

Булах Т.Д.

Харківська державна академія культури

ЛІТЕРАТУРНИЙ ПОДКАСТИНГ В УКРАЇНІ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ АВТОРСТВА

Стаття присвячена літературним подкастам як важливій складовій системи вітчизняного подкастингу. Основна увага спрямована на суб'єктів подкастотворення. Мета статті – проаналізувати найвідоміші українські літературні подкасти за ознакою авторства та їх тематичну спрямованість. Методологічною базою дослідження стали системний підхід, моніторинг, контент-аналіз, статистичне групування, узагальнення. Встановлено, що авторами відомих вітчизняних літературних подкастів є: незалежні подкастери, представники інтернет-видань; радіо, громадських організацій, медіакомпаній, видавництв; подкаст-студії. Серед популярних літературних подкастів України найбільшою є частка проектів, автори яких представники різних медіаплатформ (69 %), друге місце належить незалежним подкастерам (28%), третє – видавництвам (3 %), котрі мають низьку подкаст-активність загалом, проте наявність на деяких сайтах розділів «подкасти, які перебувають в розробці», свідчить про перспективність їх створення.

Тематичний діапазон літературних подкастів вельми широкий: від обговорення творів класиків, сучасників до найгучніших екранізацій літературних творів. Іноді тематика подкасту зумовлюється специфікою платформи, в межах якої ініційовано його створення. Автори літературних подкастів застосовують переважно такі способи подачі матеріалу як розповідь, обговорення, зачитування творів чи їх уривків. Зокрема незалежні подкастери найчастіше спрямовують увагу на обговорення прочитаних книг. Представники медіа рівною мірою послуговуються обговореннями, розповідями, зачитуванням уривків творів. Представники видавництв у переважній більшості анонсують новинки власних видавництв, роблячи підбірки за жанром літератури, серіями тощо, а також влаштовують зустрічі з відомими авторами-сучасниками, обговорюючи їх творчий шлях та специфіку творчого процесу.

Ключові слова: вітчизняний подкастинг, літературні подкасти, подкасти, подкастери, автори подкастів.

Постановка проблеми. Останнє десятиліття сповнене для України нелегкими випробуваннями: анексія Криму та захоплення частини українських земель росією, пандемія і зрештою повномасштабне вторгнення позначились на способі життя українців, котрі не можуть нині вільно подорожувати, розважатися, відпочивати, виборюючи право на незалежне життя. Попри всі негаразди співвітчизники намагаються задовольняти духовні потреби, все частіше звертаючись до літературних джерел через читання книг та прослуховування подкастів. При цьому в умовах гострого дефіциту часу й ресурсів повільними, але впевненими темпами зростає кількість українців, котрі надають перевагу саме подкастам як носіям інформації, що виявляється зокрема в зростанні кількості слухачів подкастів окремих платформ. Так, за словами Антона Ткачука, продюсера подкастів Sebto Media: «В середньому у 2024 році показники прослуховувань та підписників наших продуктів зросли вдвічі. Це, звісно, не завжди про глибокі прослуховування чи кон-

версію, але це загалом про видимість нашого бренду серед користувачів інтернету. Ми стали більш помітними» [8]. А як стверджує Дмитро Афанасьєв, менеджер подкастів Суспільного мовлення: «Подкасти Суспільного у 2024 році отримали більше 2,7 мільйона прослуховувань на всіх платформах, порівняно з 1,1 мільйона у 2023. При чому у 2024 році 1,5 мільйона прослуховувань отримано лише з платформи YouTube.... Ми бачимо, що розміщення проектів на майданчику YouTube розширює аудиторію навіть якщо ми публікуємо там лише аудіоверсії. Наприклад, так виходять проекти: “Суспільне казки”, “Наша класика”, “Наші детективи”, “Книгосховище”, “Мережа”» [там само]. Як бачимо, серед перелічених проектів Суспільного велика частка літературних подкастів. Збільшення попиту на подкасти стимулює і збільшення їх кількості, що актуалізує впорядкування відомостей про них для подальшого цілеспрямованого використання в освітніх, розважальних, рекламних та ін. цілях. Найприйнятнішим для цього вважаємо системний підхід,

застосування якого дозволить комплексно дослідити діяльність усіх учасників літературного подкастотворення. Системоутворюючою ознакою, за якою варто досліджувати літературний подкастинг, на наш погляд, є авторство подкастів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

В останнє десятиліття зростає інтерес науковців до сфери подкастингу. Дослідників зокрема цікавлять сутнісні ознаки та історія виникнення подкастів [2], їх класифікація [6], тематично-жанрове розмаїття [7], специфіка різних видів подкастів [4, 5, 6, 9]. Вітчизняні літературні подкасти були об'єктом аналізу в дослідженні Н.Ковтун [4], котра вивчала їх тематично-жанрове розмаїття, станом на 2023 рік. Науменко [7] характеризувала тематику українських медіа-подкастів в цілому, не акцентуючи увагу на літературних подкастах. Кошелюк О., Благовірна Н. [5] проаналізували досвід використання подкастів європейськими видавництвами в маркетингових цілях. Як інструмент маркетингу аналізують подкастинг в цілому і Білик І.І., Колісник В.С. [1]. Незважаючи на значну кількість публікацій, що стосуються подкастингу, авторство літературних подкастів не було об'єктом окремого дослідження, між тим саме ця ознака дозволяє полегшити вибір подкастів при досягненні певних цілей прослуховування. Отже, зростання кількості літературних подкастів, з одного боку, та відсутність публікацій, присвячених аналізу авторської складової літературного подкастингу – з іншого, і зумовило вибір теми презентованої розвідки.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати найвідоміші українські літературні подкасти за ознакою авторства та їх тематичну спрямованість.

Методи дослідження. Методологічною базою дослідження стали системний підхід, моніторинг, контент-аналіз, статистичне групування, узагальнення, що уможливили різнобічне вивчення об'єкта дослідження. Зокрема завдяки застосуванню методу моніторингу вдалося виокремити найпопулярніші на сьогоднішній день україномовні літературні подкасти. Застосування контент-аналізу дозволило охарактеризувати тематичну та жанрову спрямованість подкастів окремих груп авторства. Метод статистичного групування сприяв упорядкуванню отриманих даних та формулюванню узагальнень.

Дослідження складалося з декількох етапів: 1) формування вибірки подкастів для аналізу на основі застосування методу моніторингу; 2) контент-аналіз обраних подкастів за ознакою авторства, тематичної спрямованості, способу подання інформації; 3) узагальнення отриманих результатів та формулювання висновків.

Пошук подкастів для вибірки здійснювався через пошукові системи за запитом «найцікавіші літературні подкасти», «відомі літературні подкасти» та «найпопулярніші літературні подкасти». Ознайомлення з підбілками рекомендованих подкастів відбувалося на таких платформах як: podcaster.in.ua, NV, книгарня Абук, Слушно, Читомо, Літосвіта, izepe.media, видавництво Старого Лева та ін. У результаті для аналізу було обрано 32 подкасти, які рекомендувалися найчастіше.

Виклад основного матеріалу. У строкатій палітрі вітчизняних подкастів літературному подкастингу належить важливе місце. Пояснити це можна зокрема тим, що по-перше, література як невичерпне джерело сенсів спонукає ділитися враженнями про прочитані книги, робити це у форматі подкастингу зручно та малозатратно, що робить його відкритим для різних вікових груп (літературні подкасти створюють як школярі, так і досвідчені автори). По-друге, обговорення книг не втрачає актуальності з плином часу, що забезпечує зростання слухацької аудиторії і через багато років після випуску самого подкасту, про що свідчить досвід «Акустики тіней», «Книгосховища» та інших подкастів, котрі не випускаються нині, але регулярно рекомендуються на різних платформах як найкращі, а отже перетворює його на перспективний інструмент залучення як цільової аудиторії, так і рекламодавців.

Про популярність літературного подкастингу свідчить і наявність окремої соціальної мережі LitCom [3], котра існує з 2022 року та покликана популяризувати читання через подкасти. На цій платформі учасники можуть розмішувати власні літературні подкасти (літкасти), обговорювати прочитані книги. Засновники зазначеної мережі разом із Малою Академією наук та творчою агенцією Баляндра ініціювали проведення всеукраїнського конкурсу КрутеЗНО, спрямованого на створення літкастів з метою ознайомлення українських школярів зі спадком української літератури, переможці якого отримують грошові винагороди, призначені для розвитку власних проєктів, що сприяє щорічному збільшенню учасників цього конкурсу, а це у свою чергу позитивно впливає на: а) розвиток літературного подкастингу в цілому; б) зацікавлення молоді читанням книг як видом дозвілленої діяльності; в) популяризацію творчості сучасників, виконуючи рекламні функції, адже наразі третій сезон присвячено створенню подкастів за творами сучасної української літератури (перший сезон – про книги зі шкільної програми, другий – про письменників та їх біографії). Важливо, що участь

у конкурсі можуть взяти всі бажаючі, без вікових та фахових обмежень. Різноманітність авторського складу літературних подкастів стала ще одним спонукальним мотивом до вивчення авторів відомих літературних подкастів в Україні.

Первинно було виокремлено такі групи авторів як незалежні подкастери, представники медіа, видавництва.

Групу незалежних подкастів склали «Акустика тіней» «Вуса Гоголя», «Українська класика: тексти», «Перефарбований лис», «Три сторінки на день», «Почуй голос іншого», «Війна і книга», «Read and Drink Club», «Радіо Скорбота» (всього 9 подкастів). Авторами подкастів є зокрема журналісти, письменники, критики, освітянка, культурологиня, літературознавиця, актори, тобто люди, які люблять і вміють працювати зі словом. Варто відзначити, що деякі незалежні подкастери з часом створюють власні онлайн-медіа, або реалізують свої проекти за сприяння певних організацій/фондів, як, наприклад, «Почуй голос іншого» створений письменником Мартином Якубом за підтримки УКФ та аудіокнигарні АБУК, тож, можливо, аудіокнигарні теж слід вважати складовими системи літературного подкастотворення.

Частка відомих видавничих подкастів є мізерною (1 з 32), що свідчить про недооціненість подкастингу як засобу маркетингової комунікації суб'єктами видавничого бізнесу, адже, як довело попереднє дослідження [9], кількість вітчизняних видавничих подкастів загалом є незначною. Наразі головним призначенням існуючих видавничих подкастів є популяризація видань, опублікованих конкретним видавництвом. З цією метою часто ведуться бесіди з перекладачами, художниками навколо тих книг, що нещодавно вийшли друком, а також влаштовують зустрічі з відомими авторами-сучасниками, обговорюючи їх творчий шлях та специфіку творчого процесу.

Найчисленнішою виявилася група, яку на перших етапах дослідження позначили як медіаподкасти (всього 22 подкасти), яку представляють: «Вісім»; «Пошткаст імені Лесі Українки»; «Правда і кривда: ніколи знову»; «Літературна п'ятирічка»; «А книга – краще»; «Книгосховище»; «Станція 451»; «Взяла і прочитала»; «Запах слова»; «Висока полиця»; «Книжковий пульс»; «Ранкова доза»; «Поттеролови»; «Палітурка»; «Наразі без назви»; «30 найкращих українських оповідань»; «Вони написали історію»; «Наша класика»; «Бабай подкаст»; «Повітряна стихія»; «Суспільне. Казки»; «Кохання з другого погляду». Зазначені подкасти створені такими суб'єктами медіаринку як Суспільне мовлення (Суспільне.Культура, Суспільне.Подкасти), «The Village Україна», студія авторських подкастів «Радіо Поділ», «Громадське»; медіа про культуру «Сенсор», Megogo Audio (2 подкасти); NV (2 подкасти), «Українська правда»; Vertigo.com.ua (2 подкасти) – українське авторське медіа про кіно, серіали, комікси та поп-культуру. Мультимедійний проєкт Пусто (2 подкасти); Студія подкастів про кіно «Стоп! Знято!» (1 подкаст). Ведучими медіаподкастів про літературу є: головні редактори; письменники; менеджери, культурологи тощо.

Детальніше ознайомлення з подкастами дозволило здійснити певну деталізацію та остаточно виокремити групи авторів (Рис. 1.): незалежні подкастери (9 проєктів); представники інтернет-видань (7); радіо (6); медіакомпаній (4); подкаст-студій (2); медіапроєктів (2); ГО (1), видавництва (1).

Автори літературних подкастів



Рис. 1. Автори популярних літературних подкастів

Означений поділ є достатньо умовним, оснований на позиціонуванні самих платформ, адже ідентифікувати певний тип медіа іноді доволі складно. Так, Медіа «Сенсор» в реєстрі суб'єктів у сфері медіа значиться як громадська організація, студія подкастів «Стоп!Знято!» являє собою систему подкастів про кіно від різних авторів, тобто по суті це медіапроєкт, а «Радіо Скорбота» – проєкт, ініційований незалежними авторами, акторами за професією.

Якщо говорити про тематичний діапазон популярних літературних подкастів в Україні, то він є достатньо широким: від аналізу творів класиків та сучасників до гучних екранізацій книг. Зокрема обговорюються: книги-скандали («Запах слова»), воєнна література – («Правда і кривда: Ніколи більше»); книги в жанрі горор (Бабай подкаст); згадувана екранізація книг («А книга – краще»); здійснюється ознайомлення слухачів з епістолярною творчістю видатних письменників та поетів

(Post Scriptum від «Радіо Скорбота», «Пошткаст імені Лесі Українки» від Мегого), літературними новинками («Літературна п'ятирічка»). Іноді тематика подкасту зумовлюється специфікою платформи, в межах якої ініційовано його створення. Так, «Бабай – проєкт, присвячений «темному» мистецтву. Жахи, трилер, нуар, дарк-фентезі, міфологія, криваві історії, містика...», відповідно у межах Бабай-подкасту активно обговорюються книги в жанрі горор. Подкаст про найгучніші екранізації книг створено подкаст-студією про кіно «Стоп.Знято».

Узагальнюючи, варто відзначити, що творам української та світової класики присвячено 17 подкастів, 3 з них 4 подкасти незалежних подкастерів: «Акустика тіней» (Іванка Шкроміда); «Перефарбований лис» (В.Мержієвська, М.Діденко), «Українська класика: тексти» від «Шалені авторки» (), «Post Scriptum» (Радіо Скорбота) та 4 радіоподкастів: Кохання з другого погляду, «Наша класика» (Суспільне подкасти), Суспільне казки, «Повітряна стихія»; 4 медіакомпаній: Вісім» (Megogo Audio); Пошткаст імені Лесі Українки (Мегого); Палітурка (Ukrainians), Наразі без назви (Ukrainians) 3 – інтернет-видань: «Станція 451» (The Village Україна), «Ранкова доза» («Українська правда»); «30 найкращих українських оповідань» (NV). 1 – подкаст студії: Взяла і прочитала (Радіо Поділ).

Сучасній літературі теж присвячено 15 подкастів, з них: 5 подкастів незалежних подкастерів: «Почуй голос іншого» (Мартин Якуб); Вуса Гоголя (Микита Рибаків та Вадим Кириленко), «Read and Drink Club», Три сторінки на день (Христина Дрогомирецька); 4 подкасти інтернет-видань: «Вони написали історію» (NV), Книжковий пульс (NV), Бабай подкаст, «Потеролови» (Vertigo); 2 радіоподкасти: «Запах слова» від «Громадське», «Книгосховище» (*Суспільне.Культура*) 2 медіапроєкти: «Літературна п'ятирічка» («Пусто») «Правда і кривда: Ніколи більше» від «Пусто». *По 1 (всього 3)* від подкаст студій: «А книга – краще» від студія подкастів «СтопЗнято»; Громадських об'єднань: «Висока полиця» («Сенсор»); видавництва: «Лабораторія нонфікшн» («Лабораторія»).

Щодо способів донесення інформації, то найпопулярнішими є розповідь, обговорення та зачитування творів/уривків. Формат розповіді застосовується в 9 проєктах з 32, більшість з яких – представники інтернет-видань (6): «Книжковий пульс», «Палітурка», «Бабай подкаст», «Вони написали історію», «Потеролови», Станція 451 (розповідь + зачитування уривків).

Обговорення застосовується в 14 подкастах, його активно використовують всі подкастери. Зокрема обговорення окремих книг / книг чи життя окремого автора: «Поттеролови» (від Vertigo та «Твоя підпільна гуманітарка»; «Пошткаст імені Лесі Українки» (Megogo Audio); «Наразі без назви». Зачитування творів / уривків певних творів / листів використано в 9 подкастах. Популярними є такі подкасти як «Суспільне. Казки», «Наша класика» (Суспільне подкасти). Ранкова доза» («Українська правда»); «30 найкращих українських оповідань» (NV); «Вісім» (Megogo Audio), Post Scriptum (Радіо Скорбота).

Висновки. Літературний продкастинг нині розвивається доволі впевненими темпами, про що свідчить і наявність окремої соціальної мережі LitCom, спрямованої на розвиток літературного подкастингу, і зростання кількості учасників конкурсу КрутеЗНО (у 2023 році їх було 200, цього року ще триває набір до 15.04.2025). Серед популярних літературних подкастів України найбільшою є частка проєктів, автори яких – представники різних медіаплатформ (69 %), зокрема: інтернет-видань (22 %), радіо (19 %), медіакомпаній (13), подкаст-студій (6 %), медіапроєктів (6 %), громадських об'єднань (3 %), що цілком очікувано та закономірно, адже медіаплатформи мають, по-перше, обладнання і компетентних співробітників для створення якісного контенту; по-друге, стали аудиторію, котра стає споживачами нових літературних проєктів; по-третє, більше можливостей для залучення спонсорів, які і фінансують створення подкастів.

Друге місце належить незалежним подкастерам (28 %), серед яких є не лише журналісти, а й культурологи, освітяни, письменники, літературознавці, актори. Успішність їхніх проєктів підтверджує, що для створення якісного контенту найважливіше – це нездоланне бажання та вміння працювати зі словом. Спонукальним мотивом до створення подкасту може стати участь в конкурсах, котрі крім матеріальної вигоди забезпечують впізнаваність проєкту, що позитивно позначиться на його просуванні.

Частка відомих подкастів видавництва становить лише 3 % і пов'язано це з тим, що, як довело попереднє дослідження, подкаст-активність поки що не є пріоритетним напрямом у видавничій галузі, проте наявність на деяких сайтах розділів «подкасти, які перебувають в розробці», свідчить про перспективність їх розвитку [9].

Подкастери приділяють однакову увагу творам зарубіжної та сучасної літератури, обираючи за

способом подання інформації розповіді, бесіди та зачитування творів чи їх уривків. Зокрема незалежні подкастери найчастіше спрямовують увагу на обговорення прочитаних книг. Представники медіа рівною мірою послуговуються обговореннями, розповідями, зачитуванням уривків творів. Представники видавництва у переважній більшості анонсують новинки власних видавництв, роблячи підбірки за жанром літератури, серіями тощо, а також влаштовують зустрічі з відомими

авторами-сучасниками, обговорюючи їх творчий шлях та специфіку творчого процесу.

Оскільки об'єктом аналізу були лише найвідоміші літературні подкасти, поза увагою залишилися літературні подкасти інших суб'єктів подкастотворення, зокрема бібліотек, навчальних закладів, котрі, безсумнівно, є важливими складовими системи творців подкастів, специфіка яких потребує уваги в окремих розвідках та становить перспективу подальших досліджень.

Список літератури:

1. Білик І.І., Колісник В.С. Подкаст маркетинг: сучасні стратегії просування бізнесу через аудіоформат. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2024 Вип 20. Т. 1 С. 190–201. doi: <https://doi.org/10.15330/apred.1.20.190-201>.
2. Гаврилюк І. Подкасти в системі українських інтернет-медіа. *Образ*. 2022. Вип. 1. С. 72–79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/obraz_2022_1_9.
3. Знайомтесь: проєкт LitCom. *Український кризовий медіа-центр*. URL: <https://uacrisis.org/uk/znajomtes-proyekt-litcom> (дата звернення 20.01. 2025).
4. Ковтун Н.О. Літературні подкасти в медіапросторі: тематично-жанрові пріоритети. *Держава та регіони. Серія: соціальні комунікації* 2023. № 1(53). С. 71–80. DOI [https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.1\(53\).9](https://doi.org/10.32840/cru2219-8741/2023.1(53).9)
5. Кошелюк О.В., Благовірна Н.Б. Аудіоподкасти європейських видавництв як різновид іміджевої реклами. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.Вернадського. Серія філологія. Журналістика*. 2021. Том 32(71) № 6. С. 205–209.
6. Мудра І, Михайловська Ю. Види та жанри аудіоподкастів від ЗМІ *Образ*, 2022. Vol.1(38). Р. 72–79. <https://doi.org/10.23939/sjs2023.01.040>
7. Науменко А. Тематичний діапазон українських аудіоподкастів *Сучасний масовокомунікаційний простір: історія, реалії, перспективи: матеріали науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (Суми, 26–27 травня 2022 року) / М-во освіти і науки України, Сумський держ. ун-т, Ф-т іноземної філології та соціальних комунікацій, Кафедра журналістики та філології. Суми, 2022. С. 99–102.*
8. Як минув 2024 рік для українських подкастів URL: <https://surl.li/trupsp> (дата звернення: 18.01.2025).
9. Bulakh T., Karpenko O., Martiukhyna, K., Mazhnyk L, Sydorenko T. Publishing podcasts: an analysis of the innovation component of the ukrainian market. *Amazonia Investiga*. 2024. V. 13. № 82. P. 298–307. DOI: <https://doi.org/10.34069/AI/29024.82.10.24>.

Bulakh T. D. LITERARY PODCASTING IN UKRAINE IN TERMS OF AUTHORSHIP

The article is concerned with literary podcasts as an important component of the national podcasting system. Particular attention is paid to the authors in the making of podcasting. The study is aimed at analyzing the most famous Ukrainian literary podcasts according to authorship and their thematic focus. Systematic approach, monitoring, content analysis, statistical grouping, generalization have become the methodological basis of the study. It has been established that the authors of well-known national literary podcasts are: independent podcasters, representatives of online publications; radio, non-governmental organizations, media companies, publishing houses; podcast studios. Among popular literary podcasts in Ukraine, the largest share of projects is created by representatives of various media platforms (69%), second place goes to independent podcasters (28%), the third – publishing houses (3%), which have low podcast activity in general.

The thematic range of literary podcasts is very wide: from discussions of works by classics and contemporaries to the most high-profile film adaptations of literary works. The themes of a podcast are sometimes conceptualized by the specific character of the platform within which its creation was initiated. The authors of literary podcasts mainly use such methods of presenting material as narration, discussion, and reading of works or their excerpts. In particular, independent podcasters most often focus on discussing books they have read. Media representatives equally use discussions, narrations, reading excerpts from the works. The representatives of publishing houses overwhelmingly announce new releases of their own publishing houses, making selections by literary genre, series, etc., and also arrange meetings with famous contemporary authors, discussing their creative career and ins and outs of the creative workflow.

Key words: national podcasting, literary podcasts, podcasters, podcast authors.