поява продакшн-студій, брендovаних проєктів, співпраця зі ЗМІ та експансія відеoverсій на YouTube.

Актуальність дослідження визначається еволюцією подкастингу в екосистему нових комуні-

каційних практик. Центральними елементами цієї системи є інтерактивність, візуалізація контенту та вплив технологій штучного інтелекту на процеси виробництва та дистрибуції. Ці аспекти формують сучасне обличчя українського подкастингу.

Новизна статті полягає у комплексному аналізі окреслених процесів та спробі концептуалізувати модель розвитку українського подкасту як інтерактивного, аудіовізуального та технологічно гнучкого медіаформату.

Попри активний розвиток подкастингу, науковий дискурс не має системного опису його сучасних трансформацій. Основна увага досліджень зосереджена на історії, жанрах і монетизації, тоді як ключові новітні вектори – відеOVERSII, інтерактивність та автоматизація контенту – залишаються невисвітленими. Це створює нагальну потребу в теоретичному переосмисленні подкасту як мультимедійного й соціально інтерактивного феномену, що знаходиться на перетині журналістики, продакшну та технологій.

Проблема має наукове значення (розширення медіатеорії) та практичну цінність для контент-креаторів, які прагнуть оптимізувати виробництво та залучення аудиторії через інновації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика подкастингу активно вивчається як у міжнародному, так і у вітчизняному науководослідницькому просторі. Світова академічна спільнота розглядає подкаст як форму цифрового сторітелінгу (оповідання), що органічно поєднує елементи традиційного радіоформату, блогів та соціальних мереж.

Розглянемо глобальні тенденції та теоретичні основи розвитку підкастингу. У своїх працях Річард Беррі підкреслює докорінну зміну природи радіомовлення, яку спричинив подкастинг. Він зазначає, що фокус зміщується від масового контенту до персоналізації та індивідуалізації слухачького досвіду [12].

Значний масив іноземних робіт присвячений мотиваційним факторам та комунікаційним моделям споживання подкастів. Перкс Л., Тернер Д. і Толлісон А. встановили, що ключовими спонукальними чинниками для прослуховування є саморозвиток, розважальна функція та відчуття належності до спільноти однодумців. Автори акцентують, що ідентифікація слухача з ведучим породжує особливий формат аудиторної взаємодії, який можна охарактеризувати як інтимний діалог [16].

Сучасні дослідники дедалі активніше аналізують технологічні прориви у сфері подкастингу.

Наприклад, Чжен С. та його колеги представили модель автоматичного узагальнення подкастів (резюмування) на основі алгоритмів ШІ. Вони стверджують, що такі технологічні рішення стануть фундаментом для створення персоналізованих анотацій та значно підвищать доступність контенту [19]. У схожому ключі Редді С., Лазарова В., Ю К. та Джонс П. виявили, що певні лінгвістичні особливості мовлення, зокрема емоційний тон та синтаксична простота, безпосередньо впливають на рівень залучення аудиторії [17].

Дослідження Голтца Д. та співавторів, проведене на платформі Spotify, проливає світло на взаємозв'язок між персоналізованими рекомендаціями та варіативністю контенту. Дослідники зазначають, що хоча алгоритми сприяють підвищенню активності користувачів, вони водночас обмежують індивідуальну різноманітність прослуховуваних подкастів. Цей аспект має стратегічне значення для розуміння ролі ШІ у формуванні медіасередовищ [13].

Тенденція до переходу в мультимедійний формат (відеOVERSII) стала предметом аналізу Ллінарес Д., МакГ'ю С. та Спінеллі М. Вони наголошують, що трансформація у відеоформат не лише сприяє розширенню цільової аудиторії, а й формує нову типологію взаємодії, де слухач/глядач стає більш залученим учасником процесу споживання [14].

В українському науковому полі вивчення подкастингу перебуває на початковому етапі. Колективна робота Булах Т., Куликової О., Мартюхіної К., Карпенко О. та Пуціати І. фокусується на типах рекламних інтеграцій та моделях монетизації подкастів, спираючись на іноземний досвід. Авторки стверджують, що український ринок потребує чіткої систематизації економічних та правових механізмів співпраці між усіма учасниками: платформами, брендами та контент-мейкерами [3].

Крім цього, в українському медіасередовищі студіювались питання типології подкастів (Дмитровський О.), основні тенденції ринку подкастів в Україні (Дубенська О.; Любченко В.), подкасти як складова контенту українських інтернет-медіа (Гаврилюк І.) та інструмент віртуальної комунікації брендів (Каратаєва М.) тощо.

Згідно з аналітичним звітом «Portrait of a Ukrainian Podcaster» (MEGOGO, 2023), вітчизняний сегмент характеризується домінуванням інтерв'ю-жанру, зростанням популярності відеоформатів та посиленням ролі соціальних мереж у просуванні аудіоконтенту [15]. Проте, відчутно

бракує системних академічних досліджень, які б аналізували жанрові модифікації, рівень інтерактивності та вплив технологій III на процес виробництва подкастів в Україні.

Поточний стан наукової розробки проблеми вказує на низку недостатньо вивчених аспектів, що потребують подальшого опрацювання: 1. Функціонал відеOVERSІЙ у контексті формування та підтримки залученості слухачів (аудиторного *engagement*). 2. Розвиток інтерактивних комунікаційних форматів та їх вплив на взаємодію зі слухачською спільнотою. 3. Застосування штучного інтелекту на всіх етапах виробництва, включаючи монтаж, звукообробку та аналітику аудиторних даних.

Заповнення цих дослідницьких ніш сприятиме інтеграції українського подкастингу у світовий контекст та допоможе розкрити його потенціал як передового медіаінструменту.

**Постановка завдання.** Метою статті є комплексне дослідження сучасних трендів розвитку українського подкастингу. Акцент зроблено на його технологічній, жанровій та комунікативній трансформації, зокрема на аналізі візуалізації контенту, підвищенні інтерактивності та інтеграції штучного інтелекту у виробничі процеси.

Для досягнення мети поставлено такі завдання: окреслити ключові наукові підходи до вивчення подкастингу та виявити дослідницькі прогалини; проаналізувати актуальний стан українського подкастингу, його жанрову структуру та основні платформи дистрибуції; розглянути відеоподкастинг як новий аудіовізуальний формат медіакомунікації; дослідити прояви інтерактивності у взаємодії подкастерів з аудиторією через цифрові канали; оцінити вплив і потенціал штучного інтелекту на створення, редагування, персоналізацію та аналітику подкаст-контенту; визначити основні тренди розвитку українського подкастингу у світовому медіаконтексті.

**Виклад основного матеріалу.** На сьогодні в Україні функціонує понад три тисячі подкастів на різні теми й на різних медіаплатформах. Спроби упорядкування такого різноманіття тем і стилів були зроблені сервісом MEGOGO, який “став натепер своєю бібліотекою аудіограм” [8].

Помітним є той факт, що подкасти в Україні поступово виходять за межі аудіоформату. Зараз все більше шоу додають відеOVERSІЙ, які можна переглянути на YouTube або інших відеоплатформах. Така тенденція повністю відповідає світовим трендам розвитку подкастингу. Адже, за результа-

тами щорічного звіту відомої американської радіомережі Westwood One, у 2020 році на перше місце серед найпопулярніших платформ для прослуховування подкастів у 2020 році піднявся YouTube, випередивши Apple Podcasts, Spotify і Google [4]. Функціонування у відеоформаті дозволяє подкастам залучати нову аудиторію, яка надає перевагу візуальному контенту, а також створює додаткові можливості для монетизації, наприклад, задіяння реклами на YouTube, брендуння студії або одягу та продактплейсмент. Також вагомою причиною створення відеоподкастів є те, що, за словами дослідників, “аудіо рідко стає вірусним” [11]. Прикладом стирання меж між подкастами та відеоблогом є вітчизняний подкаст “Бесіда про Бренди”, автором якого є Артем Беседа, креативний директор Rocketmen Agency. Подкаст має аудіOVERSІЮ на платформі Spotify [1], а також відеOVERSІЮ [2], серії якої виходять на платформі Youtube.

Стильове рішення для відеOVERSІЙ обрано просте, у ній відсутні складний монтаж, а її декораціями постає підкреслено скромний інтер’єр не студійного, а невимушено-домашнього вигляду, зокрема, в кадрі можна побачити диван і занавішене порт’єрами вікно, а освітлення створюється за допомогою новорічної гірлянди. У такий спосіб створюється атмосфера невимушеної розмови, на чому наголошується в описі подкасту, зробленому автором: “Це подкаст «Бесіда про бренди», у якому ми затишно бесідуємо про складне”. Однак слід відзначити, що версія подкасту “Бесіда про Бренди” на Youtube не є простою копією аудіоверсії, оздобленою відеорядом, а виступає як повністю самостійний продукт, в якому візуальній складовій приділено значну увагу. Зокрема, окрім повноцінного відеоряду, активно застосовуються додаткові ілюстративні елементи, зображення, що з’являються на екрані на кілька секунд, короткі відеомеми, а також титри до ключових тез тексту, наприклад, числових даних. Поява цих об’єктів візуалізації може супроводжуватися характерним звуком, відсутнім в аудіоподкасті “Бесіда про Бренди”.

Не менш важливою тенденцією у сучасних українських подкастах постає інтерактивність. У цьому вони наслідують світові тренди. Слухачі хочуть брати більш активну участь у творенні контенту, і це спонукає розробників створювати подкасти з інтерактивними елементами. Окремі подкаст-платформи, зокрема, Spotify, запровадили функції, які дозволяють слухачам залишати коментарі, ставити запитання ведучим або навіть впливати на хід випуску шляхом голосування. За

2024 рік, як свідчать статистичні дані, кількість авторів, які використовують опитування у своїх шоу, зросла на 21% у всьому світі проти 2023 року [10]. Такий підхід не лише покращує залученість слухачів, але й зміцнює відчуття спільноти серед фанатів.

Як приклад ефективного розвитку інтерактивності подкастів та згуртування аудиторної спільноти варто розглянути продукти The Ukrainians Media, що стали своєрідною екосистемою подкастів й відбивають типові особливості реалізації інтерактивності вітчизняними проектами. Комунікація зі слухачами відбувається через кілька каналів. Так, активною є взаємодія у соціальній мережі Instagram, де автори публікують анонси подкастів, розміщують їх фрагменти як reels чи сторіс, а прихильники мають змогу залишити коментарі, а з огляду на те, що соціальні мережі за своїми функціональними можливостями надають зручний механізм коментування, то цей канал є провідним за активністю взаємодії. Важливим для реалізації інтерактивного характеру подкастів The Ukrainians Media є функціонал, що надається спеціалізованими платформами, попри те, що він є суттєво обмеженішим. Зокрема, на Apple Podcasts слухачі лишали свої відгуки і запитання до подкасту “Музика з історіями” Ярослава Грицака у коментарях, а зворотній зв’язок надавався автором також через коментарі до цілого подкасту. Активно розбудовується взаємодія зі спільнотою слухачів через стартап-платформу «Galas», що однією з можливостей пропонує запис аудіокоментарів до проекту. Інтерактивний характер подкастів The Ukrainians Media підкріплюють і окремі офлайн-активності, такі як івенти чи живі подкаст-шоу із запрошеною аудиторією. Загалом живі подкаст-шоу стали популярним трендом, який дозволяє слухачам не лише слухати подкасти, але й брати участь у них наживо. Ведучі подкастів часто організують живі зустрічі, записуючи епізоди на сцені перед аудиторією. Це дає змогу слухачам відчувати себе частиною подкаст-спільноти, а для подкастерів це додаткова можливість монетизації.

Однак, розглядаючи вітчизняний медіапростір, слід відзначити, що в окремих випадках інтерактивність подкасту не знаходить успішної реалізації або взагалі відсутня попри позиціонування проекту. Так, подкаст “Перший раз” на платформі Spotify в описі репрезентується як “Інтерактивний авторський подкаст Оксани Крикун” [6]. Проте активність аудиторії незначна, слухачі не долучені до комунікації, їх не заохочують коментувати чи

лишати відгуки до подкасту на платформах, де його розміщено, а в соціальній мережі Instagram він не представлений.

Слід звернути увагу й на жанрові варіації вітчизняних подкастів. У той час, коли в світовому медіапросторі подкасти зазнають жанрових трансформацій і розширюють різноманіття форм, українські аудіопродукти ще не набули такої розмаїтості, але помітна тенденція до пошуку нових форматів. Так, в українській подкаст-спільноті є шоу «Міжгалактичне радіо» [7], що наслідує популярний міжнародний тренд на фікшн-подкасти. Футуристичне за тематикою, воно створено у формі щоденника космічної мандрівниці та має ознаки своєрідної аудіоп’єси з музичним супроводом та звуковими ефектами, які створюють у слухачів відчуття присутності, додають новий рівень глибини до подкастів, роблячи їх схожими на аудіокниги або радіовистави.

Інша нестандартна жанрова форма подкасту, що вже набула популярності за кордоном – подкастові детективи. За словами подкастера Дениса Маракіна, до 2024 року в Україні вони ще не зустрічалися, однак на сьогодні у вітчизняному інфопрострі з’являються перші представники цього жанру [9]. Цікавим прикладом є подкаст “Коломбро і Ви. Створіть детектив разом” [5] на платформі Apple (також розміщений на Youtube та представлений в Instagram). Це інтерактивний детектив, що складається з декількох епізодів, у кожному з яких для глядачів відкривається можливість вплинути на подальший сюжет історії й долучитися до пошуків розгадки разом з героями твору. Привертає увагу складне звукове оформлення подкасту. Є звукові ефекти, супровідний саундтрек, а репліки дійових осіб озвучено різними голосами. На сьогодні створено 4 епізоди подкаст-детективу, тож цей жанр в Україні ще потребує розвитку.

Тренд на активне використання технологій штучного інтелекту, безперечно, позначився і на сфері подкастів. Зокрема, це дало можливість синтезувати штучні голоси, які можуть бути використані в озвучуванні епізодів, а отже, пришвидшити створення подкасту в умовах дефіциту часу чи обмеженого бюджету. Наприклад, в Україні радіохолдинг «Тавр Медіа» в комерційних цілях уже використав штучний інтелект для запису рекламного ролика на початку 2025 року. Один із акторів озвучки, голос якого використовували більшість рекламодавців для озвучування реклами, був мобілізований, тож у нього не було можливості записувати ролики в зручний момент. Тому за згоди всіх сторін рекламу було озвучено

за допомогою штучного інтелекту. У сфері подкастів прикладом спроб використання штучного інтелекту для запису передачі є “Мій подкаст зі штучним інтелектом про штучний інтелект” [18] від TechVanguard, де співрозмовником ведучого виступає ШІ, який коментує розвиток технологій, надає відповіді на запитання і є активним учасником діалогу. Відзначимо, що в планах у автора було запрограмувати “стиль спілкування на стиль відомого ютубера”, щоб зробити подкаст ще динамічнішим.

**Висновки.** Дослідження підтверджує, що український подкастинг переходить від аматорського етапу до структурованого сегмента медіаринку. Його розвиток визначають три ключові тренди:

візуалізація контенту, зростання інтерактивності та інтеграція ШІ у виробництво. Відеоверсії розширюють аудиторію, а інтерактивність (через соцмережі та прямі ефіри) посилює роль спільнот. Використання ШІ (для монтажу, транскрипції, рекомендацій) оптимізує виробництво та підвищує якість. Проте, залишається потенціал для подальших досліджень у сферах жанрових інновацій, кросмедійної взаємодії та етичних аспектів ШІ. Перспективним є порівняльний аналіз із міжнародними практиками.

Отже, український подкастинг є динамічною медіасистемою, що поєднує творчість, технології та комунікацію, утворюючи як самостійний напрям сучасної журналістики.

### Список літератури:

1. Беседа А. Подкаст “Беседа про бренди”. 2025. URL: <https://open.spotify.com/show/4kYAoFjFdZ8iHo99MSOZjz> (дата звернення: 27.10.2025)
2. Беседа А. Youtube-канал “Беседа про бренди”. 2025. URL: <https://www.youtube.com/@besidaprobrandy> (дата звернення: 27.10.2025)
3. Булах Т., Куликова О., Мартюхіна К., Карпенко О., Пуціага І. Main types of podcast advertising: foreign and Ukrainian experience. *Amazonia Investiga*, 2023. 12(28), 314–323.
4. Дубенська О. Послухай мене. Як розвивається ринок подкастів в Україні та світі. *Adsider*. 2020. URL: <https://adsider.com/ua/poslukhay-mene-yak-rozvyvaietsia-rynok-podkativ-v-ukraini-ta-sviti/> (дата звернення: 27.10.2025)
5. Коломбро і Ви. Створіть детектив разом. Подкаст. URL: <https://podcasts.apple.com/us/podcast/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%B1%D1%80%D0%BE-%D1%96-%D0%B2%D0%B8-%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%96%D1%82%D1%8C-%D0%B4%D0%B5%D1%82-%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2-%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%BC/id1791685343> (дата звернення: 27.10.2025)
6. Крикун О. Подкаст “Перший раз”. 2020. URL: <https://open.spotify.com/show/4EIqXaUvzYc24ZNXsB8WF> (дата звернення: 27.10.2025)
7. Міжгалактичне радіо. Подкаст. URL: <https://open.spotify.com/show/0EHO2hRemk2kOGijTia5SN> (дата звернення: 27.10.2025)
8. Нестелеєв М. Слухати всім: чи можливий усеукраїнський подкаст. *Тиждень*. 2024. URL: <https://tyzhden.ua/slukhaty-vsime-chy-mozhlyvyj-useukrainskij-podkast/> (дата звернення: 27.10.2025)
9. Пилипчук М. Денис Маракін про тренди подкастів: до та після ери традиційних ЗМІ. *TuKuiv*. 2024. URL: <https://tykyiv.com/people/denis-marakin-pro-trendi-podkativ-do-ta-pislia-eri-traditsiiniikh-zmi/> (дата звернення: 27.10.2025)
10. Свистуха Д. Подкастери-інфлюєнсери, медитативний контент і популярність Тейлор Свіфт: підсумки подкастингу 2024 року від Spotify. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/podkastery-inflyuensery-medytatyvnyj-kontent-i-populyarnist-tejlor-svift-pidsumky-podkastyngu-2024-roku-vid-spotify-14803/> (дата звернення: 27.10.2025)
11. Тартачний О. 20 років подкастам: чим живе індустрія та як на ній заробляють. *Speka*. 2024. URL: <https://speka.ua/business/20-rokiv-podkastam-cim-zive-industriya-ta-yak-na-nii-zaroblyayut-pjmzsq?> (дата звернення: 27.10.2025)
12. Berry R. Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’. *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, 2016. 14(1), 7–22.
13. Holtz D., Carterette B., & Sinha A. The engagement-diversity connection: Evidence from a field experiment on Spotify. 2020. *arXiv preprint arXiv:2003.08203*
14. Llinares D., McHugh S., & Spinelli M. *Podcast Studies: Practice into Theory*. De Gruyter Brill. 2022.
15. MEGOGO. *Portrait of a Ukrainian Podcaster: Analytical Report*. Київ. 2023.
16. Perks L. G., Turner J. S., Tollison A. C. Podcast uses and gratifications scale development. *Journal of Radio & Audio Media*, 2019. 26(1), 42–59.

17. Reddy S., Lazarova V., Yu K., Jones P. Modeling language usage and listener engagement in podcasts. 2021. *arXiv preprint* arXiv:2106.06605.

18. TechVanguard. Мій подкаст зі штучним інтелектом про штучний інтелект. 2024. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=VVVkbOsHFoQ> (дата звернення: 27.10.2025)

19. Zheng S., Chen J., Yu K. A baseline analysis for podcast abstractive summarization. 2020. *arXiv preprint* arXiv:2008.10648.

### **Soloviova Yu. Ye., Antonova O. V., Korchagina O. V. TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF PODCASTING IN THE UKRAINIAN DIGITAL MEDIA ENVIRONMENT**

*The article provides a comprehensive analysis of current trends in the development of Ukrainian podcasting as a dynamic segment of digital media, formed at the intersection of journalism, production, and new technologies. The relevance of the study is due to the growing role of podcasting in the structure of new communication practices, in particular due to its ability to combine auditory, visual, and interactive dimensions of communication. The purpose of the scientific research is to outline the key trends in the transformation of Ukrainian podcasting and determine its place in the modern media environment.*

*It has been found that Ukrainian podcasting has gone from being a niche hobby to a full-fledged component of the professional media space. This process is confirmed by the emergence of specialized studios, collaborations with traditional media, and an expanded presence on video platforms. The article identifies three leading directions in the development of modern Ukrainian podcasting: visualization, interactivity, and the integration of artificial intelligence into content creation processes.*

*Visualization consists of the transition from an audio format to video podcasts, which are actively distributed on YouTube. This transformation contributes to the expansion of the audience, increased monetization opportunities, and the formation of a new culture of content consumption. Interactivity is achieved through the introduction of mechanisms for interacting with listeners via social networks, comments, polls, and live shows. Artificial intelligence technologies are transforming the podcast production process from automated transcription and editing to voice synthesis. It is noted that this area is only beginning to develop in Ukraine, but there are already practical cases, in particular experimental attempts to voice or create dialogues with AI interlocutors.*

*The authors of the scientific study traced the emergence of new podcasting genres, which demonstrate a trend toward expanding the creative possibilities of modern media. They revealed the desire of Ukrainian podcast creators to experiment with form, audio effects, and interactive stories. Overall, the development of podcasting in the Ukrainian media environment is in line with global trends and is emerging as a hybrid, multimedia phenomenon that combines innovative technologies and social communication, establishing itself as a promising direction for the development of contemporary journalism and digital culture.*

**Key words:** podcasts, podcasting trends, podcast genre formats, video podcast, interactivity, artificial intelligence, media communications, digital media.

Дата надходження статті: 28.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025