

Автори: Tetiana Bulakh, Olena Karpenko, Kateryna Martiukhyna, Lidiia Mazhnyk, Tetiana Sydorenko

Бібліографічний опис: Bulakh, T., Karpenko, O., Martiukhyna, K., Mazhnyk, L., & Sydorenko, T. (2024). Publishing podcasts: an analysis of the innovation component of the Ukrainian market. *Amazonia Investiga*, 13(82), p. 298–307.

Назва: Подкасти видавництв: аналіз інноваційної складової українського ринку. Publishing podcasts: an analysis of the innovation component of the Ukrainian market

Ключові слова: інновації, видавничий бізнес, подкасти видавництв, літературний подкастинг, тематика подкастів, онлайн діяльність.

Дата публікації: 2024

Скорочений огляд (реферат):

Статтю присвячено виявленню подкаст активності українських видавництв як важливої інноваційної складової їх маркетингової діяльності. Мета статті – дослідити рівень подкаст-активності українських видавництв та проаналізувати тематичне розмаїття вітчизняних видавничих подкастів як аспект інноваційної складової видавничого бізнесу. Проаналізовано 130 українських видавництв для з'ясування їхньої подкаст-активності за формальними та змістовими ознаками. Виявлено, лише 8 видавництв, що створюють власні подкасти (здебільшого 1–2 подкасти від видавництва; усього 14 подкастів, 163 епізоди). Методологічною основою дослідження є контент-аналіз, методи узагальнення, порівняння, аналізу, синтезу. Лабораторія (подкасти «Лабораторія сенсів» – 22 епізоди; «Лабораторія нонфікшн» – 26 епізодів); Астролябія (подкаст Радіо «Астролябія» – 32 епізоди); Дух і літера (подкаст «Лабораторія: 1000» – 4 епізоди; «Дух і Літера: Подкаст» – 20 епізодів). За тематикою, переважна більшість проаналізованих епізодів у всіх подкастах (58%) присвячена обговоренню видань, опублікованих у видавництвах, зокрема у формі бесід з перекладачами, публіцистами,

редакторами; 27% – епізоди, тематика яких не стосується книговидання. Літературним та навкололітературним темам присвячено 8% подкастів; творчий шлях авторів, жанри, в яких пишуть тощо – 7%.

Ключові слова: інновації, видавничий бізнес, подкасти видавництв, літературний подкастинг, тематика подкастів, онлайн діяльність.

Abstract

The article is devoted to identifying the podcast activity of Ukrainian publishers as an important innovation component of their marketing activities. The objective of the article is to study the level of podcast activity of Ukrainian publishing houses and to analyze the thematic diversity of domestic publishing podcasts as an aspect of the innovative component of the publishing business. The 130 Ukrainian publishing houses were analyzed to determine their podcasting activity by formal and content features. It has been found that only 8 publishers create their own podcasts (mostly 1–2 podcasts from the publishing house; a total of 14 podcasts, 163 episodes). The methodological basis of the study is content analysis, methods of generalization, comparison, analysis, and synthesis. The study found that publishers are the most active: Laboratory (podcasts such as «Laboratory of Senses» that includes 22 episodes; «Laboratory of Nonfiction» – 26 episodes); Astrolabe (podcast of Radio «Astrolabe» with 32 episodes); Dukh i Litera (podcast «Laboratory: 1000» including 4 episodes; «Dukh i Litera: Podcast» – 20 episodes). The overwhelming majority of the analyzed episodes in all podcasts (58%) by category are devoted to discussing books published by publishing houses, in particular in the form of conversations with translators, publicists, and editors; 27% of them are episodes that do not deal with book publishing. Literary and literary-related topics are devoted to 8% of podcasts; authors' creative paths, genres, etc. are covered in 7% of podcasts.

Keywords: innovation, publishing business, publishing house podcasts, literary podcasting, podcast topics, online activity.

У секцію кафедри Менеджменту, логістики та інновацій – розділ статті