

Ірина Мудра
Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. Князя Романа, 3/108, Львів
iryna.m.mudra@lpnu.ua
ORCID: 0000-0001-8757-8873

АУДИОВЕРСІЇ НОВИНИ НА САЙТАХ ОНЛАЙН-МЕДІА: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

© Ірина Мудра, 2025

Українські редакції онлайн-медіа активно розвиваються, стежать за інноваціями, використовують можливості штучного інтелекту та намагаються задовольняти потреби своєї аудиторії. Конкуренція на медіаринку є великою, боротьба за аудиторію триває постійно, що спонукає редакції постійно перебувати у пошуку нових рішень.

Аудіоверсії новин можуть стати невід’ємною частиною сучасних онлайн-медіа, реагуючи на зміну поведінки аудиторії та розвиток технологій. “24 канал” запустивши аудіоновини на своєму сайті, досягнув одного мільйона прослуховувань за місяць. Тепер на сайті понад 87 % новин мають аудіоверсії. За прикладом “24 каналу” пішли й інші українські масмедіа.

Прослуховування аудіоновин – це хороша можливість для зайнятих людей, які прогулюючись, їдучи на роботу чи займаючись спортом, хочуть бути в курсі новин, і для них аудіоформат контенту є зручним. Аудиторія, яка любить подкасти, також надає перевагу такому формату новин, а також це хороше рішення для тих, хто має проблеми зі зором.

Мета дослідження полягає у тому, щоб з’ясувати, наскільки такий формат є популярним серед якісних українських онлайн-медіа та дослідити його перспективи розвитку. Це дослідження аналізує сучасний стан впровадження аудіоозвучування новин в українських онлайн-медіа. Розглянуто моделі впровадження аудіоновин: автоматизована озвучка за допомогою технологій штучного інтелекту та дикторський запис. Для дослідження було обрано якісні онлайн-медіа з так званого “білого списку”, який у 2024 році опублікував ІМІ. Серед 13 масмедіа лише два – “Громадське радіо” та “Громадське” – мають аудіоозвучування новин на сайті масмедіа. Зручність споживання інформації у форматі аудіо відкриває нові можливості для медіа, адже користувачі можуть слухати новини в дорозі, під час роботи чи занять спортом.

Ключові слова: аудіоновини, озвучування новин, аудіоверсії новин, начитка новин, онлайн-медіа, ІІІ.

Вступ. Аудіоверсії новин на сайтах онлайн-медіа стають дедалі популярнішим форматом подачі інформації, оскільки вони відповідають на потреби сучасних користувачів, які шукають зручність і мобільність у споживанні контенту. В умовах постійної інтеграції цифрових технологій у повсякденне життя, зокрема в контексті розширеного використання мобільних пристроїв, аудіоформати дають змогу більш ефективно передавати інформацію, забезпечуючи доступ до новин у будь-якому місці та в будь-який час. Однак, незважаючи на зростаючий інтерес до таких форматів, питання їх впливу на споживання новин, а також перспективи розвитку аудіоверсій новин на онлайн-платформах залишаються недостатньо дослідженими.

Постановка проблеми. Інновації є важливою складовою ефективної роботи масмедіа. Аудіо-контент стає дедалі популярнішим серед аудиторії масмедіа. Тому і онлайн-медіа у всьому світі переходять на аудіоозвучування свого контенту, про це свідчать результати дослідження Reuters Intitute. 75 % медіа планують або вже запустили аудіоверсії новин на своїх сайтах (заявили, що активно вивчатимуть функції, які перетворюють текстові матеріали на аудіо (75 %)) [1, 3]. Кілька років тому аудіоподкасти стали важливою частиною контенту масмедіа, що привело до залучення нової аудиторії, а також урізноманітнили асортимент медіапродукції.

Актуальність дослідження. Тепер редакції почали впроваджувати аудіоверсії своїх публікацій. Приклад “24 каналу” показав перспективи цього напрямку, адже редакція, запустивши аудіоновини на своєму сайті, досягнула одного мільйона прослуховувань за місяць. Тепер на сайті понад 87 % новин мають аудіоверсії і завдяки цьому на 50 % збільшилася кількість проведеного часу аудиторії на сайті масмедіа [8]. Кількість прослуховувань аудіо становить 3,7 раза на 1 користувача [8]. Озвучування новин відбувається голосом відомих ведучих Катерини Соляр і Тані Татарченко, допомагає цьому штучний інтелект. За прикладом “24 каналу” пішли й інші українські масмедіа.

Формулювання мети та завдань статті. Мета дослідження полягає у тому, щоб з’ясувати, наскільки такий формат є популярним серед якісних українських онлайн-медіа та дослідити його перспективи розвитку у масмедіа. Поставлена мета передбачає виконання таких завдань: розглянути особливості та перспективи аудіоконтенту для масмедіа; дослідити, скільки якісних масмедіа (з так званого “білого списку”) використовують аудіоозвучування новин на сайтах масмедіа; сформулювати рекомендації для редакцій, які хочуть почати озвучувати свої публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці протягом двох десятиліть досліджують аудіоконтент. Спочатку дослідників активно цікавили аудіоподкасти: О. Дмитровський, І. Гаврилук, І. Дробіт, О. Боришпольць, І. Страшко, Т. Гиріна, Р. Беррі, Г. Флорін, Н. Невман, Н. Арбон та інші. Дослідниця Гая Араганде досліджувала аудіовізуальний переклад новин. Озвучування новин є інноваційним рішенням для масмедіа, тому дослідники лише починають приглядатися до нього.

Виклад основного матеріалу. Аудіоозвучування новин – це новий формат для онлайн-медіа, які раніше орієнтувалися на текстовий або відеоформат подачі інформації. Але він дає змогу залучити ту аудиторію, яка не має змоги читати чи дивитися новини, їй легше і краще їх слухати. Для озвучування публікацій масмедіа можна залучити штучний інтелект або використовувати послуги диктора, який самостійно буде начитувати текст.

Катаріна Райс, наводячи типологію текстів, виділяє окремим типом аудіомедіальні тексти, які зафіксовані у письмовій формі, але надходять до аудиторії в усній формі та сприймаються ними на слух [6]. За допомогою конвергентного розвитку онлайн-медіа аудіотексти проникають у контент тих ЗМІ, де вони є “чужим тілом” [5, с. 72]. Це є новий ринок для пошуку і залучення нової аудиторії [10].

Аудіоподкасти – це також аудіотексти, які онлайн-медіа створюють і розповсюджують переважно на подкастових платформах. Подкастові платформи є новим і перспективним ринком для розповсюдження аудіопродукції масмедіа. Але аудіоозвучена новина, яка розміщена поряд з її текстовим варіантом, то не подкаст.

Результати дослідження. Для дослідження було обрано масмедіа з так званого “білого списку”, який у листопаді 2024 року опублікував ІМІ [4]. Тому проаналізували сайти 13 онлайн-медіа: “Суспільне”, “Радіо Свобода”, “Українська правда”, “Бабель”, “Громадське”, “Тексти”, “ZN.ua”, “Еспресо”, “Слово і діло”, “Український тиждень”, “Громадське радіо”, “NV” та “Трати”, щоб дізнатися, чи вони озвучують свої публікації і новини. Дослідження проводили у січні-лютому 2025 року.

Під час проведення дослідження з’ясували, що є масмедіа, які на своєму сайті не розміщують озвучування новин, але активно публікують аудіоподкасти та огляди новин на подкастових

платформах. “Суспільне” розглядає використання ШІ для озвучування новин [11], але на сайті під час дослідження не було виявлено аудіоверсій новин та публікацій. “Бабель” на сайті має розділ “Подкасти”, але там найновіші аудіоматеріали були опубліковані 7 місяців тому. Також інші медіа мають опубліковані на своєму сайті подкасти, зокрема “Грати”, “Український тиждень”, “Українська правда”, “Радіо Свобода”, але вони не є озвучкою новин чи опублікованих публікацій. На сайті “NV” є рубрика “Радіо”, де публікують аудіоматеріали, які вийшли в радіоефір.

На сайті “Детектор.медіа” з’явилася інформація, що “Громадське” запустило аудіоверсію текстів і найважливіших новин на своєму сайті [7]. І справді, під час дослідження виявили у кількох публікаціях їх аудіоверсії. На сайті цього медіа є рубрика “Подкасти”, але там розміщені відео-подкасти, які можна переглянути на ютубі.

На сайті “Громадського радіо” є можливість послухати аудіоновини (випуск новин) та подкасти. А також публікації мають аудіоозвучування текстів. Аудіо створює штучний інтелект, і під час прослуховування новин є характерні для ШІ помилки.

Отож дослідження показало, що лише 2 з 13 якісних масмедіа мають аудіоозвучування новин чи/та публікацій. Але це є новий формат для українських масмедіа, редакції до нього приглядаються, тому він має перспективи. Можемо спрогнозувати, що через деякий час буде більше аудіоконтенту на сайтах масмедіа. Також під час дослідження помітили, що інші популярні масмедіа мають аудіоверсії своїх публікацій, зокрема “Свідомі” [9], “24 канал” та “Forbes Ukraine” (аудіоверсії публікацій доступні лише для платних підписників). На сайті “Forbes Ukraine” редакція попереджає, що аудіотексти згенеровані за допомогою ШІ, тому можуть траплятися помилки [2].

Висновки. Отож аудіоверсії новин та публікацій поки що не є популярними на сайтах українських якісних онлайн-медіа. І цьому є кілька причин. Найперше – це фінансові витрати. Потрібно для озвучування новин використовувати програми штучного інтелекту (а саме: платні їх версії) або диктор буде начитувати. Не всі редакції онлайн-медіа мають обладнання та фахівців для озвучування і/або не готові витратити кошти на ШІ. Другою причиною може бути те, що аудіоозвучування за допомогою ШІ є недосконалим і допускає помилки, тому потрібні додаткові людські ресурси, які б постійно прослуховували і виправляли. А найважливішою, на наш погляд, причиною невикористання аудіоверсій тексту є те, що редакції ще не впевнені, що саме їхня аудиторія буде використовувати такий формат подачі контенту і він стане популярним. Адже не всі споживачі надають перевагу аудіоверсіям новин. Для масмедіа введення такого аудіоформату тексту може залучити нову аудиторію та нові фінансові надходження. Аудіотекст на сайті масмедіа дає змогу монетизувати контент. На сайті “24 каналу” 20 % аудіоновин мають партнерські прояви [3].

Коли редакція наважиться на запровадження такого формату новин, то їй потрібно врахувати, що аудіоновина відрізняється від текстової. Адже людина на слух сприймає інакше, ніж читаючи. Тому озвучені аудіотексти мають бути короткими і простими реченнями, все складне варто подавати “простою мовою”. Для озвучування новин знадобляться додаткові фахівці в редакції, які будуть адаптовувати аудіоверсії для слухачів, прослуховувати кожну новину, виправляти помилки, зроблені ШІ.

ЛІТЕРАТУРА

1. Journalism and Technology Trends and Predictions 2025. URL: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-01/Trends_and_Predictions_2025.pdf.
2. Аудіоверсії текстів Forbes Ukraine. 2025. URL: <https://forbes.ua/audio>.
3. Аудіоновини в українських ЗМІ: що врахувати для успішного розвитку формату у 2025 році. 2025. URL: https://cases.media/article/audionovini-v-ukrayinskikh-zmi-sho-vrakhuvati-dlya-uspishnogo-rozvitku-formatu-u-2025-roci?srsId=AfmBOopz604svxef6VUzGHbJg1zaymGE_AReH3xig0SPZXp4Ra0p7SyW.
4. Білий список ІМІ за друге півріччя 2024 року: увійшли 13 медіа. 2024. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640>.
5. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. 1(38). С. 72–79.

6. Гнедкова О., Карпенко З. Каламбур як ефект комічності в аудіо-медіальному тексті. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія Журналістика*. 2022. Т. 33(73). № 5. Ч. 1. С. 146–152.
7. Горон Д. Hromadske запустило аудіоверсію текстів і найважливіших новин. 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/237148/2025-01-16-hromadske-zapustilo-audioversiyu-tekstiv-i-nayvazhlyvishykh-novyn/>.
8. Зеленов Д. Зі звичайної розваги до мільйона прослуховувань за місяць: як 24 Канал запустив аудіоверсію. 2025. URL: https://24tv.ua/24-kanal-dosyagnuv-1-milyona-prosluhovuvan-audionovin-za-misyats_n2731270.
9. Не лише читати, а й слухати: онлайн-медіа “Свідомі” запустило аудіоверсію текстів. 2024. URL: <https://svidomi.in.ua/page/ne-lyshe-chytaty-a-i-slukhaty-onlain-media-svidomi-zapustilo-audioversiiu-tekstiv>.
10. Мудра І., Майхровська Ю. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ. *Вісник національного університету “Львівська політехніка”: журналістика*. 2023. 1(5). С. 42–51.
11. Принципи Суспільного щодо використання штучного інтелекту. 2025. URL: <https://suspilne.media/ai-policy/>.

REFERENCES

1. Reuters Institute. (2025). *Journalism and technology trends and predictions 2025*. Retrieved from https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2025-01/Trends_and_Predictions_2025.pdf.
2. Forbes Ukraine. (2025). *Audioversiyi tekstiv Forbes Ukraine* [Audio versions of texts Forbes Ukraine]. Retrieved from <https://forbes.ua/audio>.
3. Audionovyny v ukrainskykh ZMI: shcho vrakhuvaty dlya uspishnoho rozvytku formatu u 2025 rotsi [Audio news in Ukrainian media: What to consider for successful format development in 2025]. (2025). Retrieved from <https://cases.media/article/audionovini-v-ukrayinskikh-zmi-sho-vrakhuvati-dlya-uspishnogo-rozvitku-formatu-u-2025-roci>.
4. Bilyi spysok IMI za druhe pivrichchya 2024 roku: uvyishly 13 media [IMI’s White List for the second half of 2024: 13 media included]. (2024). Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/bilyj-spysok-imi-za-druge-pivrichchya-2024-roku-uvishly-13-media-i64640>.
5. Havryliuk, I. (2022). Podkasty v systemi ukrainskykh internet-media [Podcasts in the system of Ukrainian online media]. *Obraz*, 1(38), 72–79.
6. Hnedkova, O., & Karpenko, Z. (2022). Kalambur yak efekt komichnosti v audio-medialnomu teksti [The pun as an effect of humor in an audio-media text]. *Vcheni zapysky TNU im. V. I. Vernadskoho. Seriya: Filolohiya. Zhurnalistyka*, 33(73)(5.1), 146–152.
7. Horon, D. (2025). *Hromadske zapustilo audioversiyu tekstiv i naivazhlyvishykh novyn* [Hromadske launches audio versions of texts and major news]. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/237148/2025-01-16-hromadske-zapustilo-audioversiyu-tekstiv-i-nayvazhlyvishykh-novyn/>.
8. Zelenov, D. (2025). *Zi zvychnoi rozvahy do milionu prosluhovuvan za misyats: yak 24 Kanal zapustyv audionovyny* [From simple entertainment to a million listens per month: How 24 Kanal launched audio news]. Retrieved from https://24tv.ua/24-kanal-dosyagnuv-1-milyona-prosluhovuvan-audionovin-za-misyats_n2731270.
9. Ne lyshe chytaty, a y slukhaty: onlain-media “Svidomi” zapustilo audioversiyu tekstiv [Not only reading but also listening: Online media “Svidomi” launched an audio version of texts]. (2024). Retrieved from <https://svidomi.in.ua/page/ne-lyshe-chytaty-a-i-slukhaty-onlain-media-svidomi-zapustilo-audioversiiu-tekstiv>.
10. Mudra, I., & Maikhrovska, Y. (2023). Vydy ta zhanry audiopodkastiv vid ZMI [Types and genres of audio podcasts in media]. *Visnyk Natsionalnoho Universytetu “Lvivska Politekhnikha”: Zhurnalistyka*, 1(5), 42–51.
11. Suspilne Media. (2025). *Pryntsypy Suspilnoho shchodo vykorystannya shtuchnoho intelektu* [Principles of Suspilne regarding the use of artificial intelligence]. Retrieved from <https://suspilne.media/ai-policy/>.

Iryna Mudra

AUDIO VERSIONS OF NEWS ON ONLINE MEDIA WEBSITES: CURRENT STATE AND PROSPECTS

Ukrainian online media editorial teams are actively evolving, keeping up with innovations, leveraging artificial intelligence capabilities, and striving to meet their audience’s needs. Competition in the media market is intense, with a constant battle for audience attention, driving newsrooms to continuously seek new solutions.

Audio versions of news are becoming an integral part of modern online media, responding to changes in audience behavior and technological advancements. Ukrainian online media outlets have begun implementing audio narration for their news. 24 Kanal, after launching audio news on its website, achieved one million listens per month. Currently, over 87 % of the news on its platform have audio versions. Following 24 Kanal's example, other Ukrainian media outlets have also started adopting this format.

Listening to audio news provides a great opportunity for busy individuals who want to stay informed while commuting, walking, or exercising. This format is also favored by podcast enthusiasts and is a convenient solution for people with visual impairments.

The goal of this study is to determine how popular this format is among high-quality Ukrainian online media and to explore its development prospects in mass media. The research analyzes the current state of audio news implementation in Ukrainian online media. The article examines models for integrating audio news, including automated AI-generated voiceovers and recordings by professional narrators. The study focuses on high-quality online media from the so-called "White List," published by IMI in 2024. Among the 13 media outlets on the list, only Hromadske Radio and Hromadske offer audio news on their websites.

The convenience of consuming news in audio format presents new opportunities for media, allowing users to stay informed while on the go, at work, or during workouts.

Keywords: audio news, news narration, audio versions of news, news voiceover, online media, AI.