

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ**

ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

Факультет культурології та соціальних комунікацій

Кафедра культурології та медіакомунікацій

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня бакалавра

На тему:

**«Літературні подкасти як засіб популяризації літературної спадщини та
розвитку читацької культури»**

Освітньо-професійна програма
Соціальна та культурна журналістика
галузь знань **06 Журналістика**
спеціальність **061 Журналістика**

Здобувачка: Бутко Дар'я Олександрівна

Керівник: Логвиненко Леонід Андрійович,
викладач, Заслужений журналіст України,
член Національної спілки журналістів України

Рецензентка: Зубар Наталія Володимирівна,
журналістка, голова правління Інформаційного
центру «Майдан Моніторинг»

Допущена до захисту на засіданні кафедри
культурології « » _____ 2024 р.,
протокол №

Харків 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. МІСЦЕ ЛІТЕРАТУРНИХ ПОДКАСТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ.....	7
1.1. Переваги та особливості літературних подкастів.....	7
1.2. Класифікація літературних подкастів.....	15
1.3. Огляд українського ринку літературних подкастів.....	24
Висновки розділу 1	35
РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ ПОДКАСТІВ. РОЗРОБКА ТА СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО ПОДКАСТ- ПРОЄКТУ	37
2.1. Розробка та опис проєкту.....	37
2.2. Процес створення подкаст-проєкту	45
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	58

ВСТУП

Актуальність. Протягом століть література слугувала наріжним каменем культури та важливим джерелом натхнення для нових поколінь. Окрім відображення минулого та розвитку духовної сфери суспільства, вона дозволяє нам подорожувати в часі та просторі, відкриваючи для себе нові сфери й досвіди. Але, як відомо, прогрес не стоїть на місці й в добу диджиталізованого інформаційного суспільства спостерігається тенденція зниження популярності літератури як вагомого джерела інформації, способу дозвілля та культурного самозбагачення. Медійний ландшафт постійно змінюється, аудиторія шукає нові способи отримання інформації та розваг. В цьому контексті літературні подкасти набувають особливого значення як інноваційний інструмент, що об'єднує слово та звук у єдиному медійному просторі. У зв'язку з цим зростає роль дослідження літературних подкастів як засобу формування культури читання співвітчизників, що й актуалізує пропоновану тему дослідження.

Об'єкт дослідження: літературний подкастинг як феномен інформаційного суспільства.

Предмет дослідження: специфіка створення сучасних літературних подкастів.

Метою роботи є визначення особливостей та переваг літературного подкастингу як нової форми медіа, що сприяє поширенню літературного дискурсу та читацької культури, а також дослідження специфіки створення таких подкастів.

Досягнення мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

- визначити переваги та окреслити особливості літературного подкастингу, а також його вплив на популяризацію книжок;
- сформулювати та навести класифікацію літературних подкастів з урахуванням різноманітних параметрів;
- здійснити огляд українських літературних подкастів та проаналізувати їх сучасний стан;

- описати процес ідейної розробки власного подкаст-проєкту;
- описати процес та технологію створення власного подкасту від створення візуального стилю, запису і до моменту публікації.

Методи дослідження застосовувалися поетапно. На теоретичному етапі було застосовано методи аналізу і синтезу задля вивчення тематичної наукової літератури й опрацювання інформації, здобутої з власного досвіду. Аксиологічний, соціокультурний, інформаційний, а також методи індукції та дедукції були використані для виокремлення переваг та особливостей літературних подкастів, а також їхнього впливу на популяризацію читання та читацької культури. Системний та структурно-функціональний підходи застосовано для розгляду окремих компонентів та складових літературних подкастів, що надалі дало нам можливість створення їх класифікації. Контент-аналіз як метод став основою для написання огляду українського ринку літературних подкастів. Під час написання вступу та висновків ми спиралися на методи аналізу та узагальнення. На практичному етапі були залучені: метод порівняння, проблемно-тематичний та описово-аналітичний методи для опису специфіки викладення матеріалу та підбору технологічної бази для запису подкастів.

Теоретична та практична значущість проєкту: даний проєкт створений для закриття потреби українського суспільства в аудіальному контенті, присвяченому книжкам, зокрема сучасній українській літературі. При поверхневому пошуку рекомендацій до прочитання сучасної української літератури, інтернет пошуковик видає однакові списки праць на більшості сайтів, до того ж більшість імен/творів у цих підбірках є широковідомими. Вони створюють базу, але не дають глибинного розуміння тем, масштабів та специфіки укрсучліту. Вирішенням саме цієї проблеми і є наш проєкт.

Огляд літератури. Темі подкастингу приділяли увагу багато закордонних та українських дослідників, зокрема Frary M. [9], McHugh S. A. [18; 19], McClung S. Ph., Johnson K. M [17], Дмитровський О. [46, 38], Беньківська А. Т. [56], Досенко А. К. [54], Єрьомін М. М. [45], Гаврилюк І. [55], Шехавцова С.О. та

Протопопова К.О [28], Лизак М. [57], Шишков Д. [71] та Мірошніченко М. [71, 43].

Якщо говорити про подкастинг загалом, то починаючи з 2004 року, коли він зародився як явище, увага дослідників до подкастів часто то зростала, то знижувалася. Серед закордонних дослідників подкастингу широко відомі імена Р. Беррі [3; 4; 5; 6] та Б. Хаммерслі [11; 12], які стали одними із піонерів дослідження цього феномену. Саме вони надали визначення явищу подкастингу, проаналізували його зародження, сформулювали основні характеристики, особливості та відмінності від радіо. Праці цих науковців стали ґрунтовною базою для досліджень інших на роки вперед. Але сфера розвивається з кожним днем, тому нові дослідження вкрай важливі як для опису новітніх явищ, так і для відстеження прогресу/регресу. Серед українських дослідників і дослідниць тема подкастингу стала більш-менш популярною лише після 2014 року. Так, О. Дмитровський описав процес зародження і початки створення українського інтернет-радіо [38], сформулював короткі рекомендації для створення подкастів, аби вони відповідали вимогам жанру, та схарактеризувати можливості, які розкриває подкастинг для різних сфер та категорій людей [46]. Однак через обраний автором компактний формат рекомендацій він не звернув увагу на багато дрібних, але важливих деталей. Беньківська А. розглядала подкастинг у площині рекламних та маркетингових комунікацій, як можливий інструмент для залучення нової аудиторії. Але дослідниця зазначила, що подкастинг у цій сфері потребує більших досліджень та вивчення, оскільки «особливо значної уваги вимагає аудиторія слухачів подкастів, адже вона вирізняється на фоні решти споживачів медіаканалів» [56]. Подкастинг з точки зору сучасної журналістики, медіа та комунікацій досліджували А. К. Досенко [54], М. М. Єрьомін [45] та І. Гаврилюк [55]. Зокрема останній розглядав як різні види медіаконтенту впливають на формування думок та міжнародну політичну комунікацію, що є особливо важливим у сучасних умовах життя українського суспільства. Він також наголосив на «необхідності підвищення медіаграмотності в умовах гібридної війни України з РФ, котра активно використовує усі наявні медіа для

поширення свого політичного впливу» [55]. Значу увагу було приділено подкастингу як інструменту освіти. Тут виділяються дослідження, де подкасти виступають як навчальний матеріал для вивчення мов [28; 57]. «Подкастинг є зручним способом для вивчення іноземної мови, він допомагає якнайкраще підготувати студента до реальної комунікації. Його можна використовувати як в аудиторних умовах, так і поза ними. Розмаїття подкастів допоможе вибрати аудіотекст, який відповідатиме індивідуальним вподобанням і потребам студента» [57], однак у таких дослідженнях жанр розглядається досить однобоко, тому важливо вивчати подкасти як інструмент та метод у різних сферах. Після повномасштабного вторгнення росії в Україну дослідження подкастів, так само як і їх прослуховування та виробництво, не зупинилося. Д. Шишков та П. Мірошніченко проаналізували зміни у сегменті українського подкастингу, порівнявши різноманітні дані за період до та після 24 лютого 2022 року і виявили, що хоч у перші місяці великої війни попит та виробництво, очікувано, впали, однак зовсім скоро реабілітувалися та продовжили розвиток [71].

Проте літературним подкастам приділялась незначна увага. Тут можна виокремити хіба що Ковтун Н. О., яка проаналізувала українські літературні подкасти, тематику та напрями літератури, а також частку обговорень української та світової літератури у вітчизняних подкастах [41]. Однак в цій статті дослідницею не подається комплексного аналізу явища і його впливу на загальний книжковий ринок України й читацькі звички співвітчизників.

Тож актуальність нашого дослідження посилюється тим, що не зважаючи на значну кількість наукових робіт з теми подкастингу, дослідники часто зосереджували свою увагу здебільшого на історії розвитку або специфіці застосування подкастингу загалом як інструменту під час навчального процесу в різних сферах. Натомість мало уваги присвячено саме літературним подкастам, їх перевагам, особливостям, різнобічним класифікаціям та сучасному стану в Україні.

Структурно робота складається зі Вступу, 2 Розділів, Висновків та Списку використаних джерел, що містить 74 найменування.

РОЗДІЛ 1. МІСЦЕ ЛІТЕРАТУРНИХ ПОДКАСТІВ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

1.1. Переваги та особливості літературних подкастів

Літературі назавжди відведено чинне місце серед складових загальнолюдської культури. Повсякчас впливаючи на нас, вона слугує всеохопним джерелом знань, відомостей та досвіду. Однак, як відомо, прогрес не стоїть на місці, і от уже кілька років спостерігається значна тенденція на отримання інформації, вражень та досвідів з альтернативних – діджитальних та/або інтернет-джерел. Короткі відео, фільми, дописи у соцмережах і статті на різноманітних сайтах перебирають на себе увагу аудиторії, в той час, як література для великої частини суспільства стає маргіналізованим явищем, відходячи на задній план.

«У серпні-вересні 2023 року дослідницька компанія Info Sapiens провела третю хвилю дослідження актуальної ситуації щодо читання як соціально культурної практики серед українців. У порівнянні із результатами попередніх хвиль (2018 та 2020 років) це також дало змогу провести аналіз показників у динаміці». За результатами дослідження 16% українців читають щодня у якості дозвілленої практики, ще 17% зазначили, що читають книжки кілька разів на тиждень. Та попри це ми можемо спостерігати позитивну динаміку, адже у порівнянні із даними за 2020 рік (8%) у 2023 році показник практики щоденного читання книжок зріс удвічі (17%) [14].

Як ми бачимо, читання все ще вимагає популяризації, за що постійно береться все більше і більше людей. Літературний контент з'являється на багатьох медіаканалах та у найрізноманітніших форматах, однак є досить специфічним. Одним із таких форматів, що набуває популярності, стали літературні подкасти.

Для початку важливо розібратися загалом із визначенням подкасту. Це сприятиме кращому розумінню феномена літературних подкастів для подальшого їх вивчення у даній роботі. Отож, подкастинг це зручний і багатофункціональний спосіб отримання, зберігання та сприйняття змісту, що цінується зараз, у добу глобалізованого суспільства, яке потребує мобільності, доступності, варіативності форматів та оригінальності від тих, хто береться покривати постійно зростаючу потребу у новій інформації. Попри те, що подкаст – явище далеко не нове і вже існує багато визначень цього формату від дослідників із різних країн та сфер, пересічна людина навряд чи зможе точно його схарактеризувати. І хоча у багатьох сучасних ЗМІ на офіційних сайтах можна знайти рубрику «подкаст», доречно буде зауважити, що на Заході подкастинг є давно знайомим та популярним явищем, в той час, як в Україні він знаходиться на фазі активного розвитку.

Термін «podcasting» (англ.) винайдено колумністом The Guardian і журналістом BBC Беном Хаммерслі у 2004 році коли той писав статтю для The Guardian [11]. Слово було утворене від злиття слів «iPod» - цифровий портативний аудіоплеєр, що виробляється компанією Apple, та «broadcasting» - повсюдне широкоформатне мовлення [30]. Хоча деякі українські дослідники приписують авторство терміну ведучому телеканалу MTV Адаму Керрі [4], той лише взяв його із повідомлення до списку розсилки iPodder-dev, що була створена для спільноти аудіоблогерів [10; 15].

Джон Гобсон дає таке визначення подкасту, «Подкаст - це, як правило, розмовна програма, яку можна вільно завантажити з Інтернету і слухати в зручний для слухача час на персональному медіапристрої, наприклад, смартфоні або MP3-плеєрі. ... Справжня краса подкасту полягає в тому, що ви можете автоматично отримувати подкасти на свій вибір щотижня. Це може бути медичний чи науковий подкаст або ваш улюблений телеведучий, якого ви пропускаєте, бо працюєте або не можете почути всю передачу» [13].

Зараз же подкаст можна назвати цифровим аудіофайлом, або серією таких аудіофайлів, що створені для поширення мережею Інтернет для завантаження,

або прослуховування онлайн на портативних медіапрогравачах та персональних комп'ютерах. Зазвичай подкаст-мейкери створюють серію подкастів, що об'єднані тематикою або напрямом, мають фірмову стилістику, постійного ведучого та виходять із певною періодичністю.

Подкаст, на відміну від відео, телебачення чи радіо, дозволяє користувачам прослуховувати аудіо файли у будь-який час, не прив'язуючись до ефірного мовлення, розкладу, часових і просторових обмежень. Подкаст також можна завантажити на пристрій і слухати без підключення до мережі Інтернет та у зручний час, що дає таку перевагу як мобільність та автономність, при цьому майже не програючи в інформативності, що може бути надзвичайно важливою рисою для людини у сучасному світі [53]. Подкасти стають чудовим супроводом під час подорожей, поїздок на роботу, занять спортом тощо.

Отже, першою перевагою літературних подкастів ми можемо назвати їхню *доступність та «вільний» формат*. У вищезгаданому дослідженні 7% респондентів зазначили відсутність часу та можливостей як причину чому вони не читають книжки [24]. В той час як літературні подкасти можна слухати будь-коли, заповнюючи ними короткі проміжки у своєму розкладі. Таким чином людина може залишатися у читацькому середовищі, отримуючи корисну та цікаву інформацію, долучаючись до популяризації літератури й читацької культури. До того ж аби почати прослуховувати подкаст потрібна мінімальна технічна база: пристрій для відтворення аудіо (Mp3 плеєр, смартфон, планшет, ноутбук або комп'ютер) та навушники чи колонки за потреби.

11% респондентів у вищезгаданому дослідженні заявили, що не читають книжок через високу ціну та/або краще витратять гроші на щось інше. Тут ми не будемо розбирати важливість та користь читання, натомість зосередимося на включеності в літературний дискурс. Людина може не читати книжки як такі, але бути поінформованою про те, що відбувається у книжковому світі, знати сюжети та імена авторів із різних джерел, одним із яких виступають подкасти. Маючи інформацію про сюжети, думки та новини що циркулюють у книжковій спільноті, людина може підтримати розмову на відповідну тему, тим самим

побічно популяризуючи читання та книжки. Більшість літературних подкастів є абсолютно *безплатними*, існуючи за рахунок монетизації від реклами (включеної у сам аудіофайл, або тої, яку платформи пропонують перед прослуховуванням), фінансувань, грантів або добровільних грошових внесків від слухачів. Водночас прослуховування літературних подкастів може посприяти зацікавленості персони у тій чи іншій книжці й підштовхнути до перегляду своїх переконань щодо доцільності та бажання купувати книжки.

Література і читання потребують *популяризації*, бо, як вважає письменник Віталій Капранов, найактивніша частка населення (люди 30+ років) не привчена читати. У своєму інтерв'ю для «Суспільного» він зауважив, «парадокс полягає у тому, що цей прошарок зростав у 90-ті, коли книжок не видавали взагалі. ... І, коли найактивніша частина населення не привчена читати, то і попит на книги відповідно падає» [67]. Також однією із причин зниження попиту на книжки письменник назвав закриття книгарень та бібліотек під час локдауну спричиненого пандемією вірусу COVID-19 у 2020-2022 роках. Зараз сюди ж можна віднести наслідки воєнної агресії росії проти України: закриття/руйнування/окупація книжкових магазинів, бібліотек та видавництв і бажання окупантів знищити українську культуру, що супроводжувалося спаленням й ліквідацією українських книжок. (Станом на 19.09.2023 Міністерство культури та інформаційної політики України повідомляло про «руйнування росіянами в Україні понад 220 бібліотек та пошкодження близько 400» [60]). Тож, повертаючись до питання читання як звички, набагато простіше послухати короткий літературний подкаст або декілька, які зможуть зацікавити слухача та спонукати його на купівлю й прочитання книги, що буде хоч і маленьким, але важливим вкладенням, яке надалі може перерости у звичку або справжню пристрасть.

Як зазначає дослідниця Погрібна І. О. «Художня література традиційно розглядається як важливий засіб виховного впливу на особистість людини, оскільки її вважають скарбницею культури, джерелом реальних знань та сильних вражень, ознайомлення з незвичним, фантастичним.», «Сучасні дослідження

відносять книжку і читання до агентів соціалізації, оскільки за допомогою читання людина «входить у культуру», розуміє, які події можуть з нею відбутися і як можна вийти з певної життєвої ситуації» [49]. Ми справедливо можемо вважати, що література, зокрема художня, це не лише інструмент для збагачення мови, підвищення емоційного інтелекту й вмістилище знань, а й одне з джерел, що містить код нації та слугує для передачі історичного досвіду. В сучасних умовах російсько-української війни це є дуже важливим фактором для рефлексії українського минулого й травм, завданих нашому народові російською імперією, радянським союзом і сучасною росією.

Дослідження «Книгарні Є» показує, що читацький інтерес до сучасної української прози, поезії а також класичної української літератури у 2023 році значно зріс, ніж у 2021 році, до повномасштабного вторгнення росії в Україну. Високі позиції також зберігають сучасна зарубіжна проза та світова класика [63]. З цього дослідження ми можемо зробити висновок, що попри усі життєві складнощі, серед українців є попит на книжки, а отже, це сприятливий час для тих, хто хоче створити власний літературний подкаст. В сприятливому середовищі літературні подкасти в комплексі з різноманітними книжковими блогами в соціальних мережах здатні вивести процес читання на новий рівень, зацікавити ним молодь, перетворивши його з нудного обов'язку, на цікаву й корисну звичку. А отже, можна говорити про літературні подкасти на рівні з книжковими блогами, як про важливу складову читацької культури та впливу на формування читацьких звичок.

Подкасти можуть виступати інструментом *популяризації як світової, так і вітчизняної літературної спадщини різних періодів*. Такі подкасти можуть допомогти по-іншому поглянути на вже відомі твори, що вивчалися й добре чи погано сприймалися в ході уроків літератури в школі, або допомогти знайти для себе ще невідомі твори й не боятися познайомитися із ними.

Водночас у контексті сьогодення й загарбницької війни, що її розгорнула росія проти України, цей аспект є не мало важливим. Наразі постійно з'являється велика кількість різноманітних проєктів, що мають на меті повернути українців

у свій історичний та культурний контекст, якого багато громадян були позбавлені в наслідок століть русифікації та спроб росіян знищити ідентичність українців, нашу мову, культуру й надбання. Саме тому є важливими проєкти, що розповідають про українську культуру, історію і т.д., про все те, чого ми могли не знати. В цьому ж контексті варто говорити не лише про минуле, а й про сьогодення. Ми маємо не лише згадувати й шанувати письменників та письменниць минулих років, а й дбати про сучасників, аби не дати їхнім голосам згаснути чи бути забутими. Вікторія Амеліна, Володимир Вакуленко, Гліб Бабіч, Ігор Мисяк, Максим Кривцов та інші. Усіх їх вбили росіяни в ході російсько-української війни й, на жаль, їхні імена стали відомі великому загалу лише після смерті. Й саме тому потрібно не лише шанувати пам'ять й доробок мертвих, а й підтримувати й говорити про живих.

Літературні подкасти сприяють *глибшому розумінню книжок* та надають додаткову, іноді ексклюзивну, інформацію від письменників. Автори подкастів часто надають свою та\або експертну оцінку й аналіз прочитаних творів. Таким чином слухачі можуть зауважити для себе цікаві моменти, на які вони не звернули увагу під час прочитання, тим самим відкриваючи для себе нові грані сюжету і персонажів. Але нерідкою є й ситуація, коли людина слухає подкаст до, а не після прочитання книги. В такому випадку перевагою є те, що літературні подкасти часто підкреслюють ключові моменти, діалоги та елементи, які, своєю чергою допомагають аудиторії визначити найважливіші аспекти сюжету й загальний настрій книги. Саме це дає змогу людині приблизно визначити чи підходить книга її читацькому смаку, адже такий огляд дає набагато більше інформації й може закинути набагато більше «гачечків» для зацікавлення аніж анотація. Так само подкасти впливають і на розширення контексту, адже розповідають про життя авторів, історію написання творів та їхній культурний супровід. Це допомагає слухачам краще зрозуміти мотивацію авторів і зв'язок їхніх творів з часом, в якому вони були створені.

Подкастинг як інтернет-технологія має велике *різноманіття жанрів* і обов'язковий *авторський підхід*, що й дозволяє користувачам підібрати

ідеальний для себе та своїх потреб подкаст. Окрім розмаїття форматів літературних подкастів, про які ми поговоримо пізніше, вони також охоплюють широкий спектр книжкових жанрів, від філософських, психологічних та мотиваційних до горорів і ромкомів. Літературні подкасти здатні вводити слухачів в літературні традиції та жанри, з якими вони раніше не були знайомі. Наприклад, подкасти можуть представляти твори з різних культур, переклади літератури, сучасних авторів тощо. Це допомагає розширювати літературний та культурний горизонти слухачів. Особисті коментарі, інтерпретації та інсайти на рівні з особливостями обробки та оформлення аудіофайлів також створюють унікальний контент і простір для вибору між різними подкастами для слухачів.

Літературні подкасти є гарною *платформою для авторів книжок*, які хочуть привернути більше уваги до своїх робіт. Це місце для обговорення не лише «великих» праць, а й для презентації оригінальних творів від молодих та незалежних письменників, які можуть стати важливим поштовхом для розвитку літературної сцени. Це створює унікальне середовище, що дозволяє новим голосам та їх творам заявити про себе на велику аудиторію. Така можливість є неймовірно цінною та привабливою як для менш знаних, так і вже відомих широкому колу авторів та авторок. Адже в Україні, на відміну від, наприклад, США, промоція книжок здебільшого відбувається через соцмережі, рідше – через фестивалі та презентації. Тому кожна можливість нагадати про себе читачам є бажаною. Автор здатен розповісти про свої творчі процеси, надихати та відповідати на запитання, що створює більш особистий зв'язок з аудиторією та збільшує інтерес до його творчості. Крім того, у подкастах зазвичай не так сильно дотримуються схеми інтерв'ю «питання-відповідь», а комунікація будується як рівноцінний діалог між ведучим та письменником, у якому останній може бути більш відвертим та відкритим, що позитивно впливає на якість інформації, її вміст та цінність.

Спільнота є не останньою за значущістю складовою будь-якого подкасту. За даними опитування, проведеного «Суспільним» у жовтні 2021 року, лише 8,3% українців слухали подкасти [39]. В той час як в інших європейських країнах

ця частка варіювалася від 22% до 38% [21]. А вже у вересні 2022 року Media Sapiens пишуть про те, що «війна заохотила авторів подкастів створювати новий контент, а аудиторію — витратити більше часу на слухання» (за даними статистики платформи Megogo) [62]. Це дає нам змогу стверджувати, що подкастинг, як явище загалом, з кожним роком набирає все більшої популярності в Україні, разом із тим зростає аудиторія й у літературних подкастів. Спільнота є важливим джерелом інспірації, збору даних та міжособистісної комунікації, як для подкастерів у взаємодії з аудиторією, так і між окремими слухачами. (Особливий приклад єднання спільноти – книжкові клуби. Фізичні, коли люди збираються разом для обговорення прочитаної книжки, і онлайн, коли створюються чати, у яких читачі можуть познайомитися та поділитися враженнями.)

Подкасти є альтернативним *способом дозвілля*. У вже згаданому дослідженні, Info Sapiens також запитали українців про їхні щоденні дозвіллі практики. Серед найпоширеніших відповідей опинилися читання новин у месенджерах, переглядання стрічки соціальних мереж, спілкування у месенджерах та перегляд фільмів/серіалів/YouTube відео. Натомість 28% респондентів зазначили, що слухають радіо/подкасти щодня, 12% - кілька разів на тиждень, 8% - кілька разів на місяць [24]. Хтось слухає подкасти під час виконання інших справ, хтось – як самостійний варіант дозвілля. Подкасти можуть виступати водночас джерелом інформування та релаксації. У будь-якому випадку подкасти виступають форматом, що задовольняє як інформаційні, так і естетичні потреби людини. Часто подкаст-мейкери мають приємний голос та гарну дикцію, а також використовують тематичний музичний супровід, що не відвертає від основного наповнення.

Літературні подкасти часто неабияк допомагають із *вибором книжки*. Літературний ринок насправді часто поповнюється новинками, але часто лише частина зацікавлених людей опиняється поінформованою про вихід нового релізу, і тим паче навпаки важко знайти вартісну інформацію про книжку, яка видавалася кілька років тому, за умови що вона не була бестселером. Подкасти

вирізняються простотою подачі, що поєднується із всеохопністю нюансів літературного твору. І це значно виграє у порівнянні із небагатослівними відгуками читачів в мережі Інтернет, або більш складними й витонченими рецензіями критиків. Й знову ж таки, подкаст-мейкери часто надають потрібні порівняння з іншими творами та бекграунд, як от цікаві моменти з біографії письменника або обставини, у яких була написана книжка. Нерідко саме це, а не опис сюжету книжки, може зацікавити потенційних читачів.

В українському медіапросторі важливо зазначити ще й *мовний аспект*. Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну велика кількість людей стала на шлях українізації, й саме з цього кута зору книжки й, відповідно, літературні подкасти відіграють важливу роль, виступаючи одним із численних каналів транслявання української мови, культури та думки. Такі подкасти можуть стати одним із допоміжних засобів при переході російськомовних людей на українську, адже вони поліпшують навички сприйняття мови на слух та сприяють розширенню словникового запасу у слухачів.

Таким чином, ми можемо стверджувати, що й літературні подкасти – це сучасний та захопливий спосіб вивчення й популяризації літературної спадщини. Подкасти здатні заохотити людей до читання, яке, за словами дослідників, здатне покращити нашу емпатію, уяву та сприяти розвитку емоційного інтелекту [2]. Це аудіоформат викладання та сприймання літературних творів, який набуває все більшої популярності у сучасному світі, але через свою новизну потребує більш детального розгляду, аналізу та дослідження, тому у наступному параграфі ми поговоримо про класифікацію літературних подкастів.

1.2. Класифікація літературних подкастів.

Подкастинг – унікальний і гнучкий медіаформат, який поєднує у собі ознаки блогінгу, журналістики, репортажної оповіді та нестандартного підходу до викладення матеріалу. Останніми роками зростає інтерес до літературних

подкастів - аудіопрограм, присвячених обговоренню літератури та пов'язаних з нею тем. Ці подкасти часто містять інтерв'ю з авторами, літературними критиками та іншими експертами індустрії, надаючи слухачам уявлення про світ літератури та їхні погляди на нього, саме тому актуальним наразі є вивчення літературних подкастів як окремого напрямку.

До сьогодні не існує єдиної, загально визнаної класифікації подкастів загалом, а літературні подкасти майже зовсім уникнули уваги вчених. Дослідники із різних країн щоразу пропонують свої критерії та способи розподілення аудіально-інформаційного виду контенту на категорії. З одного боку це пов'язано зі свободою форми подкастів, тобто кожен автор обирає лише приблизний напрямок, за яким буде формуватися та розвиватися його подкаст, вносячи необхідні саме йому зміни та нововведення. Тобто щось нове з'являється та змінюється постійно і розподілити подкасти можна лише на приблизні узагальнені категорії, які, проте, все одно будуть пластичними й зможуть об'єднуватися та перетікати одна в одну. З іншого боку, в добу глобалізованого суспільства, ери правління інформації, нові формати та теми з'являються досить швидко і так само швидко старі можуть йти в небуття. Однак, ми все ж спробуємо виділити кілька пунктів, за якими можна зручно класифікувати подкасти, в тому числі літературні. Для цього нам доведеться розглянути як інші дослідники класифікували не літературні тематичні подкасти.

Почати варто з варіантів розподілу подкастів за **файловими форматами**. Це, вже знайомий нам і «класичний» варіант - аудіоподкаст (mp3), новіший - відеоподкаст (mp4) та не такий відомий широкому колу споживачів – слайдкаст.

Аудіоподкасти заведено вважати більш розповсюдженими та зручними для прослуховування. Адже вони не вимагають додаткової концентрації на візуальному вмісті. Гнучкі та портативні, шляхом чого вони збільшують здібність слухачів до мультизадачності. Цей же параметр впливає і на загальну кількість аудиторії, тому доступніші аудіоподкасти зазвичай мають ширшу аудиторію слухачів. Такі подкасти підходять для прослуховування під час спортивних тренувань, прогулянок, або іншої фізичної роботи, яка не вимагає

великих розумових потуг для виконання. Крім того, аудіоподкасти є простішими у підготовці, виробництві та обробці, оскільки «базовий мінімум» для їх створення – це мікрофон, записувальна програма та програма для обробки аудіо. В той час як при записі відео подкасту важливо звертати увагу ще й на візуальну складову, якщо ми хочемо досягти більш професійного і презентабельного результату. Тож аудіоподкасти потребують менше матеріальних та фінансових витрат.

Універсальність притаманна обом форматам подкастів, їх можна використовувати для навчання, саморозвитку, як вид розважального контенту, для споживання новин тощо. Деякі дослідники називають особливою рисою аудіоподкастів ще й інтимність, оскільки вони створюють враження особистої та, відповідно, відвертішої розмови між слухачем та автором (авторами) подкасту.

М. Ліндгрєн вважає, що «радіо- та подкаст- сторітелінг ідеально підходить для дослідження особистого досвіду. На відміну від історій, створених для екранів, де емоції проявляються у візуальній формі, аудіоісторії досліджують наше життя за допомогою звуків і вимовлених слів, інтимно прошепотілих нам на вухо. Персоналізований простір для прослуховування, створений навушниками, ще більше посилює зв'язок, створений між голосами в історії та слухачем» [16].

Відеоподкасти, також відомі як водкасти, це форма подкастингу, що використовує відеоконтент поряд з аудіо. Як і традиційні подкасти, відео може охоплювати широкий спектр тем, включаючи інтерв'ю, панельні дискусії, навчальні матеріали, розважальні шоу тощо. Традиційно для подкастів було прийнято використовувати лише аудіо-формат. Тобто, якщо дуже спрощувати, можна сказати що це було таким собі аналогом радіо, але доступного в офлайн записі. Однак не є секретом, що з останніми роками кількість відео-вмісту в соціальних мережах та інтернеті загалом швидко зростає. Це, а також покращення швидкості та доступності Інтернету внаслідок технологічного процесу, зробили відео набагато більш популярним й затребуваним форматом,

що й дало поштовх для створення та стрімкого розвитку відеоподкастів. Але варто додати, що зараз межі між просто відеоконтентом та відеоподкастом безумовно є доволі нечіткими та гнучкими, особливо для рядового споживача. Головним маркером залишається те, що більшість такого контенту потребують концентрації на візуальній складовій, аби повністю та належним чином осягнути його зміст. Натомість відеоподкасти будуються таким чином, щоб користувачі могли споживати їх як разом з візуальним супроводом, так і без нього без втрати у змістовій повноті. Саме тому важливим завданням при створенні відеоподкасту є знайти баланс, при якому візуальна складова не буде перевантажена інформаційним контентом, адже у зворотному випадку це ускладнить споживання і вірне трактування сенсу сказаного. (За умови, що автор публікує аудіоверсію подкасту на інших платформах, ніяк не редагуючи та не доповнюючи зміст.)

Натомість розумний та виважений підхід дозволяє доповнити подкаст за допомогою відеоряду, що відкриває нові можливості з реалізації та подачі інформації, що, своєю чергою, здатне зацікавити й залучити нову аудиторію.

Відеоподкасти також більше підходять для просування у соцмережах, оскільки їх можна «нарізати» на короткі фрагменти, або робити добірки цікавих моментів, аби привабити нових підписників та заохотити їх до перегляду повної версії. На ряду із цим, відеоподкасти пропонують більше можливостей для спонсорства, ніж аудіоподкасти. За допомогою відео можна демонструвати продукти спонсорів і створювати брендований контент, що здатне призвести до більших можливостей для отримання прибутку, який, своєю чергою, може бути використаний для покращення виробництва, оскільки, як ми вже з'ясували, відеоподкасти є більш ресурсозатратними.

Слайдкаст (англ. slidecast) або розширений подкаст (англ. enhanced podcast) – набагато менш популярний файловий формат подкастингу. Він являє собою аудіофайл з посиланнями на зображення на часовій шкалі. Найпопулярніший розширений подкаст використовує популярний формат AAC від Apple і може відтворюватися на iPod або за допомогою програми QuickTime

Player на комп'ютері Mac або Windows. Для створення подкастів у форматі AAC використовується таке програмне забезпечення, як GarageBand від Apple для Mac і Podcaster для Windows і Mac [8]. У кінці 2000-х в слайдкasti використовувалися переважно в освітніх цілях. «Викладачі з ентузіазмом використовували слайдкasti на своїх курсах, а студенти, за їхніми словами, вважали цю інновацію цікавою. Слайдкasti поповнили перелік існуючих інструментів електронного навчання, доступних в університетській системі управління навчанням» [22]. Однак згодом ця технологія ставала все менш популярною і наразі збереглася переважно в США, так і не набувши поширення в Україні. Зараз слайдкастами можуть також називати озвучені презентації (слайдшоу), але ця техніка також не є розповсюдженою.

Наступним важливим критерієм розподілу подкастів є **тривалість**. Довжина файлу, беззаперечно, залежить від обраної теми та способу викладення матеріалу. Дослідник із Великобританії Кристофер Дрю, під час наукової розвідки у сфері освітніх подкастів, звертав увагу на такі параметри як комунікативні цілі, тип вмісту, стиль, мета та спосіб аудіальної обробки [7]. З урахуванням цих пунктів, ним було запропоновано таку класифікацію подкастів:

– «Швидкий постріл» (англ. The Quick Burst) – форма подкасту, головною комунікативною метою якого є надання стислої, ключової інформації. Такі подкасти зазвичай не перевищують 5 хвилин. «З лаконічністю пов'язана вимога миттєво привернути увагу, що зазвичай досягається в цьому жанрі за допомогою енергійного тону. Кроки для досягнення цього можуть включати чітке і швидке мовлення, оптимізм у голосі ведучого і мінімальні паузи в мовленні. Спосіб звертання, як правило, прямий і стислий, щоб досягти максимальної інформації за мінімальний час» [7].

– «Оповідь» (англ. The narrative) – має за мету розказати історію на визначену тему. «Використання наративу в історичних подкастах в іншому дослідженні описано як "поєднання епізодичного формату радіо, його відчуття "живості", ... у поєднанні з довгим форматом і оповідним голосом друкованих або аудіокниг" Таким чином, поєднання тональностей радіо- та аудіокниг в

"Оповіді" показує, як цей жанр виріс із жанрів, що збереглися в інших медіа, але розвинув свій власний унікальний стиль.» Тривалість таких подкастів варіюється від 40 до 80 хвилин. Головне тут – сторітелінг, безпосередня розповідь від оповідача до слухача, що має мінімальні відхилення та паузи для вільного обговорення та інтерпретації. Основні риторичні прийоми для досягнення розповіді в цьому жанрі іноді імітують ті, що використовуються в театральних монологіях, такі як навмисні паузи та артикуляція голосу, що призводить до поспішного, задиханого мовлення у ключових моментах оповіді.

– «Чат-шоу» (англ. The chat show) – формат подкасту де головним елементом є жива розмова між кількома особами. Зазвичай «господар» (ведучий/автор подкасту) приймає у своїй студії гостя або кількох для обговорення обраної теми або інтерв'ю. Зазвичай такі подкасти мають тривалість від 30 хвилин до 1,5 години. Терміни та ідеї часто обговорюються серед експертів, які представляють різноманітні погляди на тему. Та, на думку дослідника у цьому форматі важливою рисою є дотепність та доступність, яка допоможе зацікавлювати та утримувати увагу слухачів.

Нік Ньюман та Натан Галло, досліджуючи звички слухачів новинних подкастів під час пандемії COVID-19, запропонували свою класифікацію подкастів та особливості їх тривалості [5].

– Глибоке занурення (англ. Deep-dive) зазвичай розглядає одну або дві запропоновані теми та надає аналіз. Популяризований The Daily, виробляється найбільш широко, на нього припадає майже половина (43%) проаналізованих в дослідженні подкастів. Тривалість – 20-25 хвилин або більше.

– Розширений чат (англ. Extended chat) являє собою дискусію за круглим столом, має неформальний стиль, гнучкий формат з охопленням однієї або кількох тем, іноді розширений монолог. Мають дуже різні варіації тривалості – від 15 хвилин і до більш ніж як години.

– Зведення новин (англ. News round-ups) - подкасти, які мають на меті стисло інформувати людей у певні моменти дня. Тривалість – 10-15 хвилин.

– Мікробілетені (англ. Microbulletins) - дуже короткі інформаційні бюлетені, які надають короткий підсумок новин за день. Середня тривалість – близько 3 хвилин.

На основі цих розглянутих і проаналізованих класифікацій тривалості подкастів від інших дослідників ми пропонуємо *власну*. Вона буде дещо спрощена, але з тим і універсальна, відповідно, зможе застосовуватися для різних подкастів. Але в нашій класифікації ми будемо орієнтуватися на літературні подкасти.

– Мікроподкаст – короткий формат, що має загальну тривалість до 5-7 хвилин. Такий формат ідеально підійде для технічних оголошень, швидких оглядів новин, анонсів тощо;

– Мініподкаст – має тривалість від 10 до 25 хвилин. Здебільшого підходить для оглядів (книжок), коротких інтерв'ю або історичних екскурсів;

– Стандартний подкаст – 25-45 хвилин.

– Довгий подкаст – тривалість сягає понад 60 хвилин. Такий об'єм зазвичай використовують для більш глибокого занурення в тему / розгляду кількох суміжних тем, довгих інтерв'ю, обговорень між кількома ведучими за певним сценарієм або у формі «потоків свідомості»;

Наступним критерієм нашої класифікації обрано **жанровий формат контенту за вмістом**. Але оскільки наповнення залежить від тематичного спрямування подкасту, то ця класифікація буде побудована виключно на основі літературних подкастів, й лише трохи зачіпаючи суміжні теми.

– *Книжкові клуби* – один із найпоширеніших на даний момент форматів книжкового контенту, який можна зустріти у різноманітних шоу на YouTube, челенджах в соцмережах, чатах та групах в месенджерах, а також відео- та аудіо- подкастах. Формат передбачає обговорення між двома і більше ведучими заздалегідь прочитаної книжки, в ході якого учасники діляться своїми враженнями, рефлексіями та інсайтами. Нерідко книжкові клуби присвячуються пам'яті авторів й у такому випадку ведучі також можуть підготувати коротку «доповідь» про життєвий шлях та творчість автора. У подкастах такого формату

слухачі також можуть брати опосередковану участь, долучаючись до обговорення в коментарях під публікацією. Книжкові клуби зазвичай є довгими подкастами й можуть тривати орієнтовно від 40 до 90+ хвилин. Книжкові клуби дають унікальну можливість перетворити читання книжки з «інтровертного процесу» на процес долучення до активної та зацікавленої спільноти з подальшим підтриманням зв'язків. Анастасія Євдокимова, культурна менеджерка та модераторка книжкового клубу від київської книгарні «Сенс» каже про це так: «Усі, хто зібралися за реальним чи уявним столом для обговорення, можуть балакати чи слухати, підтримувати чиюсь думку чи наводити свої контраргументи. Адже саме множинність думок і вражень дає можливість подивитися на прочитаний текст під іншим кутом. Для такого формату модератор/ка — важлива одиниця. Щоби скерувати потік ідей та вражень, зафіксувати, повертатися до теми, якщо відійшли занадто далеко чи линули вперед» [27]. Книжкові клуби не лише розвивають аналітичне мислення і допомагають знайти коло однодумців, а й створюють сприятливе середовище для читання, яке, з одного боку, спрощує підбір книги для прочитання, а з іншого — надає безліч переваг від якісно проведеного часу та формуванню читацької культури і звичок і аж до підтримки видавництва та авторів й авторок книг.

– *Інтерв'ю* є також доволі популярним форматом серед подкастів. У літературних подкастах це можуть бути інтерв'ю з авторами, критиками, видавцями, власниками та менеджерами книгарень, культурологами, літературознавцями, перекладачами, редакторами та багато ін. Це досить вільний формат, який дозволяє виходити за рамки конкретної теми, зачіпаючи також і сумісні для розширення контексту та створення більш об'ємного, наповненого змістом контенту. Інтерв'ю можуть бути як самостійним форматом подкасту, так і складовою частиною якогось іншого. Тривалість також варіюється в залежності від контексту, до прикладу короткий коментар автора/авторки під час книжкового клубу [47, 57:07] або окреме інтерв'ю з авторкою для подкасту, але також невелике за розміром [64].

– *Розмовні подкасти* є найпоширенішим видом не лише у літературній тематиці, а й загалом. В них зазвичай два або більше постійних ведучих обговорюють актуальні у своїй царині теми, новини тощо. В цьому форматі допускається як постійний склад ведучих, так і один-два ведучих у комбінації із новим запрошеним гостем для кожного з епізодів (цей варіант можна розглядати як такий, що межує з інтерв'ю).

– *Подкаст-монолог або наративний подкаст* має одного ведучого, що з епізоду в епізод говорить до слухачів. Такий формат підходить для початківців, оскільки є найменш ресурсозатратним, але також поширений і серед експертів в різних галузях, які в кожному епізоді одноосібно коментують різноманітні події та/або діляться власним досвідом і знаннями із слухачами. В літературному контексті такий формат підходить для авторів, критиків, видавців, літературознавців, а також читачів, які можуть перетворити такий подкаст на *особистий блог*, в якому, наприклад, робитимуть огляди, ділитимуться відгуками та враженнями від прочитаних книжок.

– *Новинні подкасти* – поширений вид подкастів, але «огляд новин» доволі часто стає лише однією з можливих складових епізоду книжкового подкасту, хоча більш-менш «чистим» прикладом цього жанру можна назвати «Книжковий пульс».

– *Сторітелінг-подкаст* є розповіддю автора конкретної історії, як написаної самостійно художньої праці, так і нон-фікшн або дослідження. Тут можна виділити наступні напрямки: історичний, художній, нон-фікшн, освітній, аналітичний, просвітницький, тематичні (присвячені події, постаті, літ. напрямку, книжковій серії т ін) тощо.

– *Питання-відповіді (Q&A)* скоріше епізодичний формат, але в теорії може мати регулярний характер комунікації творця подкасту та/або запрошеного гостя із аудиторією і полягає у наданні відповідей на запитання слухачів, які були отримані попередньо обраним шляхом. Може також набувати інтерактивного характеру, коли проводиться онлайн пряма трансляція, під час якої в коментарях

люди ставлять запитання й отримують відповіді, а по закінченню запис обробляють і перетворюють на епізод подкасту.

– *Театралізовані аудіо-вистави* – доволі рідкісний вид подкастів, який можна було б порівняти із багатоголосими аудіо-книгами, але такі подкасти мають серіальний характер. Сценарії, запис і монтаж таких подкастів проводяться таким чином, аби поділити зміст на певну кількість епізодів та адаптувати їх для дозованого прослуховування. Цей вид є досить специфічним і ресурсозатратним, оскільки потребує команди людей, що надали б свій голос персонажам, гарного технічного і програмного супроводу для створення якісного продукту.

На додачу до усіх вищенаведених категорій варто додати, що це лише приблизна спроба розподілу та узагальнення форматів і жанрів, що спитається на книжкову та біля літературну тематику. Формати контенту за змістом часто є нестійкими й в межах конкретного подкаст-проєкту, оскільки подкастинг сам по собі досить вільний медіаформат, який постійно трансформується. Кожен творець може внести щось нове й обрати комфортні для себе форматно-жанрові рамки, міксуючи в рамках одного проєкту, а то й епізоду, до прикладу, інтерв'ю, новини та сторітелінг.

Не кожному із вищезазначених жанрових форматів можна знайти «чистий» ілюстративний приклад в українському медіа-середовищі, оскільки у нашій країні подкастинг все ще на стадії активного розвитку. Але водночас це дає гарний простір для творчості початківцям, які лише планують почати свій шлях подкастерів. Натомість ми у наступному підрозділі розглянемо деякі із найбільш відомих українських книжкових/літературних подкастів та шоу й проаналізуємо їх діяльність.

1.3. Огляд українського ринку літературних подкастів

Ковтун Н. О. у своєму дослідженні зазначає: «Відомо, що перший літературний подкаст створено ще у 2008 р., однак завдяки глобальній мережі ці аудіозаписи доступні для прослуховування й зараз. Це був проєкт «кабі.net», ініціатором якого став А. Іздрік, а модератором ефіру – Ю. Кучерявий. Упродовж 2008–2014 рр. вийшло приблизно 200 випусків» [41].

З того часу на різних медійних каналах та платформах з'являлися літературні подкасти, зроблені українцями. Однак при відборі матеріалу для нашого огляду ми дотримувалися двох основних критеріїв:

1. Подкаст записано українською мовою (більш старі подкаст-проєкти іноді записувалися російською, такі до нашого переліку не увійшли);

2. Подкаст легко знайти при нульовому старті. Тобто при відборі ми користувалися підбірками з інтернету (Google-пошук, YouTube пошук), які видає найчастіше при запитах «українські літературні подкасти», «подкасти про книжки» тощо. Таким чином ми можемо виокремити найбільш популярні подкасти, адже зазвичай, якщо людина не занурена в тему, то їх притаманно користуватися результатами першого поверхневого пошуку результатів. Так ми можемо проаналізувати саме ті подкасти, до яких має доступ найширші кола потенційної аудиторії [33; 74; 66; 68; 72; 1].

«Вовчиці читають...» \ *«Книжковий клуб вовчиць»* – книжковий клуб, що проходить щомісяця на YouTube каналі «Палає», трансляція першого випуску відбулася 3 лип. 2022 року й була присвячена книзі «Кімната» ірландсько-канадської Емми Доног'ю. Авторками шоу є журналістки Емма Антонюк та Яна Брензей. І хоча «Клуб Вовчиць» не є подкастом за визначенням, він є важливим та популярним медіапроєктом на літературну тематику в українському просторі, оскільки тисячі людей доєднуються до прямих трансляцій та беруть участь в онлайн обговореннях клубу. До того ж його можна умовно класифікувати як інтерактивний відео-подкаст у формі прямого етеру, а записи зустрічей залишаються доступні на каналі для прослуховування у будь-який час. Предметом обговорення клубу стають найрізноманітніші книжки, як художня література, так і нон-фікшн. Під час обговорень ведучі допомагають глядачам та

іншим учасникам_цям по-іншому поглянути на книжку й побачити те, що, можливо, не було помічене під час прочитання.

«Запах слова» – ще один доволі новий подкаст в українському інтернет-просторі, присвячений літературі. Його ведучими стали стендап-комік Сергій Чирков та літературний критик і літературознавець Євген Стасіневич. Подкаст почав виходити у жовтні 2023 року і темою першого випуску стала шкільна програма з української літератури та «що з нею не так?». В рамках епізоду автори обговорили побудову шкільної програми з літератури, власний досвід та сучасні реалії, поділилися особистим ставленням, а також багато говорили та аналізували твори, що запропоновані програмою й варіації її зміни. Подкаст отримує позитивні оцінки та схвальні відгуки від слухачів. Випуски виходять двічі на місяць і мають різне тематичне спрямування: за жанрами, присвячені конкретним авторам/авторкам, за тематичним спрямуванням тощо. Подкаст можна знайти на таких платформах як YouTube, Spotify, Apple Podcasts та Google Podcast. Також 6 лютого 2024 року в Києві у «Підвалі культури» пройшов перший захід «Запах слова» наживо. Запис події не вівся, тому вона є унікальною, а темою стала «Еротика в літературі».

«Сковорода: тут і зараз» – подкаст від онлайн-медіа «Свідомі», ведучим є Станіслав Тарасенко, критик у медіа «Свідомі» та арт-менеджер у «Планеті Кіно». Станіслав вже багато років читає та вивчає тексти Григорія Сковороди, для нього вони слугують натхненням, тому автор зацікавлений у тому аби ділитися задоволенням від них з аудиторією [61]. Перший епізод вийшов на подкаст-платформах 3 жовтня 2023 року, а загалом заплановано 20 серій, тривалість яких варіюється від 15 до 60+ хвилин й має наративний формат. В епізодах подкасту ведучий розбирає постать Сковороди з різних точок зору, усіляко заохочує слухачів не боятися починати знайомство з доробком українського філософа та розбирає його трактати й інші твори. За словами Станіслава Тарасенка він не береться осучаснювати чи науково досліджувати Сковороду, натомість хоче дати йому слово та вступити з філософом в «діалог». «...Тарасенко хоче розповісти про письменника словами з його текстів, наводячи

якомога більше прикладів і порівнянь з іншими містиками, письменниками, поетами та режисерами, «щоб зацікавити охочих у сквородинівській мудрості та веселошах» [61]. Подкаст має доволі високі оцінки на подкаст-платформах, а також схвальні відгуки та коментарі, однак і не позбавлений критики через підхід автора до викладання матеріалу та звернення до слухачів. Варто додати також те, що тема подкасту є доволі актуальною, бо через відновлення інтересу українців до своїх культурно-історичних діячів (та бажання росіян знищити пам'ятки, присвячені філософу, як от музей Сквороди на Харківщині, що згорів в травні 2022 року через влучання російської ракети [25]), постать Сквороди досі лишається значною мірою заміфологізованою та незрозумілою широкій аудиторії. Натомість подкаст «Скворода: тут і зараз» здатен змінити цю ситуацію й пролити більше світла на життя та творчість Григорія Сквороди.

«*Ранкова доза*» – подкаст, заснований «Українською правдою» та Українським інститутом книги, що виходили у 2019-2020 роках, а також кілька епізодів вийшло у квітні-січні 2023 року. Концепт подкасту одночасно доволі простий і привабливий, щоранку о 8:00 на стрімінгових платформах виходив новий епізод, в якому ведучий Роман Романюк зачитував уривок або повністю текст твору, що був рекомендований спеціальним гостем/гостею. «У першому випуску прозвучав уривок роману американського письменника Роберта Воррена «Все королівське військо» – за порадою музиканта і політика Святослава Вакарчука [36].» За словами керівниці відділу промоції читання Інституту книги Анастасії Євдокимової вони долучилися до проєкту, бо на той момент аудіокнижки та подкасти були світовим трендом [36]. І дійсно, проєкт є нічим іншим, як поєднанням аудіокнижки й подкасту. Саме це давало змогу слухачам ознайомитися з фрагментом тексту й зацікавитися для подальшого прочитання представленої книжки. Наразі в мережі на різних сайтах можна знайти різну кількість епізодів «Ранкової дози», найбільше зібрання – на сайті pv.ua [59] у рубриці подкасти, там представлено 96 епізодів, тривалість яких коливається від 18 до 45 хвилин. Подкаст має високі оцінки на стрімінгових

платформах Apple Podcasts та Spotify, а також позитивні відгуки в мережі, але у 2024 році нових епізодів не з'являлося.

«*Станція 451*» – літературний покаст створений «The Village Україна» та за підтримки фонду «Zagoriy Foundation». Ведучим є письменник, культуролог та куратор мистецьких проєктів Олександр Михед, редактором – письменник і журналіст Марк Лівін, а продюсером – саунд дизайнер та композитор Тарас Галаневич. Подкаст виходив у 2020-2021 роках і наразі має два сезони, кожен з яких складається з 10 випусків, тривалість яких варіюється від 30 до 90+ хвилин. А до другого сезону додано спецвипуск про сучасну українську літературу. «Перший сезон – про драматургів та письменників, які знімають кіно та про кінорежисерів, які пишуть книги. ... другий сезон присвячений українським класикам літератури: їх життю, творчості, спогадам, уривкам текстів [70]». Олександр Михед має свій унікальний стиль оповіді в цьому подкасті, чергуючи біографії письменників у своєму художньому викладі, уривки з творів та знання з власного досвіду він з епізоду в епізод захоплює увагу слухачів. Цікавою фішкою другого сезону подкасту «Станція 451» є те, що в епізодах Олександр Михед час від часу звертається із запитаннями до свого батька – Павла Михеда, українського науковця, літературознавця та доктора філологічних наук, тим самим вводячи в, здавалось би, монологічний подкаст, елементи діалогу. «Станція 451» має високі рейтинги й схвальні відгуки на стрімінгових сервісах, а скорочені версії епізодів можна додатково прочитати на сайті The Village Україна в розділі «подкасти».

«*Взяла і прочитала*» – подкаст, що є частиною незалежної спільноти українських подкастерів «Радіо Поділ». Ведуча – культурологиня Богдана Неборак каже в пілотному епізоді, що це подкаст про користь літератури, в якому вона намагатиметься показати слухачам, що «література це дуже добрий спосіб, щоб трошки краще зрозуміти світ, у якому ми живемо [48]». Література в цьому подкасті слугує призмою, через яку авторка розглядає неоднозначні, цікаві та дискусійні питання. «Теми для подкасту проходили два фільтри: кожна книжка, що потрапила до кола обговорюваних, повинна бути ілюстрацією актуального

суспільно-політичного конфлікту та не повинна бути "літературою задля літератури" [37]». Наразі подкаст-проект має два сезони по сім епізодів кожен, а тривалість випусків варіюється від 15 до 30 хвилин (виключенням є бонусні сьомі випуски в кожному сезоні, що мають тривалість 37 та 80 хвилин).

«*Kult:Podcast*» – авторський подкаст від літературознавиці Тетяни Огаркової та філософа Володимира Єрмоленка, що викладають у Києво-Могилянській академії. Це великий подкаст, темами якого, на відміну від інших наведених, є не лише література, а також мистецтво, історія, філософія, культура та політика. Подкаст поділений на цикли, серед яких: «Близькі. Українська культура сьогодні» (виходить спільно з Українським PEN), «Українська культура», «Український культ», «Мислити в темні часи», «5 розмов про філософію», «Культові автори», «Культові епохи» та «Культові явища». Подкаст почав виходити у 2019 році й станом на березень 2024 року сумарно нараховує приблизно 130 епізодів, тривалість яких варіюється від 25 до 75 хвилин. Протягом років існування, подкаст трансформувався й здобував прихильність слухачів, збираючи нові візії та гостей для обговорення, а з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну у 2022 році, теми обговорень нерідко розглядаються через призму війни.

«*Слова невинні*» – подкаст від Radio SKOVORODA, ведучою якого є Вікторія Лавриненко. Це розмови з представниками й представницями сучасної української літератури, записані в різних містах та закладах за келихом вина. Ведуча з гостями обговорює їх спогади про життя, творчість, погляди на літературу та смаки вина. Такий формат сприяє більш глибокому та відкритому знайомству слухачів із письменниками та письменницями. Подкаст виходив з липня по жовтень 2020 року й має 12 епізодів, тривалість яких варіюється від 40 до 75 хвилин.

«*Лабораторія нонфікшн*» – «перший український подкаст про якісний нонфікшн. В першому сезоні Олександр Панасюк, а в другому і третьому — Валерій Калниш разом з гостем обговорюють одну із книг видавництва «Лабораторія» та проблематику навколо теми та жанру [40]». Проект створений

власне видавництвом «Лабораторія» та за підтримки першої української аудіокнигарні «АБУК». Подкаст виходить з грудня 2020 року й наразі має три сезони - 26 серій у форматі інтерв'ю-розмови, тривалістю від 30 до 60 хвилин. Примітним для подкасту є те, що творці потурбувалися про доступність й саме тому подкаст розміщений на більшій кількості доволі популярних платформ ніж інші, серед них Apple Podcasts, Google Podcasts, YouTube, Spotify, Megogo та АБУК. Окрім того, випуски можна послухати й на сайті видавництва «Лабораторія», там само можна також прочитати текстові версії епізодів з додатковими ілюстративними матеріалами.

«Акустика тіней» – авторський проєкт Іванни Шкромиди про світову літературу. В подкасті авторка «детально розповідає про долю письменників, особливості їхньої творчості та збирає думки літературознавців, філологів, письменників і критиків воедино, щоб допомогти нам повністю поринути в світ літератури. ... Ведуча ділиться маловідомими історіями, аналізує найвідоміші твори кожного письменника, акцентуючи увагу на біографічних деталях [41]». Цей подкаст став одним із перших у літературній ніші, оскільки почав виходити ще у 2017 році, однак серії виходять доволі рідко. Станом на березень 2024 року, на різноманітних подкаст-платформах доступно 20 епізодів подкасту, тривалістю від 60 до 75 хвилин кожний. Проте, попри невелику кількість серій подкаст має схвальні відгуки в мережі й високі оцінки на подкаст-платформах.

«Наразі без назви» – подкаст від The Ukrainians, ведучими якого є журналістка й культурна менеджерка Богдана Неборак та менеджерка культурних проєктів й літературознавиця Анастасія Євдокимова. Подкаст почав виходити у квітні 2022 року, тобто вже після повномасштабного вторгнення росії в Україну й здобув значну популярність серед аудиторії та ставши подкастом про культуру за версією аудіопремії «Слушно» [32]. Наразі виходить вже другий сезон проєкту, який, на відміну від першого, має формат відеоподкасту. Перший сезон містить 20 випусків, плюс один бонусний з відповідями на запитання аудиторії (тривалість в середньому від 30 до 60 хвилин). Тематику були твори класичних й сучасних українських письменників та письменниць, а також різні

літературні, культурні та деколонізаційні питання й тези. У другому сезоні коло тем поширилося на кіно, театр та інші актуальні питання, що особливо важливі в контексті російсько-української війни. Анастасія Євдокимова каже про подкаст наступне: «Формат подкасту можна споживати по-різному: розтягувати прослуховування чи поринати з головою, слухати й конспектувати, слухати й бігти, залишатися наодинці в навушниках чи вмикати в компанії, поки ви робите механічну роботу. Головне для нас: зацікавити й спровокувати слухача на діалог; створити френдлі аудіопростір; зробити слухача частиною нашої аудіоспільноти [44]». Як зазначають ведучі, формат діалогу також було обрано не випадково, а тому, що він дає більший простір для досліджень й можливість продовження діалогу зі своєю аудиторією [44].

«Три сторінки на день» – подкаст у форматі особистого блогу, в якому Христина Дрогомирецька ділиться особистими враженнями про прочитані книжки, надає цікаві факти й іноді бере короткі інтерв'ю у авторів та авторок книжок. Подкаст виходить з грудня 2021 року й станом на початок травня 2024 року, подкаст має 42 епізоди, тривалість яких варіюється від 6 до 23 хвилин. Подкаст має не таку велику аудиторію у порівнянні з іншими згаданими в цьому огляді, але часто згадується у різних підбірках літературних подкастів і є гарним прикладом подкасту-блогу.

«Вісім» – детективний аудіосеріал за сценарієм української письменниці Ірени Карпи, що в дев'яти серіях (від 11 до 30 хвилин) має кілька сюжетних ліній із різними персонажами. Режисеркою стала Анастасія Гетьман, звукорежисерами – Василь Явтушенко і Ася Федоськіна, а свої голоси персонажам подарували близько двадцяти акторів та акторок [65]. «"Наш аудіосеріал "Вісім" для всіх тих, хто втомився читати очима та дивитися фільми. Ви можете його слухати в навушниках, лежачи десь на пляжі чи просто гуляючи містом", – розповідає Ірена [34]». Також, за словами Ірени Карпи, перед написанням сценарію для аудіосеріалу вона пройшла курс від британської викладачки з написання радіоп'єс [65].

«*Книжковий пульс*» – щотижневий подкаст про новини та новинки книговидання України. Подкаст можна сміливо назвати новинним, адже кожного тижня авторка робить огляд подій у книжковому середовищі країни, говорить про видавництва, книгарні, премії, авторів, фестивалі, ярмарки, анонси видань, навколкнижкові «скандали» та інше. Також кожен епізод на початку має рубрику «Акції», в якому ведуча розповідає про актуальні акційні пропозиції та знижки у різних книжкових магазинах та виданнях. Подкаст виходить щосуботи з березня 2023 року, а тривалість серій коливається від 5 до 18 хвилин.

«*Read and Drink Club*» – перший україномовний подкаст у форматі Read & Drink. Чотири авторки Таня Матвійок, Оксана Плетень, Іра Крот та Оксана Вовчук у кожному епізоді обговорюють обрану книгу та автора_ку за келихом тематично підбраного алкогольного напою. Навесні 2024 року виходить вже четвертий сезон подкасту, який охрестили «географічним», оскільки в ньому ведучі будуть читати та обговорювати книжки сучасних авторів та авторок із різноманітних країн світу. Перший сезон було присвячено класичній світовій літературі, другий – українській класиці, а третій – сучасним українським творам. Тривалість випусків варіюється від 50 до 95 хвилин. Ведучі тримають близький контакт з аудиторією, спілкуючись із слухачами у коментарях до випусків, соцмережах та чаті у Telegram. Серед соцмереж особливої уваги заслуговує Instagram сторінка проекту, де напередодні нового випуску публікується серія тематичних стильно оформлених постів та сториз, які слугують гарним інформаційно-підготовчим доповненням до самого подкасту.

«*Літературно (не) залежні*» – подкаст Надії Дризицької та Radio SKOVORODA, створений спільно з молодіжним медіа-проектом Terytoriya (й за участі інших дикторів). Подкаст виходив у серпні-жовтні 2021 року й був присвячений 30 річниці Незалежності України, а його темою стали 30 важливих українських книжок, написані у ці роки. Темами шести епізодів, тривалістю від 32 до 47 хвилин, стали «Визначні романи 90-х та початку 00-х», «...кінця 00-х та початку 10-х», «...середини 10-х до сьогодні», а також нон-фікшн, есеїстика та

коротка проза, а також молодих і майбутніх українських авторів [29]. Подкаст зібрав велику кількість прослуховувань та відгуків на різних платформах.

«Книгосховище» – подкаст від Суспільного та Олени Гусейнової, що раніше вела однойменну програму на «Радіо Культура» [35]. За словами ведучої проєкту, його мета – це, зокрема, й повернути собі й слухачам звичку читати й поговорити про те, які книги роблять нас сильнішими й про те, як загалом війна впливає на літературу [23]. Співрозмовниками стають експерти й експертки найрізноманітніших галузей, оскільки темами випусків стають не лише конкретні книжки, а й літературні явища, настрої, течії, географічні осередки, сезонні теми тощо. Тривалість епізодів знаходиться в межах від 10 до 50 хвилин, а сам подкаст має високі оцінки від слухачької аудиторії.

Здійснений аналіз сімнадцяти найбільш поширених серед рекомендацій літературних подкастів, дає нам змогу узагальнити й підсумувати основні риси цього напрямку. Зазвичай літературні подкасти записуються людьми, що вже мають репутацію й значний досвід у культурній та навкололітературній сфері, це можуть бути автори книжок, активісти, журналісти, культурологи, літературознавці, блогери, видавці тощо. Ці подкасти зачіпають найрізноманітнішу тематику й питання і в літературній сфері, тому виокремити домінантну тему доволі складно. Натомість найпоширенішою тривалістю є формат від 30 до 60+ хвилин, що, за наведеною у попередньому підрозділі класифікацією, відповідає класичному/стандартному подкасту. Водночас більшість з наведених проєктів є саме аудіоподкастами, хоча деякі мають візуальний супровід на платформі YouTube. А найпопулярнішими жанровими форматами серед проаналізованих проєктів є інтерв'ю та розмовні подкасти.

Звісно, ми розглянули далеко не всі українські літературні подкасти, тут можна було згадати й інші, наприклад, тематичний подкаст «Поттеролови» за світом серії книг «Гаррі Поттер»; «Пошткаст імені Лесі Українки», у якому ведучі читають листи української авторки й через них аналізують її життя; «А книга краще», де розмовляють про найбільш гучні екранізації книжок; «Кохання з другого погляду», в якому письменник Мирослав Лаюк допомагає слухачам

поглянути по-новому на класичну літературу; «Відкрита видавчиня» - подкаст від видавництва «Відкриття», в якому «Ведучий Богдан Якуба разом з Наталею Васильєвою, головною редакторкою і засновницею видавництва "Відкриття", говорять про саме видавництво, його книжки і події навколо них [31]» та багато інших. Однак ми обрали лише найпопулярніші й такі, що регулярно рекомендуються при пошуку літературних подкастів в інтернеті.

Та попри те, що ринок українських літературних подкастів здається доволі широким, великий відсоток це вже завершені проекти, що виходили рік, або більше тому й мали 1-2 сезони. Але життя не стоїть на місці, в літературній та книжковій сфері регулярно з'являються оновлення, що потребують того, аби про них говорили, тож виробництво нових подкастів завжди є актуальним. Тож у результаті, на основі власного аналізу, ми маємо важливі дані, що особливо стануть у пригоді при розробці та виробництві власного подкаст-продукту.

Висновки розділу 1

Підсумовуючи, у цьому розділі ми ознайомилися з теоретичним базисом, що необхідний для розуміння специфіки літературних подкастів як явища, його місця в інформаційному просторі й впливу на суспільство у контексті популяризації літератури й впливу на розвиток читацької культури. На основі відкритих даних та соціологічних досліджень ми проаналізували ситуацію щодо популярності читання в Україні й похідні проблеми. Таким чином нам вдалося виявити, що читання досі потребує популяризації, яка може здійснюватися, серед іншого, й за допомогою літературних подкастів, оскільки вони мають широкий спектр переваг, які вирізняють їх серед інших медійних форматів. Серед названих це вільний формат, сприяння глибшому розумінню книжок, авторський підхід та різноманіття жанрів, подкасти як платформа для виведення у публічний простір власного голосу та думки, безплатність, зручність, формування спільноти та інше. Зокрема, не маловажливим моментом стала актуальність літературних подкастів під час російсько-української війни через мовний аспект та потребу повертати населення до старих «довоєнних» звичок читання й проведення дозвілля, що сприяє покращенню ментального стану й спробі відновлення контролю над власним життям.

У другому підрозділі ми зосередили увагу на класифікації подкастів, і хоча ця тема не нова, в нашому дослідженні йдеться саме про літературні подкасти, тож і класифікація розглядалася з урахуванням цього тематичного спрямування. Обґрунтовуючись на працях інших дослідників, ми виокремили й надали роз'яснення для класифікацій літературних подкастів за файловим форматом, тривалістю й жанровим форматом контенту за вмістом.

Класифікація стала нам у пригоді й у третьому підрозділі, де було здійснено аналіз українського ринку літературних подкастів, в межах якого ми проаналізували 17 подкаст-проектів, що є найпопулярнішими та найбільш часто рекомендованими при пошуку літературних подкастів «з нуля» в інтернеті. В межах цього огляду нам вдалося виявити основні тенденції та напрямки розвитку

вітчизняного подкастингу у сфері літератури. Огляд показав, що найпопулярнішим жанровим форматом є інтерв'ю та розмовні подкасти, середня тривалість зазвичай складає від 30 до 60 хвилин, а ведучими подкастів стають люди соціокультурної сфери, тобто автори книжок, активісти, журналісти, культурологи, літературознавці, блогери, видавці тощо. Водночас не вдалося визначити домінують тему, оскільки наведені подкасти зачіпають та розглядають найрізноманітніші аспекти літературної сфери.

На основі здобутих даних можна сказати, що подкасти стають все більш впливовим засобом популяризації літератури. Відомості, викладені в даному розділі стануть необхідним інформаційно-теоретичним підґрунтям, що необхідне для розробки власного подкаст-проєкту, створення якого буде описане в наступному розділі.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ ПОДКАСТІВ. РОЗРОБКА ТА СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО ПОДКАСТ-ПРОЄКТУ

2.1. Розробка та опис проєкту

Отож, як ми встигли з'ясувати у попередньому розділі, літературні подкасти мають достатню кількість переваг й здатні чинити значний вплив на читацьку культуру, звички й загалом на популяризацію читання як такого. А це, своєю чергою, є актуальним, оскільки читання досі потребує стабільної популяризації. До того ж, ще одним аргументом на користь актуальності створення нових літературних подкастів є те, що «асортимент» має оновлюватися. Оскільки, як ми вже зазначили раніше, багато подкаст-проєктів існують обмежений проміжок часу, що зазвичай складає 1-2 сезони. Літературний процес не обмежений у часі й не зупиняється, саме тому нові літературні проєкти, в тому числі й подкасти, мають так само регулярно з'являтися в медійному просторі.

Ґрунтуючись на усіх цих аспектах, було вирішено створити власний подкаст-проєкт на літературну тематику. Тож у цьому розділі буде детально описано процес розробки та реалізації такого проєкту.

Ідея. Створення сольного літературного-подкаст проєкту у форматі book-blog, для закриття суспільного запиту/потреби в проєктах, що популяризують читання, літературу й дають можливість ведучим ділитися власним читацьким досвідом із аудиторією.

Тема. Літературний подкаст буде присвячено сучасній українській літературі, досвіду її прочитання та враження авторки проєкту.

Метою проєкту є популяризація читання та книжок сучасних українських авторів й авторок, як більш, так і менш відомих.

Завдання проєкту:

- Популяризувати сучасну українську літературу;
- Популяризувати читання на прикладі власного досвіду;
- Підвищити обізнаність слухачів про сучасну українську літературу й показати її різноманіття;
- Заохотити слухачів та слухачок до ознайомлення з обговорюваними книжками;
- Підтримувати та просувати творчість сучасних українських авторів та авторок;
- Ділитися власними враженнями від прочитаних книжок, надаючи відкриту та чесну суб’єктивну оцінку;
- Створювати розважальний контент для широкої слухацької аудиторії.

Концепція

Подкаст у форматі особистого книжкового блогу, в якому авторка буде ділитися враженнями від прочитаних книжок, надавати потрібний бекграунд, розповідати слухач(к)ам цікаві факти щодо обраної книжки та її автора/авторки, порівнювати свій досвід із відгуками інших, а також іноді обговорювати книжки із запрошеними гостями. Також час від часу будуть виходити випуски, присвячені огляду окремого автора/авторки та усієї або більшої частини їх творчості. Проєкт матиме формат аудіоподкасту, а за тривалістю його можна буде класифікувати як мініподкаст (10-25 хвилин). Якщо охарактеризувати жанровий формат майбутнього подкасту за вмістом, то він підпадатиме під критерії подкаст-монологу або, як його ще називають, наративного подкасту.

Актуальність

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну багато людей стали на шлях українізації. Ми відкриваємо для себе українські бренди, блогерів, музичних виконавців, кінематограф, книжки та багато чого іншого. Однак пошук інформації про сучасну українську літературу вимагає більш ґрунтовного підходу для звичайних людей, адже максимум, що можна знайти в інтернеті за кілька хвилин пошуку – це лише підбірки «найкращих українських авторів», де

інформація часто дублюється і представлена дуже однобічно. Тож нашим завданням буде показати, що сучасна література це не лише Жадан, Андрухович та Забужко, а й багато інших авторів та авторок, що працюють у найрізноманітніших жанрах та тематиках. Крім того, нашою метою є відповідь на запит суспільства у царині літературних подкастів, оскільки старі проєкти закриваються, а їм на зміну повинні приходити нові, ті, які будуть висвітлювати новинки та події літературно світу оперативно до їх надходження.

Фінансування

Оскільки першопочатково проєкт планується як некомерційний, то фінансування планується здійснювати особисто авторкою. В майбутньому, за умови продовження існування проєкту та його успіху можливий перехід у комерційну площину та залучення сторонніх джерел фінансування.

Вибір назви

Оскільки тема подкасту це книжки та література, а якщо говорити конкретніше – сучасна література, то, відповідно, назва має це відображати. Серед варіантів «Без меж», «Літмозаїка», «Слово за слово», «Вітер змін», «Відновлені: нова українська література», «Книжковий мангетизм» та «Ліки від нечитуна» було обрано назву *«Сторінки сучасності: література без цензури»*.

Конкуренти, аналоги та наша унікальність

Як ми вже встигли з'ясувати раніше (див. підрозділ 1.3.), в українському інтернет-просторі існує доволі значна кількість літературних подкастів, присвячених різним аспектам довкола книжкового середовища та літературного дискурсу, записаних представниками та представницями різних професій. Тож вигадати й створити щось цілком нове доволі складно. Проте, оскільки наш проєкт не є комерційним і не націлений на здобуття великої популярності, а радше є кастомним середовищем для самовираження авторки й пошуку однодумців, цілком виправдано використовувати вже існуючі формати, адаптовуючи їх для власних потреб. Водночас створення нового літературного подкасту можна обґрунтувати наступним:

- Створення більшого асортименту на ринку літературних подкастів;

– Більш комфортна й проста атмосфера, не обтяжена літературознавчим аналізом, а побудована на суб'єктивному досвіді авторки;

– Оперативний огляд книжкових новинок.

SWOT-аналіз

«SWOT — це ефективний інструмент бізнес-планування, який використовується в бізнесі для формування стратегій. Цей інструмент допомагає проаналізувати внутрішні фактори (сильні та слабкі сторони), які впливають, і зовнішні фактори (можливості та загрози), які можуть мати вплив на організацію [73].»

Сильні сторони (Strengths):

– Створення літературного подкасту у форматі книжкового блогу є оптимальним підходом у даному випадку. Це приверне увагу аудиторії, особливо тих, хто зацікавлений у сучасній українській літературі.

– Проєкт спрямований на популяризацію читання та сучасної української літератури, що відповідає суспільним запитам та підвищує культурний рівень аудиторії.

– Формат особистого книжкового блогу дозволяє авторці ділитися своїм власним читацьким досвідом, що зближує з аудиторією та створює унікальний емоційний зв'язок.

– У контексті українізації та підвищення інтересу до української культури та мистецтва, проєкт приходить суспільству на допомогу, надаючи доступну та цікаву інформацію про сучасну українську літературу.

– Проєкт спрямований на підвищення обізнаності читачів щодо української літератури та її різноманітності.

– Існує можливість розширення аудиторії та залучення гостей для обговорення книг.

– Подкаст може привернути увагу як любителів літератури, так і тих, хто тільки починає відкривати для себе цю сферу.

– Гнучкість та варіативність підходів

- Вже наявний досвід авторки в написанні книжкових рецензій для особистого блогу в Instagram.

- Досвід авторки в читанні сучасної української літератури, що дає змогу для більш широкого аналізу нових книжок та порівнянь з іншими роботами.

Слабкі сторони (Weaknesses):

- Оскільки проєкт планується як некомерційний і фінансується особисто авторкою, це дещо обмежує можливості для масштабування та розвитку.

- Подкаст може зазнати у залученні аудиторії, оскільки він ще не має відомого ім'я та аудиторії.

- Невеликий досвід авторки у створенні подкастів.

- Відсутність досвіду авторки у промоції подібних проєктів.

- Складнощі з просуванням та напрацюванням аудиторії на початкових стадіях існування проєкту.

- Створення контенту для подкасту може вимагати значних часових затрат.

Можливості (Opportunities):

- Залучення нових слухачів шляхом позитивних відгуків, співпраці з іншими культурними проєктами та активної промоції у соцмережах.

- Співпраця з літературними організаціями, книгарнями або літературними блогерами в майбутньому може розширити обсяг аудиторії та залучити нові ресурси для проєкту.

- У майбутньому, проєкт має шанс стати прибутковим, за умови набору аудиторії та розвитку бренду.

- Створення спільноти слухачів, які обговорюватимуть книги та рекомендуватимуть нові твори.

- Подкаст може стати платформою для реклами нових книг у випадку співпраці з видавництвами/автор(к)ами, що забезпечить додаткові джерела доходу.

Загрози (Threats):

- На ринку існує багато інших літературних подкастів, які конкуруватимуть за увагу аудиторії.
- Проблеми з технічним забезпеченням, такі як низька якість звуку або проблеми зі з'єднанням (та інші ризики в умовах повномасштабної російсько-української війни), здатні вплинути на якість та репутацію проєкту.
- Потреби аудиторії можуть змінюватися з часом, що може вплинути на популярність подкасту.
- Якщо аудиторія не виявить достатнього інтересу до української літератури чи формату подкасту, це може призвести до низької популярності та обмеженого впливу.

SMART-аналіз

Конкретність (Specific):

Створити літературний подкаст-проєкт у рамках виконання дипломної роботи для здобуття ступеня бакалавра.

Вимірюваність (Measurable):

Створити 2-3 якісних епізоди подкасту, набрати початкову кількість прослуховувань (від 20 до 50) та отримати високу оцінку перевіркою комісії.

Досяжність (Achievable):

Створити подкаст-проєкт до визначеного терміну (середина травня 2024 року).

Реалістичність/актуальність (Relevant):

За наявних ресурсів та можливостей, виконання проєкту реальне й досяжне.

Терміни (Time-bound):

Виконати проєкт до середини травня 2024 року.

Аналіз стейкхолдерів

Стейкхолдери – це сторони, що зацікавлені в існуванні компанії/проєкту й здатні впливати на них або зазнавати впливу від них. Основними стейкхолдерами

зазвичай вважаються власники/розробники, інвестори, працівники, клієнти та постачальники (рис. 2.1).



Рис. 2.1 Матриця стейкхолдерів

Попри те, що наш проєкт невеликий і поки що некомерційний, аналіз є важливим етапом у розробці та плануванні проєкту, оскільки він дозволяє проаналізувати ситуацію з різних точок зору і знайти нові напрямки, на які потрібно звернути увагу та доопрацювати (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Стратегія роботи зі стейкхолдерами

Стейкхолдер	Інтереси	Вплив	Стратегія роботи
Авторка подкасту	Успіх та популярність проєкту, можливість ділитися своїм досвідом та інтересами в області літератури.	Великий	Регулярний зв'язок з аудиторією для збору фідбеку та ідей для нових випусків. Створення привабливого та цікавого контенту для задоволення потреб та інтересів аудиторії.
Аудиторія/слухачі	Якісний та цікавий контент про сучасну	Середній	Активне використання соціальних мереж для спілкування з

	українську літературу, інформування про новинки, підвищення інтересу до читання.		аудиторією та отримання фідбеку. Впровадження можливості надсилання запитань та пропозицій. Заклики до поширення та підтримки проєкту в соцмережах. Згодом можливе додання функції спонсорювання, що даватиме доступ до ексклюзивного контенту.
Автор(к)и книжок	Популяризація їхньої творчості, підтримка нових книжок, збільшення читацької аудиторії	Середній	Запрошення в якості гостей проєкту, підтримка та комунікація в соціальних мережах.
Літературні організації	Підтримка та популяризація читацької культури у суспільстві, співпраця для розширення аудиторії.	Середній	Пошук можливостей для співпраці, створення спільних проєктів та обміну аудиторією. Залучення до участі в подкасті в якості гостей чи експертів.
Книгарні/видавництва	Залучення нових клієнтів для збільшення продажів, просування книг українських авторів та авторок.	Низький	Пошук можливостей для співпраці (наприклад отримання книжок від книгарні/видавництва для створення рецензій), створення спільних проєктів та обміну аудиторією. Залучення до участі в подкасті в якості гостей чи експертів.
Інші літературні блогер(к)и та медіа	Співпраця, обмін аудиторією.	Низький	Обмін рекламою та колаборація/запрошення для епізодичної участі у проєктах. Спільне створення контенту та організація спеціальних проєктів/заходів для аудиторії.

			Взаємодія у спільних кампаніях для залучення нових слухачів.
Інші потенційні рекламодавці	Можливість рекламувати свої продукти серед аудиторії проекту.	Низький	Розробка привабливих пропозицій для спонсорів та рекламодавців. Пошук можливостей для реклами і спонсорства в мажах подкаст-проекту.

2.2. Процес створення подкаст-проекту

Створення власного проекту – складний і багаторівневий процес, що потребує багато попереднього аналізу, розробки та планування. Це вимагає розгляду подкасту як складного медійного продукту, що передбачає глибоке розуміння різноманітних аспектів, зокрема вибір тематики, формату, технічних аспектів запису та монтажу, а також питань розповсюдження та просування контенту.

Дмитровський О. у своїй праці, присвяченій основним аспектам створення подкаст програм та блогів, виокремлює наступні етапи:

- 1) вибір теми подкасту;
- 2) написання шоунотів (переліку тез, на які варто орієнтуватися при записі);
- 3) запис подкасту;
- 4) монтування подкасту;
- 5) публікування подкасту на власному сайті чи на спеціальному сервері [58].

Грунтуючись на цьому переліку, та раніше згаданих особливостях створення подкастів, прийнято рішення створити власний план розробки-створення подкаст проекту, що передбачатиме елементи, необхідні для створення конкретно нашого подкасту «Сторінки сучасності» (рис. 2.2).



Рис. 2.2 План розробки подкаст-проекту

Згідно з наведеною таблицею, етап «Ідейної розробки» вже було пройдено в минулому підрозділі. Наразі наступним етапом є робота над візуальним оформленням подкасту. Проект «Сторінки сучасності» обрано робити у форматі аудіо-подкасту, тобто багато візуального супроводу (відео та/або анімації) не потрібно. Однак все ще залишається необхідним створення логотипу та загального візуалу, що зробить проект впізнаваним та брендованим. До таких візуальних складових у нашому випадку належатиме логотип, кольорова гама, шрифти та допоміжні візуальні елементи, що можуть стати у нагоді для поширення інформації про проект, наприклад, у соцмережах.

Логотип – це символ, «що представляє конкретний суб’єкт чи об’єкт (територіальне утворення, підприємство, компанію, організацію, заклад, подію, акцію, приватну особу, продукт) і використовується ними для впізнаваності у соціумі [42]».

Якщо дуже спростувати широку класифікацію логотипів, то умовно їх можна поділити на:

- Графічні;
- Текстові (словесні / цифрові/ лінгвістичні);
- Комбіновані.

Проаналізувавши переваги та недоліки наведених типів логотипів, було вирішено працювати над створенням комбінованого логотипа. Оскільки суто графічні не завжди просто сприймати та розшифровувати й існує ризик виникнення хибних інтерпретацій. В той час як суто текстові логотипи мають не таку високу візуальну запам'ятовуваність і в більшості випадків потребують розробки унікального шрифту.

Для створення візуальної частини комбінованого логотипа, необхідно підібрати предмет (явище, текстуру, людини тощо), що буде передавати тематику подкасту. Задля цього зазвичай створюються мапи асоціацій (мапи думок), на яких збирається якомога більше ідей, після чого обираються найбільш вдалі (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Мапа асоціацій для створення логотипу

Як зазначено на рисунку 2.3, основними словами було обрано «закладинка» та «стопка книг», отже на основі цих асоціативних елементів було створено комбінований логотип для подкаст проекту, який є досить лаконічним, але інформативним, та може використовуватися у двох варіантах: горизонтальному (основний) та вертикальному (додатковий) (рис. 2.4).



Рис. 2.4 Логотип проекту. Горизонтальний та вертикальний варіанти

У логотипі використано три основні кольори: чорний (#000000), білий (#FFFFFF) та сірий (#AFAFAE). Для назви використано шрифт «Body Grotesque Fit», а для слогана нижче «Duru sans».

Загальна колірна палітра обкладинок матиме вже згадані в логотипі кольори, а також синій (#567394), блакитний (#B9D5F1) та жовтий (#FFDF61). Ці кольори відсилають до кольорів українського прапора, що є нагадуванням того, що в подкасті йтиметься про сучасну українську літературу, але не повністю копіюють його (рис 2.5 та рис. 2.6).

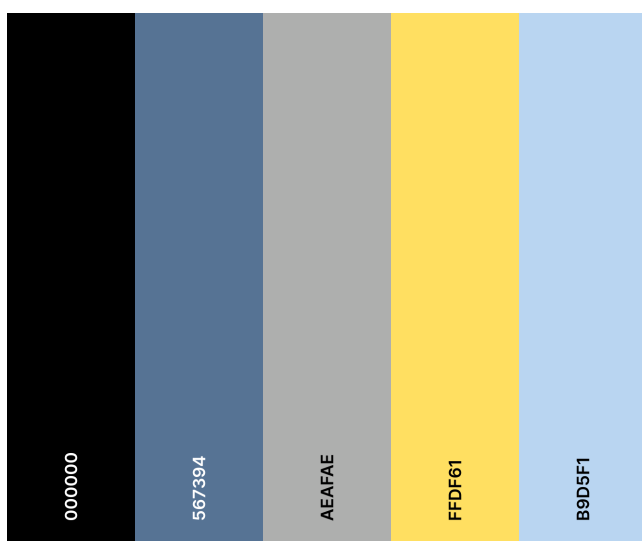


Рис. 2.5 Коліркова палітра проекту



Рис. 2.6 Дизайн обкладинки

Для створення обкладинки використано базові програми та сервіси, такі як Canva та Adobe Photoshop. Це водночас прості, але дієві інструменти для створення візуалу, що можуть використовуватися як початківцями, так і професіоналами своєї справи.

Коли процес створення візуальних складових бренду подкасту завершено, час приступати до безпосереднього створення подкаст-продукту, який ми розберемо на прикладі двох перших епізодів подкасту «Сторінки сучасності». Як вже було зазначено раніше, епізоди подкасту будуть поділятися на дві рубрики:

1. Короткі відгуки прочитаного за тиждень. Відповідно, такі епізоди будуть виходити раз на тиждень;
2. Розширені огляди всієї / більшої частини творчого доробку конкретного автора або авторки.

З цього виходить, що і процес підготовки та написання сценарію до кожного із таких епізодів, буде дещо відрізнятися.

Отже, для написання сценарію для першого типу епізодів, необхідні, перш за все відгуки ведучої на прочитані за тиждень книги, це, зазвичай, 1-2 середньостатистичні книжки. Також це передбачає вивчення деяких інтерв'ю автора/авторки, соцмереж тощо, аби знайти та підготувати цікаві моменти та\або факти про книжку, які слухачі могли не знати.

Підготовка сценарію для другого типу епізодів, загалом схожа на першу, але займає набагато більше часу та ресурсів. До етапів можна включити:

- Вибір письменника \ письменниці, яким буде присвячено випуск. тут можна спиратися на підвищення загальної зацікавленості до особи в певний період (наприклад, анонс нової книжки, події тощо) або, навпаки, можна обрати таку особистість з сучасної української літератури, про яку говорять не так часто. Другий варіант має більші ризики отримати менше прослуховувань, однак він відповідає місії розширення читацького кругозору слухачтва;
- Вивчення біографії письменника \ письменниці та написання скороченого варіанту, для подання аудиторії;

- Вивчення бібліографії й вибір з неї більшої частини книжок, які будуть розглянуті в подкасті (або також можна зробити огляд усього творчого доробку у випадку невеликої кількості найменувань у такому або високої зацікавленості);
- Пошук самих книжок – придбання нових примірників (фізичних або електронних), пошук на барахолках, у бібліотеках;
- Прочитання самих книжок, на цьому етапі важливо записувати свої думки в процесі прочитання, виділення особливих моментів тощо. Це допоможе в написанні хорошого, розлогого відгуку та підборі цитат для демонстрації;
- Безпосереднє написання відгуків на книжки. Тут важливо зберігати чесність із собою та своєю аудиторією щодо особистих вражень щодо книжки, адже саме в цьому й полягає сенс ведення персонального блогу;
- Вивчення інтерв'ю та соцмереж автора \ авторки, задля збору цікавої додаткової інформації;
- Компонування усіх зібраних та створених матеріалів у повноцінний сценарій для епізоду з подальшою вичиткою та редагуванням.

Для першого епізоду було обрано формат «тижневої» рубрики. Темами цього епізоду мають стати книжки «Сьомга» Софії Андрухович та «Лімб. Місце загублених душ» Кирила Половінко. Для другого епізоду обрано формат «огляду творчості автора». Головною фігурою цієї серії подкасту став Артем Чех та його книжки «Точка нуль», «Район Д», «Хто ти такий?», «Цього ви не знайдете в Яндексі», «Пластик», «Дос1», «Рожеві сиропи» та «На великій землі». Ці твори складають 50% бібліографії автора, якщо орієнтуватися на дані з сайту Українського PEN [69], однак варто зазначити, що в списку на сайті також є книжки, написані в співавторстві, тому, якщо брати лише одноосібно написані автором книжки, то обраний нами перелік охоплює більшу їх частину.

Після написання сценарію та його вичитки необхідно здійснити підбір апаратури для запису. Як правило це робиться лише один раз, перед записом першого епізоду й так само використовується при наступних записах. Однак це,

звісно, не єдиний варіант. Оскільки подкастмейкери можуть експериментувати з обладнанням та удосконалювати якість звуку з кожним новим епізодом.

У нашому випадку було обрано найпростіший варіант для запису: запис на диктофон телефона із використанням додаткового мікрофона-петлички Borofone BFK11. Це найдешевший та найзручніший у цьому випадку спосіб, оскільки проєкт не передбачає великих капіталовкладень на початкових стадіях існування, але такий технічний інструментарій дозволяє досягти непоганої якості звуку, яку також можна буде покращити під час монтажу.

Для самого запису необхідно знайти зручне місце з мінімальною кількістю сторонніх звуків, що дозволить зробити аудіозапис достатньо чистим. Однак, на етапі монтажу все одно з великою вірогідністю доведеться вирізати мінімальні сторонні звуки. Більш великим і кропітким етапом є очищення запису від дублів, оговірок, голосних «вдихів» перед початком фраз і так далі. Також різноманітні програми для монтажу аудіо дозволяють покращити звучання голосу на записі, що є значним плюсом для майбутнього готового продукту.

Ще одним із етапів є підбір або створення джінгла та фонові музики для подкасту. Звісно, ідеальним варіантом є написання музичного супроводу особисто чи на замовлення. Це додає ваги проєкту, а також виділяє його на фоні інших. Однак, для авторів-початківців це доволі складна задача, адже не всі вміють писати музику чи мають фінансові ресурси для замовлення таких послуг. Тут на допомогу приходять сервіси та джерела музики без авторських прав. Найпростішим і найпопулярнішим із них є, мабуть, Фонотека YouTube, де можна знайти підходящу музику за настроєм, тривалістю та жанром. Саме цей інструмент, серед інших, і було використано при створенні подкасту «Сторінки сучасності». Для створення унікального джінгла використовувалася платформа Stable Audio, де користувачі можуть за допомогою штучного інтелекту згенерувати короткі відривки музичних творів, надавши алгоритмам текстову підказку, де можна вказати настрій, жанр і атмосферу для бажаного аудіо.

Для монтування нашого проєкту було використано програму Adobe Audition, яка є однією з найпопулярніших серед аналогів та використовується

навіть професіоналами. Саме в ній було виконано усі вищезгадані процеси, що й дозволило створити два перших, демонстраційних епізоди подкаст-проєкту «Сторінки сучасності» (рис. 2.7).

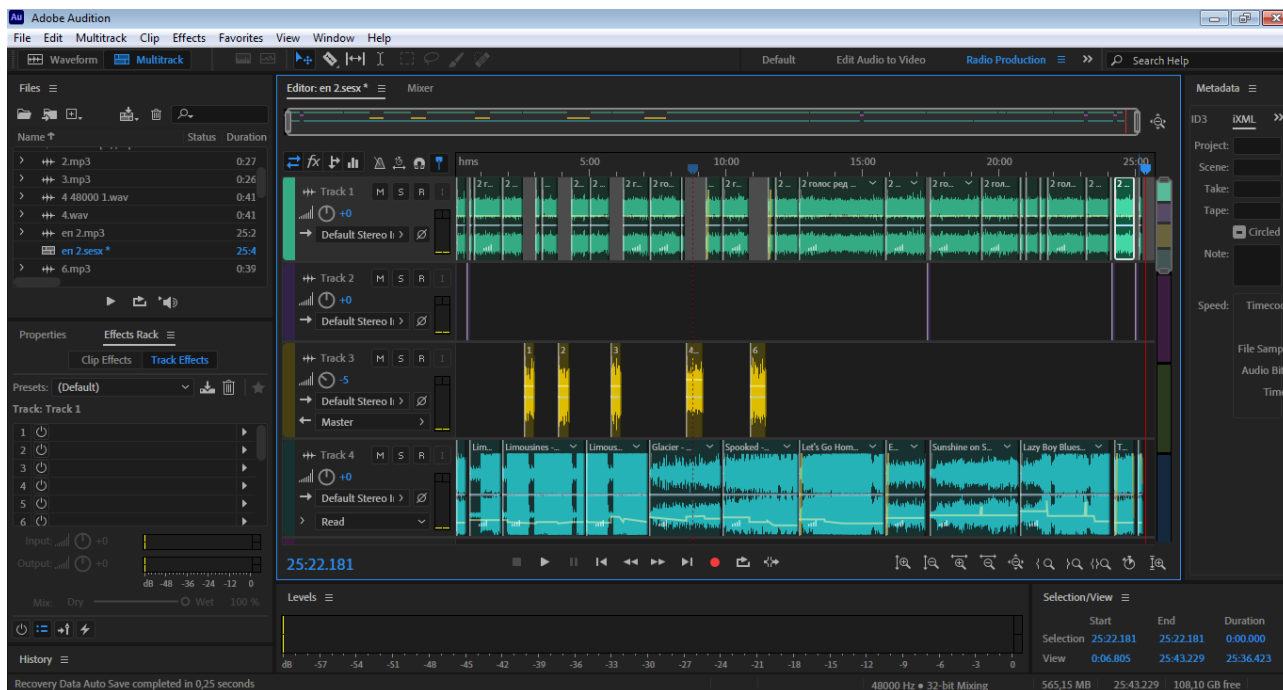


Рис. 2.7 Вигляд змонтованого аудіо в програмі Adobe Audition на прикладі другого епізоду подкасту «Сторінки сучасності»

Платформою для поширення подкасту було обрано YouTube, оскільки це доволі простий і водночас популярний сервіс, на якому можна не лише дивитися відео, а й слухати подкасти. Але, зважаючи на специфіку сервісу, перед завантаженням mp3 (аудіо) запис подкасту потрібно було скомпонувати з обкладинкою та перетворити на mp4 (відео). Для цього можна використовувати найрізноманітніші програми, однак, у нашому випадку даний процес було здійснено за допомогою онлайн-сервісу Clirchamp.

Механіка публікування подкасту на YouTube наступна:

- Створення каналу (за потреби);
- Підтвердження особи за номером телефону;
- Створення у вкладці YouTube Студія плейлиста подкасту із додаванням назви, опису та обкладинки;

– Завантаження у плейлист власного відео із додаванням назви, опису, авдиторії та інших супутніх налаштувань;

– Миттєва або запланована публікація.

Опубліковані на каналі «Подкаст Сторінки сучасності» [51] епізоди можна знайти за назвами "«ЛІМБ» Кирила Половінко та «СЬОМГА» Софії Андрухович | Сторінки сучасності | Епізод 1" [50] та "АРТЕМ ЧЕХ Від сьогодні до початків | Подкаст Сторінки сучасності | Епізод 2" [52].

Як вже було зазначено в підрозділі 1.3. подкасти, що набувають популярності, зазвичай є продуктом, що вироблений вже знаними та медійними людьми. Саме з цієї причини зазвичай не створюються окремі сторінки для просування подкасту у соцмережах. Виключенням може бути TikTok, куди викладають нарізки найбільш «чіпляючих» моментів з епізодів, щоб, побачивши їх, люди переходили на повну версію. Однак це працює здебільшого для тих подкастів, де є також і більш виражена візуальна складова, тобто відеосупровід. В нашому ж випадку, відеосупровід відсутній і, попри те, що авторка подкасту не є медійною особою, було вирішено не створювати додаткові сторінки у соцмережах для просування подкасту, оскільки це тема для іншої дослідницької роботи, в той час, як наша фокусується саме на розробці та створенні подкаст-продукту.

ВИСНОВКИ

В даній роботі було розглянуто літературні подкасти, як засіб популяризації літературної спадщини та розвитку читацької культури. На ранніх етапах дослідження було проаналізовано роботи іноземних та українських науковців та науковиць у цій царині. Вибір теми було зумовлено наступними факторами:

- Мала кількість досліджень, присвячених саме літературним подкастам;
- Низька популярність читання як дозвіллевої практики серед українців;
- Потреба українських видавництв, авторів та авторок у підтримці (в тому числі через повномасштабне вторгнення росії в Україну та кризу, спричинену раніше внаслідок пандемії COVID-19);
- Актуальна тенденція просування українських проєктів та творчості, внаслідок деколонізаційних процесів у різноманітних сферах, зокрема культурній;
- Стрімкий розвиток подкастів, як інструменту поширення інформації.

В ході дослідження було виявлено переваги подкастів, зокрема літературних, а також аргументовано їх специфіку та вплив на читацьку культуру й можливість популяризації літературного доробку для авторів та авторок. Серед наведених переваг були: доступність та вільний формат подкастів, безплатність, можливість популяризації читання та конкретних книжок через них, допомога у глибшому розумінні книжок, різноманіття жанрів та унікальність авторських підходів у створенні, можливість використання літературних подкастів у якості платформ для надання публічного голосу як відомим, так і маловідомим письменникам та письменницям, формування спільноти за інтересами, допомога із вибором книжки та, що не мало важливо, мовний аспект (в контексті популяризації української мови та збільшенні словникового запасу через прослуховування подкастів при переході на українську мову в побуті).

Наступним етапом дослідження було створення класифікації подкастів, орієнтованої саме на літературні подкасти. На цьому етапі було проаналізовано дослідження українських та іноземних вчених. Та, ґрунтуючись на їх доробку, створено й схарактеризувати класифікації літературних подкастів за наступними параметрами:

- Файловий формат (аудіоподкасти, відеоподкасти та слайдкасти);
- Тривалість (мікроподкаст, мініподкаст, стандартний та великий подкасти);
- Жанровий формат контенту за вмістом (книжкові клуби, інтерв'ю, розмовні, наративні, новинні, сторітелінг-подкасти, Q&A та театралізовані аудіовистави).

Однак, як вже було зазначено в роботі, жанрові формати є скоріш орієнтовною класифікацією, оскільки в одному подкасті можуть переплітатися різні жанри, що і є однією з демонстрацій «вільної природи» подкастів та можливості для особистої творчої реалізації.

Третім етапом нашого дослідження став огляд та аналіз українського ринку літературних подкастів. Оскільки пропозицій в медіапросторі доволі багато, то обиралися найбільш популярні проекти, такі, що зазвичай рекомендуються у різного роду статтях із підбірками. Під час огляду зверталася увага на наступні аспекти:

- Основні відомості про подкаст (назва, опис, тема, жанр, автор(к)и);
- Період існування та кількість епізодів;
- Тривалість епізодів;
- Реакція аудиторії \ відгуки.

В результаті аналізу сімнадцяти найбільш поширених серед рекомендацій літературних подкастів, ми мали змогу узагальнити й підсумувати основні риси цього напрямку. Автор(к)ами найбільш популярних подкастів зазвичай стають вже медійні особистості в наближених сферах (журналістика, активізм, медійництво, письменництво, літературознавство й гуманітарні науки, культурологія тощо). Проаналізовані подкасти зачіпають найрізноманітнішу

тематику й питання, тому виокремити домінуючу тему доволі складно. Натомість найпоширенішою тривалістю є формат від 30 до 60+ хвилин, що, за наведеною у попередньому підрозділі класифікацією, відповідає класичному/стандартному подкасту. Водночас більша частина з розглянутих проєктів є саме аудіоподкастами, хоча деякі мають візуальний супровід на платформі YouTube. Найпопулярнішими жанровими форматами серед проаналізованих проєктів є інтерв'ю та розмовні подкасти.

Та попри те, що ринок українських літературних подкастів здається доволі широким, великий відсоток це вже завершені проєкти, що виходили рік, або більше тому й мали 1-2 сезони. Проте, літературний процес живий і вимагає нових проєктів, що змогли б супроводжувати його медійно, надаючи новим книжкам та подіям огляди, аналітику, відгуки, коментарі та загалом зворотний зв'язок. Саме тому створення нових літературних подкастів є актуальним. У зв'язку з чим, другий розділ даної роботи присвячений опису процесу створення власного літературного подкаст-проєкту.

Перший підрозділ другого розділу містить етапи теоретичної (ідейної) розробки подкасту, до яких належить: ідея, тема, мета, завдання, концепція, актуальність, фінансування, вибір назви, обґрунтування унікальності в порівнянні з іншими подібними проєктами, SWOT та SMART аналіз, а також аналіз стейкхолдерів.

Розроблений проєкт «Сторінки сучасності» є подкастом у форматі особистого блогу. Ведуча ділиться враженнями від прочитаних книжок, надає потрібний бекграунд, розповідає слухач(к)ам цікаві факти щодо обраної книжки, її автора(ки) та порівнює свій досвід із відгуками інших. Проєкт існує у форматі аудіоподкасту із тривалістю від 10 до 25 хвилин, що відповідає хронологічним межах мініподкасту. Актуальність проєкту полягає в тенденції до цікавості доробком української культури, що особливо потужно розвивається в останні роки та водночас дещо ускладненими умовами пошуку відомостей про сучасність, бо, зазвичай, те, що можна знайти при поверхневому пошуку, доволі однотипне.

В останньому підрозділі описано вже практичні етапи роботи над створенням подкасту, до яких увійшли:

- Створення плану;
- Розробка та створення логотипа, підбір колірної гами проєкту, створення обкладинок для епізодів;
- Розробка рубрик та написання сценаріїв;
- Підготовка до запису, що включає вибір обладнання, методу запису та програм для подальшого монтажу;
- Монтування аудіозапису, вилучення зайвого, створення джінгла, підбір фонові музики та склейка;
- Підготовка до публікації;
- Публікація двох епізодів на платформу YouTube.

Уся наведена у даній роботі дослідницька робота, аналітика та опис розробки й створення власного подкасту є внеском в загальні та більш вузькоспеціалізовані дослідження у сфері подкастів. Матеріали цієї роботи можуть стати теоретичним тлом для подальших досліджень у галузі, а також можуть використовуватися в якості практичних рекомендацій для починаючих авторів та авторок подкастів.

Майбутніми темами досліджень у цій сфері можуть стати процеси просування літературних та інших подкастів у медіапросторі й досвід використання новітніх медіа, популярних соцмереж тощо.

Підсумовуючи, варто сказати, що подкасти зараз знаходяться на етапі свого активного розвитку та розквіту в українському інформаційному середовищі. Це дає їм безліч переваг та можливостей, а також робить актуальними й затребуваними подібні дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 12 українських подкастів про мистецтво й культуру – Лірум. Лірум. URL: <https://liroom.com.ua/news/12-podcasts-about-culture/> (дата звернення: 08.02.2024).
2. A novel look at how stories may change the brain | Emory University | Atlanta GA. News | Emory University | Atlanta GA. URL: https://news.emory.edu/stories/2013/12/esc_novels_change_brain/campus.html (дата звернення: 29.10.2023).
3. Berry R. 'Just Because You Play a Guitar and Are from Nashville Doesn't Mean You Are a Country Singer': The Emergence of Medium Identities in Podcasting. *Podcasting*. Cham, 2018. С. 15–33. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-90056-8_2 (дата звернення: 05.11.2023).
4. Berry R. Part of the establishment. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2016. Т. 22, № 6. С. 661–671. URL: <https://doi.org/10.1177/1354856516632105> (дата звернення: 05.11.2023).
5. Berry R. Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. 2006. Т. 12, № 2. С. 143–162. URL: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522> (дата звернення: 05.11.2023).
6. Berry, R. (2022). What is a podcast? Mapping the technical, cultural, and sonic boundaries between radio and podcasting. In M. Lindgren & J. Loviglio (Eds.), *Routledge companion to radio and podcast studies* (pp. 399–407).
7. Drew C. Educational podcasts: A genre analysis. *E-Learning and Digital Media*. 2017. Т. 14, № 4. С. 201–211. URL: <https://doi.org/10.1177/2042753017736177> (дата звернення: 04.11.2023).
8. enhanced podcast. PC Magazine. URL: <https://www.pcmag.com/encyclopedia/term/enhanced-podcast> (дата звернення: 03.11.2023).

9. Frary M. Power to the podcast: Podcasting is bringing a whole new audience to radio and giving investigative journalism a boost. Plus, our handy guide to making your own podcasts. *Index on Censorship*. 2017. Т. 46, № 3. С. 24–27. URL: <https://doi.org/10.1177/0306422017730789> (дата звернення: 14.11.2023).

10. Gregoire, Danny (September 12, 2004). "How to Handle Getting Past Episodes?" <https://web.archive.org/web/20130413074906/http://groups.yahoo.com/group/ipodder-dev/message/41>

11. Hammersley B. Why online radio is booming. *the Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> (дата звернення: 02.10.2023).

12. Hammersley, B. (2004, February 2). Audible revolution. *The Guardian*. www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia

13. Hobson J. How I Use It: Podcasts. *Occupational Medicine*. 2012. Т. 62, № 5. С. 394. URL: <https://doi.org/10.1093/occmed/kqs060> (дата звернення: 02.11.2023).

14. Info Sapiens. Info Sapiens. Режим доступу URL: <https://www.sapiens.com.ua/ua/publication-single-page?id=288> (дата звернення: 22.10.2023).

15. Levy, Steven (October 23, 2006). *The Perfect Thing: How the iPod Shuffles Commerce, Culture, and Coolness*. Simon & Schuster. p. 239. ISBN 978-0-7432-8522-3. Archived

16. Lindgren M. Personal narrative journalism and podcasting. *Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*. 2016. Т. 14, № 1. С. 23–41. URL: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.23_1 (дата звернення: 02.11.2023).

17. McClung S. Ph., Johnson K. M. Examining the Motives of Podcast Users. URL : <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376521003719391>

18. McHugh S. A. Memoir for your ears: the podcast life. URL : https://www.researchgate.net/profile/Siobhan-Mchugh/publication/321242251_

Memoir_for_your_ears_the_podcast_life/links/5b9486c892851c78c400c053/Memoir-for-your-ears-the-podcast-life.pdf (дата звернення: 15.06.2021)

19. McHugh S. A. Video didn't kill the radio star – she's hosting a podcast. URL : https://theconversation.com/video-didnt-kill-the-radio-star-shes-hosting-a-podcast-59987?utm_medium

20. Newman N., Gallo N. Daily news podcasts: building new habits in the shadow of coronavirus. Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/daily-news-podcasts-building-new-habits-shadow-coronavirus> (дата звернення: 04.11.2023).

21. Overview and Key Findings of the 2021 Digital News Report. Reuters Institute for the Study of Journalism. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/dnr-executive-summary> (дата звернення: 28.10.2023).

22. Reyna, J. & Stanford, C (2009). Use of slidecasts in higher education settings: A pilot project. In Same places, different spaces. Proceedings ascilite Auckland 2009. URL: <http://www.ascilite.org.au/conferences/auckland09/procs/reyna-2-poster.pdf> (дата звернення: 03.11.2023).

23. stv.detector.media. Суспільне запустило подкаст про книжки, які допомагають пережити війну. stv.detector.media. URL: <https://stv.detector.media/digital/read/7392/2022-07-12-suspilne-zapustylo-podkast-pro-knyzhky-yaki-dopomagayut-perezhyty-viynu/> (дата звернення: 22.03.2024).

24. Ukrinform TV. Презентація результатів дослідження «Як читають українці під час повномасштабної війни – 2023», 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GvgarPTGD8E> (дата звернення: 27.10.2023).

25. Ukrinform. На Харківщині внаслідок ворожих обстрілів згорів музей Сквороди. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3477078-na-harkivsini-vnaslidok-vorozih-obstriliv-zgoriv-muzej-skovorodi.html> (дата звернення: 25.02.2024).

26. URL: <https://archive.ph/20120710232048/http://isites.harvard.edu/icb/icb.do?keyword=k1967&pageid=icb.page23750> (дата звернення: 02.10.2023).
27. Алейнікова К. ВидІнформ Книжковий клуб: дискусія, соціалізація та коло одnodумців. vydra.net.ua/. URL: <https://www.vydra.net.ua/vyd-inform/knyzhkovyj-klub-diskusii-a-sotsializatsiia-ta-kolo-odnodumtsiv/> (дата звернення: 16.01.2024).
28. Англomовний подкастинг як найсучасніша інтерактивно-комунікативна технологія [Електронний ресурс] / С. О. Шехавцова, К. О. Протопопова // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Філологічні науки. - 2019. - № 7. - С. 170-181. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vluf_2019_7_22
29. ведуч. Н. Дризицька. Літературно (не)залежні. URL: <https://soundcloud.com/radioskovoroda/sets/lnz> (дата звернення: 22.03.2024).
30. Використання соціального сервісу "подкаст" як інноваційна методика навчання говоріння (на матеріалі німецької мови) / Т. В. Терещенко // Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти. - 2016. - Вип. 14. - С. 110-113. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ozfm_2016_14_33 (дата звернення: 02.10.2023).
31. Відкрита Видавчиня. YouTube. URL: https://www.youtube.com/@vidkryttia_vyd/featured (дата звернення: 30.03.2024).
32. Відомі найкращі українські подкасти 2022 року. Тиктор медіа. URL: <https://tyktor.media/novyny/slushno-2022/> (дата звернення: 16.03.2024).
33. Дар'я Ч. Літературні подкасти, або Де говорять про книжки?. Видавництво Старого Лева. URL: <https://starylev.com.ua/blogs/literaturni-podkasty-abo-de-govoryat-pro-knyzhky> (дата звернення: 08.02.2024).
34. До закладок: аудіосеріал «Вісім» з детективними історіями Ірени Карпи. Wonderzine. URL: <https://www.wonderzine.me/wonderzine/life/news/7095-do-zakladok-audioserial-ireni-karpi-pro-pomilki-zlochyni-ta-zagadkovi-zniknennya> (дата звернення: 22.03.2024).

35. До закладок: подкаст «Книгосховище» про книжки, які допомагають пережити війну. Wonderzine. URL: <https://www.wonderzine.me/wonderzine/life/podcast/15973-do-zakladok-podcast-knigoshovische-pro-knizhki-yaki-dopomagayut-perezhati-viynu> (дата звернення: 22.03.2024).

36. З'явилося шоу літературних подкастів «Ранкова доза». Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/z-iavylosia-shou-literaturnykh-podkastiv-rankova-doza/> (дата звернення: 06.03.2024).

37. Завершився перший сезон подкасту Богдани Неборак «Взяла і прочитала». Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/zavershyvsia-pershyj-sezon-podkastu-bohdany-neborak-vziala-i-prochytala/> (дата звернення: 09.03.2024).

38. Зародження і початки становлення Інтернет-радіо в Україні [Електронний ресурс] / О. Дмитровський // Теле- та радіожурналістика. - 2018. - Вип. 17. - С. 92-96. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2018_17_13

39. Коріновська А. Скільки українців слухають подкасти – дослідження Суспільного. Suspilne.media. URL: <https://suspilne.media/176455-skilki-ukrainciv-sluhaut-podkasti-doslidzenna-suspilnogo/> (дата звернення: 28.10.2023).

40. Лабораторія нонфікшн. Книжковий інтернет-магазин Лабораторія. URL: <https://laboratoria.pro/laboratoriya-nonfikshn> (дата звернення: 15.03.2024).

41. Літературні подкасти в медіапросторі: Тематично-жанрові пріоритети [Електронний ресурс] / Н. О. Ковтун // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2023. - № 1. - С. 71-79. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2023_1_11

42. Логотип. Енциклопедія Сучасної України ЕСУ. URL: <https://esu.com.ua/article-56160> (дата звернення: 02.05.2024).

43. Мірошніченко П. Подкаст як тренд радіожурналістики. URL : https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2021/conf/2.3/Zbirka.pdf#page=110

44. Наразі без назви: подкаст про культуру, який слухають під час війни. Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/narazi-bez-nazvy-podkast-pro-kulturu-iakyj-slukhaiut-pid-chas-vijny/> (дата звернення: 16.03.2024).

45. Несподівані перехрестя міжнародної політичної комунікації: вплив та інсайти універсальних кодів медіа на прикладах подкастів, коміксів та нового медіа [Електронний ресурс] / М. М. Єрємін // Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент. - 2021. - Т. 9. - С. 263-274. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mfapim_2021_9_19

46. Особливості подкастингу як основної складової Інтернет-радіо [Електронний ресурс] / О. Дмитровський // Теле- та радіожурналістика. - 2017. - Вип. 16. - С. 97-101. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2017_16_16

47. Палає. ВОВЧИЦІ читають "МОВА-МЕЧ. Як говорила Радянська імперія" Євгенії Кузнєцової / Книжковий клуб, 2023. YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=-_LQjJs9LFk (дата звернення: 16.01.2024).

48. Пілот: читання як фан, джой і демократична практика : сезон 1, випуск 1 / ведуч. Богдана Неборак. Взяла і прочитала. URL: <https://radiopodil.org/podcasts/vzyala-i-prochytala/> (дата звернення: 09.03.2024).

49. Погрібна І. О. ПОТРЕБА В ЧИТАННІ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЧИТАЦЬКОЇ КУЛЬТУРИ ОСОБИСТОСТІ. Криворізький педагогічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет». URL: <https://elibrary.kdpu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/3274/Потреба%20в%20читанні%20як%20передумова%20читацької%20культури%20особистості.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

50. Подкаст Сторінки сучасності. «ЛІМБ» Кирила Половінко та «СЬОМГА» Софії Андрухович | Сторінки сучасності | Епізод 1, 2024. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uaT8YJ0qLVw> (дата звернення: 11.05.2024).

51. Подкаст Сторінки сучасності. YouTube. URL: https://www.youtube.com/@podkast_storinky_suchasnosti/featured (дата звернення: 11.05.2024).

52. Подкаст Сторінки сучасності. АРТЕМ ЧЕХ Від сьогодні до початків | Подкаст Сторінки сучасності | Епізод 2, 2024. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ufDEUC7wqyk> (дата звернення: 11.05.2024).

53. Подкаст як засіб формування професійної компетентності сучасних фахівців [Електронний ресурс] / С. С. Данилюк // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. - 2014. - Вип. 34. - С. 153-160. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2014_34_24 (Дата звернення: 03.10.2023)

54. Подкаст-журналістика як популярний вид радіодіяльності в інтернеті в XXI столітті [Електронний ресурс] / А. К. Досенко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2018. - № 4. - С. 46-50. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2018_4_8

55. Подкасти в системі українських інтернет-медіа [Електронний ресурс] / І. Гаврилюк // Образ. - 2022. - Вип. 1. - С. 72-79. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2022_1_9

56. Подкастинг як інструмент маркетингових комунікацій [Електронний ресурс] / А. Т. Беньківська // Міжнародний науковий журнал "Інтернаука" . - 2017. - № 17(2). - С. 15-20. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_17\(2\)_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/mnj_2017_17(2)_4)

57. Подкастинг як новітній спосіб набуття аудитивних навичок [Електронний ресурс] / М. Лизак // Актуальні питання гуманітарних наук. - 2021. - Вип. 42(1). - С. 324-328. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2021_42\(1\)_48](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apgnd_2021_42(1)_48)

58. Подкаст-програми та блоги: основні аспекти їх створення / О. Дмитровський // Теле- та радіожурналістика. - 2014. - Вип. 13. - С. 210-213. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tir_2014_13_31 (дата звернення: 30.04.2024).

59. Ранкова доза. NV Подкасти – слухати подкасти та радіо онлайн. URL: <https://podcasts.nv.ua/podcast/148-rankova-doza.html?page=1> (дата звернення: 06.03.2024).

60. росіяни в Україні зруйнували понад 220 бібліотек та пошкодили близько 400, - Ростислав Карнадеев | Міністерства культури та інформаційної політики України. Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: <https://mcip.gov.ua/news/rosiyany-v-ukrayini-zrujnuvaly-ponad-220-bibliotek-ta-poshkodyly-blyzko-400-rostyslav-karnadyeuev/> (дата звернення: 28.10.2023).

61. Свідомі запустили подкаст «Сковорода: тут і зараз» - Медіамейкер. Медіамейкер. URL: <https://mediamaker.me/news/svidomi-zapustyly-podkast-skovoroda-tut-i-zaraz/> (дата звернення: 25.02.2024).

62. Скляревська Г. Слухай українське. Що відбувається з подкастами в час війни. ms.detector.media. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/30191/2022-09-06-slukhay-ukrainske-shcho-vidbuvaietsya-z-podkastamy-v-chas-viyny/> (дата звернення: 28.10.2023).

63. Тарасовський Ю. Як війна змінила книжкові уподобання українців. Дослідження «Книгарня «Є» – Forbes.ua. Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії. URL: <https://forbes.ua/news/yak-viyna-zminila-knizhkovy-upodobannya-ukraintsiv-doslidzhennya-knigarnya-e-09022024-19113> (дата звернення: 20.02.2024).

64. Три сторінки на день. Євгенія Кузнецова про книжку "Драбина", 2023. YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=gRc8O-3eqwk> (дата звернення: 16.01.2024).

65. У мережі з'явився аудіосеріал за сценарієм Ірени Карпи. Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/u-merezhi-z-iavyvsia-audioserial-za-stsenariiem-ireny-karpy/> (дата звернення: 22.03.2024).

66. Українські літературні подкасти. Літосвіта. URL: <https://litosvita.com/ukransk-literaturn-podkasti/> (дата звернення: 08.02.2024).

67. Хожайнова В. Чому українці мало читають. Відповідає письменник. Suspilne.media. URL: <https://suspilne.media/117651-comu-ukrainci-malo-citaut-vidpovidae-pismennik/> (дата звернення: 27.10.2023).

68. Через аудіо про книжки: найкращі українські літературні подкасти. ZPRZ.CITY. URL: <https://zprz.city/news/view/cherez-audio-pro-knizhki-najkrashhi-ukrainski-literaturni-podkasti> (дата звернення: 08.02.2024).

69. Чех Артем. PEN Ukraine. URL: <https://pen.org.ua/members/chekh-artem> (дата звернення: 07.05.2024).

70. ЧИТАЙ КЛАСИКІВ. Подкаст «Станція 451». Читай. Онлайн-журнал про книги та літературу. URL: <https://chytay-ua.com/view.php?id=1211> (дата звернення: 09.03.2024).

71. Шишков Д., Мірошніченко М. Український подкастинг до і під час війни. Журналістика майбутнього: виклики, тенденції, перспективи розвитку : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 18–19 жовт. 2022 р.). Львів : Простір-М, 2022. С. 180–183. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/12/Zbirnyk-tez-mizhnarodnoi-konferentsii-u-ramkakh-DESTIN-2022.pdf>

72. Що послухати: подкасти про літературу – IZONE Media. IZONE Media – Студія подкастів. URL: <https://izone.media/literature-podcasts/> (дата звернення: 08.02.2024).

73. Що таке SWOT аналіз?. Дія.Бізнес - Головна сторінка. URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/so-take-swot-analiz> (дата звернення: 17.04.2024).

74. Якщо читати про книжки набридло: 7 літературних подкастів, які можна слухати просто зараз. Читомо | Культура читання і мистецтво книговидання | Усе про книги | Читомо - портал про культуру читання і мистецтво книговидання. URL: <https://chytomo.com/iakshcho-chytaty-pro-knyzhky-nabrydlo-7-literaturnykh-podkastiv-iaki-mozhna-slukhaty-prosto-zaraz/> (дата звернення: 08.02.2024).