

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Навчально-науковий інститут філології

Кафедра історії української літератури, теорії літератури
та літературної творчості

УКРАЇНСЬКІ ПОДКАСТИ ПРО ЛІТЕРАТУРУ:
АНАЛІЗ ТА ХАРАКТЕРИСТИКА

Кваліфікаційна робота
на здобуття ОС «магістр»
студентки II курсу,
галузі знань 03 Гуманітарні науки
спеціальності 035 – філологія
спеціалізації 035.01 «Українська мова і література»
ОП «Літературно-мистецька аналітика
та західноєвропейська мова»
Підбуртної Діани Володимирівни

Науковий керівник:
д. філол. н., проф. Романенко О. В.

«Допущено до захисту»

Протокол засідання кафедри історії української

літератури, теорії літератури та літературної творчості

№ 10 від 19.05.23

Завідувач кафедри _____ д. філол. н., проф. О. М. Сліпушко

КИЇВ - 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1 Літературний подкастинг: спроба класифікації	6
1.1. Подкаст як жанр: зародження і функціонування.....	6
1.2. Класифікації подкастів. Виділення критеріїв типологізації подкастів для власного дослідження сфери.....	11
Висновки до розділу 1	17
РОЗДІЛ 2 Українські подкасти про літературу та їх характеристики.	
Аналіз власного подкасту	18
1.1. Характеристика української подкаст-сфери та літературних подкастів	18
1.2. Загальна характеристика ринку українських подкастів про літературу	39
1.3. Аналіз подкасту «Книжкова агенція редактора Карка» за обраними критеріями.....	42
1.4. Аналіз власного проекту як культурного продукту за наданими критеріями.....	44
Висновки до розділу 2	49
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55
ДОДАТКИ	62

ВСТУП

Актуальність дослідження. Не зважаючи на те, що у своєму первинному вигляді світу подкасти відомі ще з кінця ХХ — початку ХХІ століття, науковці досі не сходяться в думці, що ж таке подкаст: спадкоємець радіопередач чи новий вид медіа. Та одне можна сказати точно – подкаст як продукт міцно увійшов у культурний простір по всьому світу. Сфера подкастингу наразі лише розвивається на українських теренах. Не зважаючи на це, вона вже доволі різноманітна та багатогранна.

Подкасти про літературу становлять доволі об'ємний пласт контенту. Вони розвиваються та вдосконалюються, переходять у відеоформат і стають відеоблогами. Об'єктом дослідження є українські подкасти про літературу. Предмет — особливості сфери українського літературного подкастингу. **Актуальність** цієї роботи зумовлена відсутністю ґрунтовних досліджень українського подкастингу в цілому і літкастів (подкастів про літературу) зокрема.

На український ринок подкасти прийшли відносно недавно, проте вже встигли завоювати певну популярність. Як і в найбільших світових медіагігантів, в українських медіа теж з'явилися власні подкасти (NV, «Українська правда» тощо). Вони розбавляють новинний та аналітичний контент, є чудовим варіантом для людей, які не мають часу чи можливості переглядати відео, тих, хто часто їздить за кермом, чи загалом аудіалів. Подкасти є невід'ємною частиною літературного процесу в сучасних реаліях. Можна сказати, вони трансформують класичну літературну критику: замість того, щоб читати довгу рецензію, потенційному читачу зручніше прослухати кількахвилинне аудіо про книжку і скласти свою думку, адже широкий спектр тем та ведучих дозволяє обирати саме тих, до кого він відчуває довіру. Та не можна

сказати, що подкасти мають критичний вплив у цій сфері. Згідно з думками маркетологів, ринок подкастингу в Україні ще не сформувався, проте тенденція є, про що свідчить хоча б створення їх на базі великих медіа. А за даними опитування «Суспільного», проведеного в 2021 році, частка українців, які слухають подкасти, всього 8,3%. Це дані дворічної давнини, та, оскільки частка українськомовних подкастів зростає, значить росте і попит, а отже й кількість слухачів.

Метою теоретичного дослідження було сформувати загальну картину української подкаст-сфери про літературу. Зокрема через такі характеристики: ступень професійної підготовки ведучого (-чої, -чих); рівень суб'єктивності викладу; підтримка; предмет обговорення; місце в класифікації Александра Санто.

Конкретні завдання дослідження:

- розглянути історію становлення подкасту як медіажанру у світі;
- дослідити сферу українського літературного подкастингу;
- виявити певні основоположні характеристики, які дозволять зробити загальні висновки про функціонування подкастів про літературу;
- сформувати продуктивну матрицю дослідження на основі відомих класифікацій подкастів та певних критеріїв;
- застосувати матрицю на конкретних прикладах;
- сформувати загальну картину українського літературного подкастингу.

Об'єкт дослідження – 34 подкасти про літературу: «Кохання з другого погляду», «Книгосховище», «Перефарбований лис», «Радіо «Астролябія», «Літературно (не)залежні», «Поттеролови», «Правдиві читання», «Радіо Леся», «Репресовані», «Український культ», «Три сторінки на день», «Ш(чи)тець», «Read and drink club», «Дитяча

література для дорослих», «Непам'ятники», «Станція 451», «Лабораторія нонфікшн», «Слова невинні», Neolit, «Акустика тіней», «До всіх своїх», «Ранкова доза», «Лем каже», «Правда і Кривда», Kult Podcast, «Взяла і прочитала», «Наразі без назви», «Вуса Гоголя», «Я включив не той подкаст», «Шева, Леся і Франко», «Наша класика», «Радіо «Палантир», «Літчайка», «Повітряна стихія», «Тупочитай».

Джерельна база дослідження – 34 українських подкасти про літературу, розміщені на платформі Google Podcast.

Предмет дослідження – жанрові особливості подкасту, систематизація і класифікації українських подкастів про літературу та літературний процес.

Основні методологічні підходи, використані в дослідженні: проблемно-хронологічний, порівняльний методи, метод структурного аналізу, описовий підхід та мікроаналіз.

Проблемно-хронологічний метод дозволив дослідити явище подкастингу від його зародження до сучасності, а також виявити більш конкретні аспекти. За допомогою порівняльного методу було виявлено та визначено певні характеристики досліджуваного матеріалу та побудовано продуктивну матрицю дослідження. Метод структурного аналізу дав змогу розглянути значення та місце окремого подкасту в загальному масиві. Описовий підхід дозволив об'єднати отримані результати у єдине ціле та сформувати загальну ситуацію, яка відбувається наразі в українському літературному подкастингу. За допомогою мікроаналізу було досліджено кожен окремий подкаст, визначено якісні характеристики, притаманні саме йому.

Джерельна база дослідження — 34 українських подкасти про літературу, розміщені на сервісі Google Podcast.

Новизна роботи полягає в тому, що вперше було виконано комплексний аналіз літературно-мистецького продукту — подкастів про

літературу. Практична користь виражається в покращенні розуміння процесів висвітлення української літератури в масовій культурі. Оскільки практичною частиною роботи є власний подкаст, то це також поява нового українськомовного культурного продукту на українських теренах та поповнення сфери літературного подкастингу.

Робота була **апробована** на кількох заходах різного рівня. Це наукові конференції та конкурс:

1. Всеукраїнський конкурс літкастів (літературних подкастів) для популяризації читання та впровадження нових форматів у гуманітарній освіті «КрутеЗНО», номінація «Сучукрліт» (отримала спецвідзнаку від партнера проєкту «Видавництво Старого Лева»).

2. Восьмий міжнародний науково-практичний семінар «Текст і образ: особливості взаємодії між наративом та візуальністю. Образи війни», Київський національний університет імені Тараса Шевченка (21.10.2022).

3. Всеукраїнська (з міжнародною участю) наукова онлайн-конференція «Літературний процес: від нації колонізованої до нації-переможця» (28.04.2023).

Підтвердження апробації представлені в *Додатку 1*.

Робота складається з двох розділів — теоретичного та практичного. Практичною частиною роботи є два випуски власного подкасту «Книжкова агенція редактора Карка».

РОЗДІЛ 1

ЛІТЕРАТУРНИЙ ПОДКАСТИНГ: СПРОБА КЛАСИФІКАЦІЇ

1.1. Подкаст як жанр: зародження і функціонування

З розвитком digital-технологій подкастинг як одна з форм медіа міцно увійшов у наше життя. Він належить до так званих нових медіа, які Кембридзький словник визначає як «продукти та сервіси, які забезпечують надання інформаційного або розважального контенту за допомогою комп'ютерів чи Інтернету, а не традиційними методами, такими як телебачення та газети» (переклад — Д. П.) [63].

Термін «podcast» поширився завдяки британському журналісту Бену Гамерслі у 2004 році. Він вжив його у своїй статті для «The Guardian» про аудіоблоги «Audible revolution», які стали інноваційною заміною радіо та газетам [55]. Він, та творець блогів, про якого була написана ця стаття, Лайдон, вважали, що це новий вид медіа, який, «поєднуючи інтимність голосу, інтерактивність вебблогу та зручність і портативність завантаження MP3, робота Лайдона, здається, бере найкраще з усіх світів, і не лише для слухача (пер. — Д. П.)» [55].

Зазначимо, що слово «подкаст» утворилося від поєднання слів «iPod» і «broadcasting», тож вимагає написання та вимови саме через літеру та звук «o», а не «i», як це роблять деякі мовці, «українізуючи» звучання. Проте таку транслітерацію, правопис і звучання зокрема фіксують мережеві словники «Словник іншомовних слів» [23] та «Горох» [24].

Наразі подкастинг як явище зазнав певних трансформацій. Це все ще різновид блогу, який можна завантажити чи прослухати онлайн на відповідних платформах. Проте наразі він перейшов також у відеоформат. Тиціано Боніні зазначає, що подкастинг, хоч і має корені у

радіо, проте зараз бере багато від інших видів мистецтв та медіа. Зокрема збільшилась візуальна частка: лого, обкладинка на YouTube, ілюстрація, акаунт в Instagram і навіть форма мему в інтернеті [49]. І наразі це повністю гібридне явище, яке має свої особливості та претендує на автономність. Основною відмінною його рисою є прослуховування на вимогу, що якісно відрізняє його від аудіовізуального потоку, який представляв відмінну рису медійного мовлення, згідно з Вільямсом [73].

Дослідники досі сперечаються, коли саме подкастинг відокремився як окремий медіажанр.

Його історія почалася ще з аудіоспектаклів та радіоефірів, які набували популярності з 1940-х років ХХ століття, проте як окремий жанр нових медій подкастинг зміг виокремитися лише з розвитком новітніх технологій і масового поширення мініпрогравачів. У вересні 2000 року компанія i2Go, перший виробник MP3-плеєрів, запустив першу в своєму роді систему, яка давала змогу вибирати, завантажувати та зберігати в пам'яті пристрою (ПК або портативних) серійний епізодичний аудіоконтент [60]. Також i2Go розробила платформу цифрових аудіоноVIN і розваг під назвою MyAudio2Go.com, яка дозволяла користувачам автоматично завантажувати різний тип аудіоконтенту, який періодично оновлювався: новини спорту та світу, розважальний контент, погоду, музику в зручному аудіоформаті, який підходив для прослуховування ПК, портативному пристрої eGo. чи інших MP3-плеєрах. Ця послуга проіснувала понад рік, але через крах доткомів компанія i2Go розорилась і припинила роботу [53].

Проте ця подія лише підштовхнула ринок до пошуку нових шляхів розвитку. В 2000-му році американський підприємець Тристан Луїс запропонував удосконалити новий спосіб передачі аудіофайлів — RSS-канали (Really Simple Syndication feeds), запропонований у 1999 році Бен

Ліббі та Раманатаном В. Гуха [70]. Прототип успішної моделі передачі даних Луїса RSS 0.92, реалізував Дейв Вінер, проте вона стане популярною аж через 3 роки. Першим подкастом можна назвати інтерв'ю колишнього ведучого NPR Крістофера Лідона з різними політиками та технологами, які Дейв Вінер зібрав у своєму RSS-каналі [66]. 23 жовтня 2001 р. з'явився перший iPod — портативний медіапрогравач компанії Apple, який дозволяв зберігати файли на картах пам'яті або для деяких моделей — жорстких дисках. Слоганом нового гаджету стала фраза «1000 пісень у твоїй кишені». Цю дату можна назвати однією з ключових, адже згодом Бен Гамерслі дасть назву новому типу медіа саме на основі iPod. Дві інші назви, що побутували, Audioblogging («Авдіоблогінг») і GuerillaMedia («Партизанські медіа»), так і не засвоїлися у вжитку. Перше задокументоване використання слова «подкастинг» було в епізоді подкасту Evil Genius Chronicles 18 вересня 2004 року Дейвом Слашером, який зокрема роздумував про монетизацію свого подкасту, чи варто йому взагалі це робити і якщо так, то який це має бути спосіб: спонсорство чи добровільні донати [65]. Онлайн-словник сучасного англомовного сленгу Urban Dictionary, який найшвидше реагує на зміни в розмовній мові, фіксує це слово дещо пізніше — 28 березня 2005 року [72]. А в 2005 році слово «podcast» стало словом року за версією New Oxford American Dictionary [74]. В Urban Dictionary зазначено, що творцем терміну є Адам Каррі. Його також називають «podfather» (гра слів — англійською «godfather» означає «хрещений батько») [45]. Каррі працював над подкастам разом з Дейвом Вінером і був одним із перших, хто творив цю сферу такою, як ми її знаємо. Достовірно не можна сказати, хто ж насправді винайшов слово «podcast», проте ми можемо бачити задокументовані факти, які вказують на Гамерслі як першого, хто долучився до його популяризації, вживши в статті в топовому ЗМІ.

Якщо ж ми говоримо про форму аудіотрансляцій та аудіозаписів у відриві від розвитку технологій і знаного нам вигляду, то прототип подкастів з'являється давно. Дослідники досі не дійшли згоди, чи принесла епоха подкастингу щось нове у світ медіа, чи це просто видозмінена форма радіоспектаклів / радіопередач. Багато дослідників, зокрема Лейсі [58], Боттомлі [50] та Квайнар [52] схиляються до думки про спадкоємність радіо та подкастингу, вони вважають це більше трансформацією форми, а не кардинальною зміною медіа.

Інші ж, зокрема Маркман [59], впевнені, що відокремленість форми від носія, тобто зміна способу доставлення інформації (адже подкасти можна слухати не лише на програвачах, завдяки зручності стримінгових сервісів їх можна слухати, наприклад, на смартфоні) забезпечила і трансформацію типу медіа. Хенкок і МакМерті [56], а також Морріс і Паттерсон [61] визначають подкастинг як «нову культуру», для якої притаманний свій спосіб організації та подачі мовлення.

Тиціано Боніні вважає, що обидва вектори руху дослідників можна поєднати, якими б різнонаправленими вони не здавались. На його думку, подкастинг — це гібридна культурна форма, яка виникла внаслідок рекультивації різних засобів масової інформації, тому цілком природним є те, що подкастинг виробляє свою специфіку, залишаючи ефективні елементи способу подачі інформації, взяті у звичних ЗМІ та деяких видів мистецтва: «подкастинг, як це робило радіо перед цим, також черпає з літератури (мистецтво написання сценарного подкасту надихає як високочоле, класична та популярна література); театру (мистецтво озвучення тексту корениться в театральній майстерності); виконавського мистецтва (мистецтві перетворення подкасту на живу подію чи навпаки); нарративній журналістиці, особливо її «радикальній» версії, втіленій в т. зв. *новій журналістиці* — жанрово розмитому меланжі етнографії, репортажу-розслідування та художньої літератури,

які виникли в США протягом шістдесятих років; візуальних засобів масової інформації (мистецтво редагування звуку може бути натхнене практиками редагування аудіо вільних засобів масової інформації, або створення зображень і фотографій для веб-сайту подкаст, створення документації, залучення аудиторії через Instagram); дизайну (мистецтво створення логотипів, обкладинок і вебсайтів подкастів); і культури присутності в Інтернеті (мистецтві залучення аудиторії через онлайн-меми та соціальні мережі), блоги є одним із його ранніх проявів. Текстові блоги цілком можна віднести до прапредків подкастингу: вони проклали шлях до інтимного, зміщеного в часі способу подкастингу прослуховування» [49].

Тож Боніні пропонує розглядати подкастинг не як медіаоб'єкт (адже подкаст сам по собі є збірним явищем, а не одним лиш аудіорядом), не технологією розповсюдження, а конкретною культурною формою [49]. Також варто зазначити, що Боніні говорить про «другу епоху подкастингу» — наразі це не просто доповнення радіо, а незалежний формат розповіді [48]

Зазначимо, що в рамках дослідження розглянуто саме класичний аудіальний формат подкастів. Наразі, як і говорить Боніні, межі подкастингу доволі розширилися, тож навіть продукт, який містить відео (відеокаст) теж іноді відносять до подкастів. Зазвичай, його можна слухати окремо від відеодоріжки, адже основне інформаційне навантаження несе аудіо. Проте увага зосереджена саме на типових подкастах, які не потребують від творця додаткових витрат та умов (студії, освітлення, відеокамери). Можна вважати, що ці два види подкастів все ж мають різне сенсорне навантаження, і, відповідно, інакший вплив на реципієнта.

1.2. Класифікації подкастів. Виділення критеріїв типологізації подкастів для власного дослідження сфери

Спроб класифікувати подкасти було зроблено доволі багато. Наприклад, Ерік Ньюзум, співзасновник нью-йоркської компанії Magnificent Noise, яка займається створенням аудіоконтенту та консалтингом розділяє подкасти всього на два типи: історії та балачки. Серед історій він виокремлює сезонні оповідки, багатосюжетні подкасти та серійні історії. Балачки ж він класифікує на бесіди, тиради й запитання та відповіді [19]. Це доволі узагальнена класифікація, що не претендує на академічність та не враховує можливих винятків і не дуже підходить для дослідження ринку подкастів.

Письменник і медіаконсультант Александр Санто виділяє вісім типів подкастів [4646]. Кожен з них відповідає певним запитам і найбільше підходить під потреби певної цільової аудиторії.

1. Подкасти-інтерв'ю (Interview Podcasts)

Це розмова одного чи двох ведучих із запрошеним гостем. Він у форматі відповідей на запитання ділиться своїм досвідом чи думками з приводу певної теми / сфери. Для того, аби цей тип подкастів був максимально успішним, ведучий/-чі мають володіти певними навичками інтерв'ювання та вимагає доволі глибоких досліджень в обраній темі.

Подкасти-інтерв'ю Александр Санто своєю чергою поділяє на:

- а) експертні інтерв'ю;
- б) розважальні інтерв'ю.

2. Розмовні подкасти (Conversational Podcasts)

Розмовні подкасти мають багато спільного з радіошоу. Цей формат передбачає співведучих, які діляться своїми думками щодо певних тем.

Можуть бути також запрошені гості. Особливістю цього типу подкасту є взаємодія між (зазвичай) двома ведучими. Якщо між ними є непорозуміння, вони малознайомі чи погано ладнають, реципієнт одразу це вловлює, що впливає на успіх і сприйняття контенту. Санто також говорить про технічні особливості цього типу подкастів, адже якщо співведучі проживають у різних містах, можуть виникнути труднощі на етапі запису та монтування.

3. Монологічні подкасти (Monologue Podcasts)

Їхня відмінна риса — один ведучий, який говорить весь епізод. Зазвичай їх записують експерти у певній галузі, а основна ціль слухачів — дізнатися більше про конкретну тему чи почути думки людини, в компетенції якої вони не сумніваються, щодо останніх новин чи подій. Ведучий чи ведуча має достатньо глибоко розбиратися в темі, яку висвітлює, а також бути достатньо ерудованим, аби заповнити багато епізодів. Проте можна також зробити подкаст обмеженого тиражу, який буде орієнтований на вузьку тему чи проблему. Перевагою такого типу подкастів є незалежність від інших людей. Це і відсутність необхідності погоджувати свій розклад з іншою людиною, і знаходити конект зі співведучим, аби ваша розмова звучала органічно.

4. Сторітелінг / подкасти-розслідування (Storytelling / Investigative Podcasts)

Це зазвичай нонфікшн подкасти. У цьому форматі один або кілька ведучих в одному епізоді розповідають частину або цілу історію. Цей тип подкастів націлений викликати враження та емоції. Проте ведучі мають добре вивчити тему, написати захопливий сценарій та володіти навичками оповідача.

5. Подкасти-круглі столи (Roundtable Podcasts)

Круглі столи або панельні шоу передбачають постійну чи змінну групу ведучих, які обговорюють певні теми. Часто один головний

ведучий направляє дискусію, а співведучі виконують певні ролі (наприклад, хтось надає експертні коментарі, а хтось — комедійні).

Вони дають слухачам відчуття причетності до приватного клубу (наприклад, ті, хто лише долучився до прослуховування, не зрозуміють локальних жартів, на відміну від тих, хто слухає вже давно). Такі подкасти розподіляють навантаження між співведучими.

6. Театральні подкасти (Theatrical Podcasts)

Цей формат дещо подібний до аудіокниг чи аудіовистав. Деякі театральні подкасти мають одного ведучого, який розповідає історію. Інші ж — цілу команду виконавців та звукорежисерів. Творці занурюють слухача в атмосферу інакшої реальності. Такі подкасти конкурують не лише між собою, а й з іншими формами розваг: телешоу, аудіокнигами, фільмами.

7. Подкасти зі змінним вмістом (Repurposed Content Podcasts)

Програми новин є одними з найбільш впізнаваних у цій категорії. Такий формат підходить для брендів, які генерують багато контенту й одну й ту саму історію можуть подати текстово, у відео- та аудіоформаті. Наприклад, якщо є блог, кожна публікація може бути перетворена в окремий епізод подкасту. Це подвоює обсяг інформації й дозволяє задовольнити потреби реципієнтів, які надають перевагу різним форматам матеріалу.

8. Гібридні подкасти (Hybrid Podcasts)

Це подкасти, в яких скомбіновані всі перелічені вище способи подачі інформації. Наприклад, подкастер-експерт може вести подкаст у стилі монологів і деколи брати інтерв'ю у запрошених гостей. Це може бути інтерв'ю чи панельна дискусія, яка перериватиметься монологами ведучого. Є безліч варіацій поєднання.

Також існує класифікація Крістофера Дрю, створена у 2017 році [54]. Вона є не дуже розлогою, адже автор узагальнював спосіб нарації,

не звертаючи уваги на деталі. Він взяв за матеріал освітні подкасти та виділив такі категорії:

1. Швидкий постріл (The Quick Burst)

Ці подкасти часто називають «однохвилинними». Основна їхня відмінна риса — чітко обмежені часові рамки, зазвичай до 5 хвилин. Інформація подається стисло та лаконічно. Вони часто позиціонуються «у вас немає часу читати багато інформації, тож ми прочитали її за вас».

2. Оповідь (The Narrative)

Основною метою та водночас інструментом цього типу подкастів є розповідь цілісної історії. Дрю говорить, що цей тип оповіді, увібравши в себе особливості радіомовлення та аудіокниг, виробив власний унікальний стиль. Центральною рисою є сторітелінг. Також використовуються покажчики та перехресні посилання (від одного епізоду подкасту до іншого).

3. Чат-шоу (The Chat Show)

Комунікативна мета цього типу жанру подкастів — представлення різних думок, ідей та концепцій у розмові. Дрю порівнює його із радіошоу, де гості висловлюють свої думки щодо різних явищ, ситуацій чи подій. Цей жанр є відмінним від двох попередніх, адже в його основі — активний діалог та/або опозитивні думки.

Вважаємо, що оскільки предметом нашого дослідження є подкасти про літературу, їх доцільно було б внести в категорію «освітні», адже головною метою творців є поділитися інформацією задля розвитку і поповнення знань своїх слухачів. Частково вони є також розважальними, проте основна мета, на нашу думку — це надання нової інформації чи актуалізація знань.

Для дослідження ринку подкастів та його функціонування ми виведемо власну систему критеріїв, яка базована на збірних ознаках подкастів про літературу. Вона має допомогти зрозуміти, яка ситуація на

ринку подкастів зараз: хто творить подкасти — аматори чи професіонали, чи є у подкастів власні платформи, партнерські платформи, спонсори, які типи подкастів переважають. При спробі групування ми частково будемо послуговуватися класифікацією Александра Санто як однією з найбільш повних та такою, що враховує багато факторів.

Ми вже звузили тематично предмет — подкасти про літературу. Тож для дослідження ситуації на ринку подкастів будемо послуговуватися такими критеріями:

1. Ведучий (людина з освітою, дотичною до сфери літератури чи культури / аматор).
2. Рівень суб'єктивності викладу (мета — висловити враження / аналітика, критика).
3. Підтримка (має партнерську платформу / автономний).
4. Предмет обговорення (українська література / світова література / конкретна література (якщо подкаст стосується лише певного автора, книг певного видавництва чи певного пласта творів).
5. Місце в класифікації Александра Санто.

Вважаємо ці критерії продуктивними та такими, що доволі повно відобразять картину, адже ґрунтовних досліджень ринку подкастів ми не маємо. Вона дасть змогу побачити успішність різних за своєю природою подкастів і визначити, які ж є найбільш поширеними на українському ринку.

Матеріалом для класифікації слугуватимуть 34 українських подкасти про літературу. Критеріями відбору були: мова (українська), тема (література українська або зарубіжна; дотичною також може бути сфера культури, але не ключовою), тип контенту (аудіо; допустимим є відеоряд, проте подкаст обов'язково має бути розміщеним на подкастинговому сервісі Google Podcast).

Методи дослідження: аналіз, синтез, порівняння, дедукція, індукція,
метод груповання.

Висновки до розділу 1

В епоху нових медіа подкасти міцно увійшли в інфополе. Вони є гібридним форматом, який належить до нових медіа. Термін «подкаст» з'явився у 2004 році завдяки журналісту Бену Гамерслі й міцно закріпився в узусі. Дослідники досі не можуть остаточно віднести подкасти до нової форми медіа чи визнати, що вони є спадкоємцями радіотрансляцій. Проте Тиціано Боніні вважає, що подкаст є самостійною формою медіа, яка багато взяла від радіо й традиційних ЗМІ та різних видів мистецтва. Класичними подкастами є саме аудіоформатні, проте вони докорінно відрізняються від перших подкастів, які не мали жодної візуальної складової (обкладинки, логотипу), адже прослуховувались здебільшого на MP3-плеєрах та інших програвачах, заточених лише під відтворення та зберігання аудіо.

Не існує єдиної універсальної класифікації для подкастів, оскільки їхніх варіацій настільки багато, що важко врахувати всі особливості. Проте найбільш розлогою і продуктивною, на нашу думку, є класифікація Александра Санто, якою ми послуговуватимемося як одним із критеріїв оцінювання українських подкастів про літературу.

РОЗДІЛ 2

УКРАЇНСЬКІ ПОДКАСТИ ПРО ЛІТЕРАТУРУ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКИ. АНАЛІЗ ВЛАСНОГО ПОДКАСТУ

1.1. Характеристика української подкаст-сфери та літературних подкастів

Загалом, поки що в Україні немає повноцінного дослідження ринку літературних подкастів. Є лише деякі опитування щодо ситуації з попитом на прослуховування подкастів загалом. Так у 2021 році, в жовтні, «Суспільним» було проведене опитування, результати якого показали, що лише 8,3% українців слухають подкасти.

Переважна більшість слухачів — чоловіки (57,2%). Середній вік — 31 рік. Респондентів — 1434 особи. Опитували у чотирьох різних областях, до вибірки увійшли чотири вікові групи (18-29, 30-44, 45-64, 65 і старші).

У Києві найбільше слухають подкасти — 11,6%, трохи менше на Півночі – 11,0%. На Півдні і в Центрі – 10,4% слухачів, на Сході – 7,8%. Найменше споживачів аудіоконтенту на Заході – 4,7%.

Щодо локального розміщення, то слухачами подкастів в основному є жителі великих міст (з населенням понад 100 тисяч жителів) – 69%, а з-поміж не-слухачів їх менше – 47,1%. Також подкасти переважно слухають люди з вищою освітою – 55,8%, проти 45,1% серед тих, хто не слухає [33].

Така тенденція свідчить про слабе зацікавлення українським слухачем подкастами загалом. За результатами опитувань того ж 2021 року в інших країнах цей показник значно вищий (у Великій Британії — 22%, у Німеччині — 25%, у Франції — 28%, в Італії — 31%, в Іспанії — 38%, за даними дослідження 2021 Digital News Report від Reuters

Institute for the Study of Journalism [64]. У США в 2020 році за даними щорічного дослідження The Infinite Dial 169 млн. людей є слухачами подкастів (при населенні 331,9 млн) [71]. Це можна пояснити тим, що на українські терени подкастинг прийшов значно пізніше і лише набуває свого розвитку як нове медіа. Якщо ми говоримо про зародження подкастів у США ще на початку двотисячних, то в Україні вони набули поширення приблизно у 2019-2020 роках, перед і впродовж пандемії COVID-19. Про це свідчать, наприклад, статті в топових медіа про те, що таке подкастинг (наприклад, стаття на «Українській правді» «Що таке подкасти та як їх слухати?» датована 20 вересня 2020 року) [39]. А в статті «Детектора медіа» від 23 січня 2020 року «Хто створює подкасти в Україні та як на них заробити?» вказано, що українські подкасти створюються переважно на базі медіа (наведено кейси «Української правди», Radio Skovoroda, «Радіо Аристократи», вказано про запуск власного подкасту в листопаді 2019 року виданням The Village) [4].

Звичайно, війна змінила ситуацію в українській подкаст-сфері загалом. Проте, як виявилось, війна навпаки призвела до зростання українськомовного продукту, а не його завмирання чи зменшення на ринку. Про це зокрема говорять менеджерки Megogo Audio Катерина Котвіцькою та продюсерка Megogo Audio Юлія Білоус [34].

Повертаючись до подкастів на літературну тематику, то першим можемо вважати подкаст «Акустика тіней». Він був створений ще у 2016 році. Немає точного дослідження про кількість літературних подкастів, як і немає одного майданчика, де зібрані вони всі, тому для аналізу ринку доводиться брати дані з кількох джерел. На базі сервісу Google Podcasts і телеграм-каналу «Наші подкасти», створеного для поширення інформації про актуальні українські подкасти на різноманітні теми, було визначено 34 подкасти. Це: «Лабораторія

нонфікшн», «Слова невинні», Neolit, «Акустика тіней», «До всіх своїх», «Ранкова доза», «Лем каже», «Правда і Кривда», Kult Podcast, «Взяла і прочитала», «Наразі без назви», «Вуса Гоголя», «Я включив не той подкаст», «Шева, Леся і Франко», «Наша класика», «Радіо «Палантир», «Літчайка», «Повітряна стихія», «Тупочитай», «Кохання з другого погляду», «Книгосховище», «Перефарбований лис», «Радіо «Астролябія», «Літературно (не)залежні», «Поттеролови», «Правдиві читання», «Радіо Леся», «Репресовані», «Український культ», «Три сторінки на день», «Ш(чи)тець», «Read and drink club», «Дитяча література для дорослих», «Непам'ятники», «Станція 451» .

Для більшої зручності в цьому підрозділі ми дамо загальну інформацію про подкасти: опис, доступний на платформі гугл-подкаст, за потреби — коротку інформацію про проєкт, проаналізуємо кожен з них за обраними критеріями, а в наступному підсумуємо і порахуємо, які подкасти на українському ринку переважають. Зведена таблиця — *Додаток*.

1. «Лабораторія нонфікшн»

«Лабораторія нонфікшн — перший український подкаст про якісний нонфікшн. В першому сезоні Олександр Панасюк, а в другому Валерій Калниш разом з гостем обговорюють одну із книг видавництва «Лабораторія» та проблематику навколо теми та жанру. Проєкт створений видавництвом "Лабораторія" за підтримки першої аудіобукс книгарні "АБУК"» [11].

Цей подкаст створений спеціально під свої потреби видавництвом «Лабораторія», яке спеціалізується на нонфікшн-книгах. В кожному випуску є запрошений гість чи гостя, спеціаліст у своїй галузі (наприклад, в медицині, психології, чи кіно), з яким ведучий спілкується.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Лабораторія нонфікшн»:

- 1) має ведучого-професійного інтерв'юера;
- 2) його мета — аналітика;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) не має сформованої спільноти і додаткового платного контенту;
- 5) предмет обговорення — вузькоспеціалізовані профільні книги, переважно перекладні;
- 6) за класифікацією Александра Санто — це подкаст-інтерв'ю.

2. «Слова невинні»

«Пірнаємо у море української літератури під сонцем найбільших її світил! Літературний подкаст «Слова невинні» з Вікторією Лавриненко. Спогади, розмови та літературно-винні рекомендації від улюблених авторів. Під сонцем і вином десь посередині літа!» [35].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Слова невинні»:

- 1) має ведучу-професійну подкастерку;
- 2) його мета — поділитися враженнями;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) предмет обговорення — відомі в Україні книжки українських авторів;
- 5) за класифікацією Александра Санто — це подкаст-розмова.

3. Neolit

Перший сезон не має опису, проте він доступний для другого сезону «Neolit 2.0. Сучасна класика»: У другому сезоні подкасту про тренди сучасної літератури Neolit “Сучасна класика” ми розповімо про кількох авторів світових бестселерів останніх десятиліть (обраних, звісно ж, максимально суб'єктивно), чиї книги в українському перекладі ми всі бачили на полицях книжкових або, можливо, навіть тримали у

руках. Чому варто звернути на них увагу, у чому секрет їхнього успіху і чому саме ці книги — слухайте у 6 випусках Neolit 2.0 Сучасна класика. Вдячні за співпрацю Фоннація Продакшн — студія звукозапису, завзятий популяризатор україномовного контенту [62].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст Neolit:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

4. «Акустика тіней»

«Авторський подкаст Іванни Шкромиди про світову літературу» [1].

Іванна Шкроміда — професійна журналістка. Вона почала створювати подкаст, базуючись на власних вподобаннях та з метою створити новий продукт на українському ринку [6]. Кожен епізод присвячений різним письменнику чи письменниці.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Акустика тіней»:

- 1) має ведучу-професійну журналістку;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг;
- 3) не має спонсорської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

5. «Літературні балачки “До всіх своїх”»

«Літературні балачки підготовлені в рамках мандрівного проєкту "Мистецького фестивалю "І" та Українського інституту книги "До всіх своїх". Ми мандруємо у рідні міста письменників та розмовляємо з ними про все літературно важливе» [13]

Фестиваль «І» — це триденний мистецький захід, який проводять у Тернополі щовесни з 2013 року [41]. Ведучі подкасту в рамках проєкту беруть інтерв'ю в письменників, які були залучені до фестивалю.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Літературна балачки “До всіх своїх”»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є аналітична / критична розмова з письменниками;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — подкаст-інтерв'ю, доступне також відео.

6. «Ранкова доза»

«Літературний подкаст "Ранкова доза" — це шанс почати ваш ранок трошки інакше. Раз на тиждень о 8:00 один із зіркових амбасадорів запропонує вам свою улюблену літературну історію, а ми її озвучимо. Час від часу ви зможете починати день не з нудних соцмереж і страшних новин, а з маленької ранкової дози краси» [32].

Подкаст — продукт співпраці видання «Українська правда» та Українського інституту книги. Він якісно відрізняється від подкастів, розглянутих раніше, адже в його основі — емоційне прочитання уривка твору.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Ранкова доза»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є вираження суб'єктивного враження та емоційне прочитання уривка твору;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — театральний подкаст.

7. «Лем каже»

«Сто років тому у Львові народився письменник, фантастичними книжками якого зачитувалися мільйони людей по всьому світу. І автори цього подкасту, Аліса Ліндеман та Володимир Арєнєв, зачитувалися теж. Із подивом вони збагнули, що фантазії на тему «яким будуть світ і технології», вже здійснилися — власне, як і загрози, передбачені Станіславом Лемом. Поляризація суспільства та пошук ідентичності під час глобалізації, розвиток біотехнологій та етичні проблеми трансгуманізму, постправа, кризи людства... Це подкаст про те, як реагувати на майбутнє, яке вже настало. Історії про життя, ідеї та твори Станіслава Лема та дискусія про виклики сучасного світу між ведучими подкасту та культурними лідерами з різних країн світу. Автори: Аліса Ліндеман, Володимир Арєнєв. Виробництво IZONE Media. Ілюстрація на обкладинці — Ольга Сак. Дизайн обкладинки і шрифти – Ігор Дунець. За підтримки Фонду Прав Людини Посольства Королівства Нідерландів, Польського інституту в Києві та Посольства Держави Ізраїль в Україні. За допомоги «Радіо Поділ», Радіо The Ukrainians, Urban Space Radio, «Радіо Скорбота» [12].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Лем каже»:

- 1) має професійних ведучих;
- 2) його метою є аналітичне / критичне осмислення творчості Станіслава Лема;

- 3) має партнерські платформи та спонсорів;

- 4) у фокусі уваги — вузькоспеціалізована література, культура;

- 5) тип — розмовний подкаст.

8. Правда і кривда

Опис першого сезону відсутній, проте є опис другого, який називається «(ні)коли знову» і присвячений мілітарній літературі: Привіт усім слухачам і слухачкам! Це другий сезон подкасту «Правда і

кривда: (ні)коли знову" про воєнну літературу. У десяти випусках ми будемо говорити про масштабні воєнні конфлікти, що сталися протягом ХХ-го та зачепиле ХХІ століття, від Першої світової війни до російсько-української війни, що відбувається зараз. Ми забираємо мікрофон у метрополій. Будемо слухати голоси поневолених народів (передовсім, українців), які вирішили виборювати право на свободу, а також тих, які потрапили у війни не зі своєї волі. Приємного переслуху!» [27].

В першому сезоні «Правди і Кривди» предметом обговорення була світова література, включно з українською. Подкаст створений на базі платформи <https://www.instagram.com/pustoproject/> [26].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Акустика тіней»:

- 1) має ведучих-професійних філологинь;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — розмовний подкаст.

9. Kult Podcast

«Подкаст про культуру. Автори — літературознавиця Тетяна Огаркова та філософ Володимир Єрмоленко, викладачі Могилянки. [facebook.com/kultpodcast](https://www.facebook.com/kultpodcast). -- Підтримати можна тут: [patreon.com/kultpodcast](https://www.patreon.com/kultpodcast)» [57].

В кожному новому епізоді ведучі розповідають про визначну особистість. Здебільшого це стосується письменників (наприклад, Лесі Українки чи Артюра Рембо) або культурних явищ. Доступний для прослуховування окрім стримінгових платформ на медіаплатформі NV Podcasts.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що Kult Podcast

- 1) має ведучих-професійних літературознавців;

2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг та біографій письменників;

3) має партнерську платформу;

4) у фокусі уваги — світова література, культура;

5) тип — розмовний подкаст.

10. «Взяла і прочитала»

«Культурна менеджерка Богдана Неборак говорить про літературу та її вплив на розуміння складних речей. Цей подкаст є частиною незалежної спільноти українських подкастів «Радіо Поділ»» [2].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Взяла і прочитала»:

1) має ведучу-професійну культурну менеджерку;

2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг та біографій письменників;

3) має партнерську платформу;

4) у фокусі уваги — світова література, культура;

5) тип — монологічний подкаст.

11. «Наразі без назви»

«Наразі без назви — подкаст, в якому Анастасія Євдокимова і Богдана Неборак ставлять одна одній складні питання про культуру й іноді читають книжки» [16].

Подкаст належить до The Ukrainians Media.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Наразі без назви»:

1) має професійних ведучих: культурну менеджерку та літературознавицю;

2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг та біографій письменників;

3) має партнерську платформу;

4) у фокусі уваги — світова література, культура;

5) тип — розмовний подкаст.

12. «Вуса гоголя»

«Йоу, вас вітає несерйозний подкаст про серйозні книги. Два рази на місяць два невдахи без освіти і мізків розповідають про шедеври світової літератури. В цій пригоді вони пробираються крізь тонну розумних слів, жартують, матюкаються і пояснюють, чому читати — це кльово. Одягніть навушники і пристебніть ремені безпеки — буде весело!» [3].

Подкаст є частиною Gogol Media.

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Вуса Гоголя»:

1) має ведучих-аматорів;

2) його метою є поділитися суб'єктивними враженнями;

3) має партнерську платформу;

4) у фокусі уваги — світова література, культура;

5) тип — розмовний подкаст.

13. «Я включив не той подкаст»

«Ви включили не той подкаст, якщо шукаєте тут літературознавство, але ви на місці, коли вам знайома проста радість читання. От уявіть, що двоє ваших друзів у пабі обговорюють прочитане. Без академізму та претензійності, але з захопленням та пристрасстю, жартами та місцями нецензурною лексикою. Беріть келих сухого або пляшку прохолодного Опілля, вмикайте подкаст та приєднуйтеся до нас! Слухати нас можна й на інших платформах. Голоси: Андрій Іващук, Ольга Кендзіор Запис та зведення аудіо: Антон Ткачук Колаж: Андрій Іващук» [44].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Я включив не той подкаст»:

- 1) має ведучих-аматорів;
- 2) його метою є поділитися суб'єктивними враженнями;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — подкаст-круглий стіл.

14. «Наша класика»

«Знакові твори української та зарубіжної літератури з фондів Українського Радіо. Один дотик — і ви вже наодинці з культовими текстами» [2717].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Наша класика»:

- 1) не має ведучих;
- 2) його метою є поділитися фрагментами театрального прочитання творів;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — театральний подкаст.

15. Шева, Леся і Франко

«Подкаст про українських класиків. Для тих, хто прогулював укрліт, але хоче знати, чим наші круті» [43].

Створений піарницею та телевізійницею за фахом, яка ґрунтовно готується до запису, проте все ж не має профільної освіти чи дотичності до сфери культури, тому є аматоркою [10].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Шева, Леся і Франко»:

- 1) має ведучих-аматорів;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;

5) тип — розмовний подкаст.

16. Радіо Палантир

«Цикл подкастів про світ Дж.Р.Р. Толкіна від Vertigo та «Твоєї підпільної гуманітарки» [31].

1) має ведучих-фахівців;

2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;

3) не має партнерської платформи;

4) у фокусі уваги — специфічна література (творчість Дж. Р. Толкіна і серіал, знятий за мотивами його книжок), культура;

5) тип — розмовний подкаст.

17. Літчайка

«Йоу, ви натрапили на подкаст «Літчайка»! Тут ми, чайка Анна, чайка Катя і чайка Аня, щиро чайкаємо про все на світі крізь книжки. Любимо Боба Марлі, чайок (тих, що літають), посміятися і почитати. Тож не гайте часу — слідкуйте за апдейтами, поширюйте і донатьте (можна навіть нам)! Наш інстаграм: <https://instagram.com/litchayka?igshid=YmMyMTA2M2Y=> Подкаст було створено в рамках Всеукраїнської школи «Агенти змін» [15].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Літчайка»:

1) має ведучих-аматорів;

2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;

3) не має партнерської платформи;

4) у фокусі уваги — українська література, культура;

5) тип — розмовний подкаст.

18. «Тупочитай»

«Не душний подкаст про літературу. У першому сезоні розповідаємо про не попсові твори попсових українських письменників. Ви почуєте про відьму Шевченка, оргію Лесі Українки, яку суєту

наводив Карпенко-Карий та багато інших цікавинок про класиків української літератури. Слухайте нас щосуботи об 11:00!» [38].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Тупочитай»:

- 1) має ведучих-аматорів;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — розмовний подкаст.

19. «Повітряна стихія»

«Подкаст з улюбленими письменниками та їхніми текстами від Радіо Культура. Юрій Андрухович і його радіо, Катерина Калитко та душі її історій, Софія Андрухович і те, як влаштовано цей світ, Тарас Прохасько та інші відомі українські письменники та письменниці кожного епізоду розкажуть вам свої нові історії» [22].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Повітряна стихія»:

- 1) не має постійних ведучих;
- 2) його метою є поділитися фрагментами театрального прочитання творів;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — театральний подкаст.

20. «Кохання з другого погляду»

«Новий погляд на класику в подкасті письменника Мирослава Лаюка. Книжки, про які всі чули, але не всі читали. «Іліада», «Дон Кіхот», «Мадам Боварі», «Фауст» припиняють бути темними спогадами про школу й університет. Якщо з цими текстами у вас не вийшло кохання з першого погляду, Мирослав Лаюк спробує закохати вас у них

– з другого погляду у проєкті «Кохання з другого погляду» від Радіо Культура» [9].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Кохання з другого погляду»:

- 1) має професійного ведучого-письменника;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг та біографій письменників;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

21. «Перефарбований лис»

«Подкаст про літературні основи світогляду українців. Читаємо українську класику і аналізуємо поведінкові сценарії» [21].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Перефарбований лис»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір книг та біографій письменників;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — популярна українська література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

22. «Книгосховище»

«Коли нам добре або погано ми звертаємось до одного з ідеальних винаходів людства — книжки. Чи є місце для читання під час війни? На які книги варто звернути увагу зараз, а про які краще забути назавжди? Як змінюється сучасна українська література під впливом війни? Ці та інші питання Олена Гусейнова обговорює з відомими письменниками, видавцями, критиками, літературознавцями та іншими гостями подкасту «Книгосховище» [7].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Книгосховище»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є аналітичний / критичний розбір;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — подкаст-інтерв'ю.

23. «Три сторінки на день»

«Це подкаст із враженнями про нові (або майже нові) книжки, написані або перекладені українською мовою. Коротко і суб'єктивно про цікаві і красиві тексти. Якщо у вас є ідеї, відгуки та питання, пишіть на drogomyr@gmail.com. Авторка подкасту — Христина Дрогомирецька» [37].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Три сторінки на день»:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є вираження суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

24. «Радіо «Астролябія»

«Подкаст Видавництва «Астролябія» [29].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Радіо «Астролябія»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є аналітика / критика;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — книги видавництва «Астролябія»;
- 5) тип — подкаст-інтерв'ю.

25. «Літературно (не)залежні»

«Подкаст про 30 важливих книг за 30 років Незалежності, створений спільно з молодіжним медіа-проектом Terytoriya. Разом гортаємо сторінки сучасної української літератури і згадуємо не лише сюжети та авторів, а й фрагменти нашої історії. Авторка та ведуча – Надія Дризицька [...] Разом з нами читає інженерна інноваційна компанія ELEKS, яка у кожному епізоді дарує свою особливу тематичну рекомендацію. Слухайте що 2 вівторки на SoundCloud, Google та Apple podcasts» [14].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Літературно (не)залежні»:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, культура;
- 5) тип — гібридний подкаст.

26. «Поттеролови»

«Подкаст, присвячений поттеріані, її впливу на світ та культурній спадщині Джоан Ролінг» [25].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Поттеролови»:

- 1) має ведучих-аматорів;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — творчість Джоан Ролінг;
- 5) тип — розмовний подкаст.

27. «Правдиві читання»

«Подкаст "Правдиві читання" – це розмова про літературу, яка акцентує увагу на важливих темах. Історії про боротьбу зі страхами та

упередженнями, книжки про героїв, які вчать сприймати себе та людей навколо – у першому сезоні говоритимемо про дитячу та підліткову літературу» [28].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Правдиві читання»:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова дитяча література;
- 5) тип — монологічний подкаст.

28. «Радіо Леся»

«Неформальна подкаст-платформа для дослідження вимірів ідентичності Лесі Українки, її творчості та життєпису. Ефіри були проведені в рамках мистецького проєкту "Леся Українка: 150 імен", створеного та проведеного в рамках партнерства Міністерства культури та інформаційної політики, Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти, агенції Postmen та Національного центру «Український дім». Партнер ефірів: Out Loud Podcasts» [30].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Радіо “Леся”»:

- 1) має професійного ведучого;
- 2) його метою є аналітика / критика;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — творчість Лесі Українки;
- 5) тип — подкаст-інтерв'ю.

29. «Український культ»

«Що робить українську культуру такою цікавою? Якими є наші зв'язки з європейською та світовою культурою? Дізнаємось у розмовах з відомими експертками та експертами з української історії, літератури,

мистецтва, філософії та кіно. Ми прагнемо зруйнувати міф про провінційність української культури. Підписуйтеся та відкривайте разом із нами нашу культурну традицію. Подкаст створено командою Kult: Podcast на замовлення Суспільного. Автори та ведучі — викладачі Києво-Могилянської академії, літературознавиця Тетяна Огаркова та філософ Володимир Єрмоленко» [40].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Український культ»:

- 1) має ведучих-професіоналів;
- 2) його метою є аналітика / критика;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — розмовний подкаст.

30. «Ш(чи)тець»

«Книжкові монологи про прочитане та всіляке навколочитацьке від Ольги Штець» [42].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Ш(чи)тець»:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — розмовний подкаст.

31. «Дитяча література для дорослих»

«Привіт усім слухачам подкастів і пасіонатам хорошої літератури! Чи пробували ви перечитувати дитячі книжки? А скільки книжок пройшло повз вас лише тому, що вони не були популярні в вашому дитинстві або неперекладені? В цьому подкасті ми будемо читати знайомі тексти, і відкривати для себе нові імена. Дитяча література це

своєрідний safe space для дорослого. Тільки коли ти вже виріс, всі історії сприймаються абсолютно інакше. Гарного слухання, приємного читання! Авторка: Олеся Тимошенко Запрошений гість: Сергій Терещенко Продюсер: Юрій Січковський Обкладинка: Саша Снегір'єва» [5].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Дитяча література для дорослих»:

- 1) має ведучу-аматорку;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — дитяча світова література, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

32. «Непам'ятники»

« Ми — Ілона Довгань та Лариса Латипова — ведучі подкасту Непамятники.. В якому хочемо олюднити, показати цікавими людьми тих, кого звикли сприймати пам'ятниками, кого нам подавали як забронзовілих і однобоких... Розкажемо маловідомі факти їхнього життя й покажемо якими насправді були українки минулого століття: непересічні, особливі, прогресивні, цікаві! Подкаст сворено за підтримки Український культурний фонд. 10 невідомих історій про 10 відомих жінок» [18].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Непам'ятники»:

- 1) має ведучих-професіоналок;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, творена жінками;
- 5) тип — розмовний подкаст.

33. «Read and drink club»

«Перший україномовний подкаст у форматі Read & Drink вривається у ваші вуха. Ми цінуємо якісне читиво та хороший алкоголь. Цей подкаст, книга і келих складуть вам цікаву компанію на вечір. Готові читати разом з нами?» [67].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Тупочитай»:

- 1) має ведучих-аматорок;
- 2) його метою є висловлення суб'єктивних вражень;
- 3) не має партнерської платформи;
- 4) у фокусі уваги — світова література, культура;
- 5) тип — розмовний подкаст.

33. «Станція 451»

«Станція 451» – це подкаст The Village Україна про письменників та книжки, які варто зберегти собі у нотатки. Подкаст виходить за підтримки Zagoriy Foundation Перший сезон присвячений драматургам та письменникам, які почали знімати кіно, а також кінорежисерам та акторам, які пишуть книжки. Кожен епізод будується довкола постаті, про яку, здається, ми так багато знаємо. Але, виявляється, у нас у руках все одно завжди не всі ключі. Разом з ведучим Олександром Михедом ми будемо знаходити їх, щоби глибше розуміти творчість людей, які формують сучасну поп-культуру» [36].

Згідно з обраними критеріями, можемо сказати, що подкаст «Станція 451»:

- 1) має ведучого-письменника;
- 2) його метою є аналіз;
- 3) має партнерську платформу;
- 4) у фокусі уваги — українська література, зокрема постаті авторів, культура;
- 5) тип — монологічний подкаст.

1.2. Загальна характеристика ринку українських подкастів про літературу

Отже, перейдемо до детального аналізу зібраного масиву подкастів за кожним критерієм. Детальні діаграми до кожного пункту — *Додаток 3*.

Згідно з нашими підрахунками, найбільшу частку становлять подкасти, які мають професійних ведучих, так чи інакше дотичних до світу літератури, літературознавства, культури — 55,9%, тобто більш ніж половина (19 подкастів). Трохи менший відсоток — 38,24% і 13 відповідно, становлять подкасти з ведучими-аматорами, які просто люблять читати й хочуть популяризувати літературу. Професії в цих людей можуть бути найрізноманітнішими (наприклад, фахівці ІТ-сфери [20]). Якщо інформації про людину було обмаль, вона не є публічною та не заявляла про себе в культурному просторі як про критика, etc., то я зараховувала її до аматорів. Найменше театральних подкастів, які не мають постійного ведучого, а реалізуються здебільшого різними людьми — 2 (5,9%) (*Діаграма 1*).

Щодо цілей подкасту, то найбільше творці намагаються донести свої суб'єктивні враження від книги, постаті автора, чи іншого культурного продукту, пов'язаного ними (як, наприклад, подкаст «Радіо “Палантир”», який має на меті порівняти книгу та серіал і автори висловлюють свою думку щодо адаптації) — 18 (52,9%). Подкастів з аналітичним / критичним контентом 14 (41,2%). Театральних подкастів, які є просто емоційним прочитанням твору — 2 (5,9%). І хоча ці цифри дивним чином дублюються, жодної кореляції між ними немає. (*Діаграма 2*)

22 з 34 проаналізованих подкастів мають партнерську платформу та / або грошову підтримку. Зокрема вони розбудовують спільноту благодійників (наприклад, завівши акаунт на Patreon і створюючи додатковий контент), отримують гранти (зокрема, від УКФ), інші матеріальні ресурси від спонсорів (як подкасти на базі видавництв, які є органічною частиною просування книг цього видавництва) або просто допомогу зі створенням чи / або просуванням контенту (наприклад, подкаст «Правда і Кривда» від Pustoproject). Відповідно 12 такої підтримки не мають і створені виключно на ентузіазмі. (Діаграма 3)

Предмет обговорення подкастерів надзвичайно широкий. Це і класичні твори, і сучасна література, відомі та менш відомі автори, жінки-письменниці. Доволі популярним є перепрочитання шкільної програми, яке одночасно має вплив на дві ЦА — людей, які хочуть по-новому глянути на твори, які не сподобалися свого часу, і школярів, яких цікавить нестандартний погляд на твори, які вони вивчають. Проте ми поділили поле обговорення на більш широкі сфери: популярна українська література, популярна світова література (як українська, так і зарубіжна) та специфічна література (якщо подкаст стосується творчості когось конкретного чи книг одного видавництва). За результатами, найбільше подкастів, які не концентруються на закордонній чи українській літературі, сучасній чи класичній, а обирають говорити про неї комплексно. Їх практично половина — 16 (47,1% від загальної кількості). 10 подкастів взяли у фокус обговорення сучасну та класичну українську літературу (29,4%). Також доволі великий пласт становлять подкасти про специфічну літературу — 8 подкастів (23,5%). Це: світова дитяча література, творчість Джоан Ролінг, нонфікшн видавництва «Лабораторія», творчість Станіслава Лема, Творчість Джона Роналда

Руела Толкіна, книги видавництва «Астролябія», світова дитяча література (таких подкастів два), творчість Лесі Українки. (*Діаграма 4*)

Щодо класифікації Александра Санто, яку ми визначили як продуктивну у своєму дослідженні, то найбільше розмовних подкастів, де два (рідше три чи чотири ведучих) просто говорять між собою — 14 (41,2%). Монологічні подкасти трохи менш поширені, проте теж популярні, їх 12 (35,3%). Подкастів-інтерв'ю — 5 (14,7%). Театральних подкастів — 3 (8,8%). Гібридних подкастів, подкастів-круглих столів та подкастів зі змінним вмістом на українському ринку подкастів про літературу поки немає. (*Діаграма 5*)

Отже, якщо вивести узагальнений «портрет» українського подкасту про літературу за проаналізованими критеріями, то це розмовний подкаст від ведучих, які таким чи іншим чином дотична до літератури / культури, з суб'єктивними враженнями від прочитаного, подкаст має мати партнерську платформу / підтримку, предмет обговорення найширший — світова література. Звісно, це не є стовідсотковою гарантією успіху, адже успіх подкасту залежить від багатьох факторів, зокрема промоції (тому подкасти з платформами та матеріальною підтримкою). Проте під цю узагальнену модель навіть потрапляють деякі відомі українські подкасти про літературу («Наразі без назви» та «Радіо “Палантир”»).

1.3. Аналіз подкасту «Книжкова агенція редактора Карка» за обраними критеріями

Накладемо вироблену матрицю на власний культурний продукт. «Книжкова агенція редактора Карка»: «Подкаст про сучасну українську літературу, який пропагує вартісність жанрових книжок» [8].

Подкаст «Книжкова агенція редактора Карка» не був задуманий як нова форма на українському просторі. Ми зі співведучою Надією Калігор взяли найпоширеніший (і насправді найлегший у виконанні) тип подкасту — розмовний.

Також тематично він не був чимось новим, проте, на відміну від багатьох подкастів, які перепрошують українську класику або не зосереджені на чомусь конкретному, орієнтований суто на сучасну літературу. Та його не можна назвати специфічним, адже сучасна література становить пласт популярної української літератури, також ми не оминаємо теорію літератури та явища світової культури.

Оскільки ми з Надією — філологині за фахом, отже є дотичними до сфери літератури, тому можемо віднести себе в категорію професійних ведучих, а не аматорок.

Метою здебільшого є висловлення суб'єктивних вражень, проте воно перемежоване критичними заувагами, заснованими на теоретичних працях науковців чи рецензіях критиків. Наразі наш подкаст не має партнерської платформи чи регулярної спонсорської підтримки, ми вдосконалюємося виключно завдяки добровільним донатам наших слухачів. Подкаст «Книжкова агенція редактора Карка» має акаунт на платформі для подяки креаторам Buy Me a Coffee (<https://www.buymeacoffee.com/kark.podcast>), а також банку в monobank.

Оскільки Patreon, на якому ми мали монетизувати подкаст, блокує та видаляє акаунти креаторів з України (як це було з фондом «Повернись живим» та активістом Сергієм Стерненком) та пропускає акаунти російських пропагандистів, і всі масово почали її бойкотувати, то цей варіант монетизації був відкинутий.

1.4. Аналіз власного проєкту як культурного продукту за наданими критеріями

Тип проєкту

Літературний; колективний.

Сектор

Аудіальне мистецтво.

Анотація проєкту

Подкаст розрахований на широку аудиторію, яка прагне поглибити свої знання про сучасну літературу. Він охоплює не лише аналіз творів сучасних українських письменників та письменниць, а й короткий екскурс в історію літератури і масової культури, частиною якої вони є. У фокусі уваги знаходяться твори так званої масової літератури, яку багато хто вважає несерйозною та низькопробною. Проєкт покликаний розбити цей стереотип.

Передбачувані джерела фінансування проєкту

Проєкт реалізується за власний кошт творчинь. В майбутньому передбачається монетизація на донатній основі (через сервіси Monobank, Buy Me a Coffe). Також можливою є подача проєкту на грант.

Місце / місце реалізації проєкту.

Майданчики Google Podcasts, Apple Podcasts, Spotify.

Термін реалізації проєкту.

Із листопада 2022 року.

Актуальність проєкту

Сфера подкастів за останні роки стала доволі неоднорідною та багатогранною. Зазвичай, творці обирають серйозні теми, пов'язані із суспільством, наукою, «високою полицею літератури» тощо. Проте наш подкаст орієнтований саме на те, на що часто не звертають увагу —

масову літературу, яку всі читають, проте не беруть за об'єкт дослідження. Він пропагує читання і розширює читацькі списки. Також він орієнтований на вчителів, які прагнуть взяти інформацію для своїх уроків та студентів ЗВО профільних спеціальностей. Подкаст покликаний дослідити ринок сучасної літератури, тенденції та основні твори, які залишають помітний слід в українському сучасному літературному процесі.

Мета і завдання проєкту

Розбити стереотип про масову культуру і літературу зокрема як про низькопробне явище. Показати ринок сучасної української літератури, основних його гравців.

Завдання:

- Показати розмаїття жанрової літератури;
- Розвивати нішу подкастів жанрової літератури;
- Показати зв'язок між подкастами та іншими секторами креативної економіки.

Індикатори досягнення цілей проєкту

Статистика прослуховувань. Вона є основним індикатором. Оскільки ми зі співведучою розуміємо, що наша інформаційна підтримка на початковому етапі розвитку проєкту не настільки потужна для залучення нової аудиторії, то цілком свідомі того, що статистика не буде високою. Поки що достатньою ціллю вбачаємо мінімум 20 прослуховувань одного епізоду.

Цільова аудиторія проєкту

Люди 20-35 років, які зацікавлені у прослуховуванні подкастів і сучасній українській літературі. Також ми розробили портрет цільової слухачки, склавши їй коротку біографію та біль, як радив Ерік Ньюзум. Це випускниця культурології Настя. Їй 24, вона наразі знаходиться у творчому пошуку себе, тому поки підпрацьовує у книгарні. На роботі

вона звернула увагу, що деякі книжки люди купують частіше, ніж інші. Вона знайома з теорією Ортеги-і-Гассета про масову культуру, тож відносить себе до меншини, адже їй не подобаються часто доволі примітивні та банальні ходи в цих книжках. Проте їй цікаво докопатися до суті явища і вона хоче почути, чим же ці книжки «чіпляють» читача і чому вони популярні. Тож їй треба почути думку людей, які мають досвід у дослідженні літератури, аби погодитися чи ні порефлексувати. Саме це їй може дати наш подкаст.

Результати проєкту

- два випуски подкасту та анонс;
- обговорення подкасту в соціальних мережах та на платформах;
- розширення аудиторії шанувальників української літератури шляхом залучення до читання жанрової літератури та до читання в принципі;
- 100+ прослуховувань на стримінгових сервісах (станом на 11.05.2023 року 115 прослуховувань (*Додаток 4*)).

Робочий план реалізації проєкту.

1. Підготовка: підбір і прочитання літератури.
2. Окреслення тем епізодів.
3. Написання та редагування сценаріїв.
4. Створення окремої сторінки в Instagram, де відбуватиметься безпосередня комунікація з аудиторією.
5. Запис епізодів подкасту.
6. Викладання його на кількох стримінгових сервісах (Google Podcast, Spotify, та YouTube).

Стислий опис основних етапів

Основні етапи проєкту:

1. Написання сценарію.

В цей етап входить: визначення теми епізоду, підбір теоретичної літератури та художніх творів, її прочитання та безпосередній запис думок, погодження тексту між співведучими, редагування готового сценарію.

2. Запис звукоряду.

В цей етап входить власне робота перед мікрофоном.

3. Монтаж.

На цьому етапі готовий записаний аудіоряд прослуховується та скорочується. Виділяються дві версії: повна та коротка. Повна версія викладається на майданчики, де можна придбати контент (в нашому випадку — Buy Me a Coffee). Коротка є загальнодоступною на сервісах Google Podcast, Spotify, та YouTube.

4. Виставлення на платформи.

Відбувається власне сортування та “заливання» на платформи. Паралельно ведеться міні піар-кампанія на сторінці проєкту та на особистих сторінках креаторок.

5. Моніторинг результатів

Сюди входить відстеження статистики прослуховувань та кількості взаємодій у соцмережах. Також сюди можна додати підрахування донатів, якими вирішили підтримати проєкт слухачі.

План моніторингу проєкту

Моніторинг проєкту буде відбуватися за допомогою відстеження статистики прослуховувань та взаємодій у соцмережах.

Інформаційна підтримка проєкту.

Для подкасту окремо створений Instagram-акаунт. Також ми ведемо інформаційну підтримку на особистих сторінках у соцмережах, сповіщаючи слухачів про вихід нового епізоду. Оскільки нашою аудиторією переважно є наші підписники й ми сподіваємося на ефект «черезтинного радіо», то поки цих каналів комунікації достатньо.

Методи: фото-, аудіоконтент, промокампанії в соціальних мережах
Канали комунікації: соціальні мережі (Інстаграм, особисті сторінки в Twitter).

Стратегія

Ми не можемо поставити чіткі рамки для втілення власного проєкту, адже повномасштабне вторгнення росії в Україну унеможливило довгострокове планування. Ми зі співведучою опинилися в різних містах і не розглядаємо відеозв'язок як можливу альтернативу живій розмові перед мікрофоном. Тому не орієнтуємось на терміни. Ми призначили відповідальних за певні зони роботи (монтаж, редагування сценаріїв), погодили місце для запису, розпланували кількість та тематику епізодів, створили канали для інформаційної підтримки та план реалізації. Тож наразі будемо рухатися відповідно до нього, хоч і не з тією швидкістю, яка була запланована спочатку (перший епізод подкасту мав бути готовим до травня 2023 року, проте наразі є лише 2 випуски із запланованих 7).

Подальша стратегія розвитку

Наразі заплановано 2 подкасту. Оскільки повномасштабне вторгнення росії в Україну завадило реалізації попередніх планів та унеможливило часті зустрічі для запису (авторки знаходяться в різних містах — Києві та Львові — відстань між якими понад 500 км), то від чітких дедлайнів довелось відмовитись. Проєкт буде рухатися таким темпом, яким буде дозволяти поточна ситуація. В майбутньому планується монетизація проєкту, вихід на ширшу аудиторію.

Висновки до розділу 2

Нещодавні дослідження показали що не дуже великий відсоток українців слухають подкасти, порівнюючи зі світовими показниками. Це всього 8,3%, тим часом як, наприклад, в США подкастами цікавляться 57% респондентів. Це пов'язано з тим, що подкастинг — доволі новий для наших теренів вид медіапродукту. Спостерігається тенденція до збільшення українськомовного контенту, зокрема подкастів, і навіть повномасштабне вторгнення не змогло цьому завадити. Українці масово почали знайомитися з подкастингом і відкривати його переваги, судячи зі згадок у пресі, наприкінці 2019–початку 2020 років. Наразі на українському ринку подкастів можна знайти широке різноманіття тем та форм.

Першим подкастом про літературу в Україні можемо вважати подкаст «Акустика тіней», створений ще до піку популярності — у 2016 році. З того часу з'явилося і з'являється доволі багато подібних або інакших кардинально різних культурних продуктів, де у фокусі уваги — література.

Ми взяли для аналізу 34 українськомовних подкасти про літературу в широкому сенсі цього слова. Для загального дослідження сфери ми виробили такі критерії: ведучий, рівень суб'єктивності викладу, підтримка, предмет обговорення, місце в класифікації Александра Санто. Це доволі загальні критерії, які дозволять побачити ситуацію в цілому, не вдаючись в деталі. Оскільки ґрунтового дослідження українського подкастингу про літературу немає, вважаємо перспективним продовжити це дослідження, аналізуючи українські подкасти про літературу за більш чіткими критеріями.

Згідно з нашими даними, найбільш поширеними є розмовні подкасти від ведучих, які таким чи іншим чином дотичні до сфери культури, їхня мета є виразити свої суб'єктивними враженнями, більшість подкастів мають партнерську платформу / грантову чи спонсорську підтримку, предмет обговорення — світова література.

Подкаст, який ми створюємо зі співведучою, з'явився після повномасштабного вторгнення і є ілюстрацією того, що навіть важкі умови не зупиняють збільшення українськомовного контенту. Якщо аналізувати його за обраними критеріями, то це: розмовний подкаст, який ведуть люди, дотичні до сфери культури, він не має партнерської платформи та грантової підтримки, предметом обговорення є українська література, а метою — вираження суб'єктивних вражень.

ВИСНОВКИ

Ми живемо в епоху нових медіа, тому очевидно, що подкасти як одна з форм міцно увійшли в культурний простір. Розпочавши свій шлях із радіопередач вони трансформувалися у нові медіа (принаймні так вказано у Кембридзькому словнику). Запропонуємо своє визначення терміну: подкаст — це аудіальна форма медіа, яка якісно вирізняється від трансляцій технічним способом подачі (RSS технологією). Наразі до подкастів відносять також відеотрансляції та відеозаписи, хоча першочергово вони задумувались суто як аудіоматеріали, які зручно зберігати та прослухувати у плеєрах і на ПК.

Подкасти почали розвиватися в Америці на початку XXI століття, а вже у 2005 році слово «подкаст» стало словом року за версією New Oxford American Dictionary. Важко сказати, хто винайшов термін подкаст. Вважається, що вперше в публічному просторі його вжив Бен Гамерслі у 2004 році у своїй статті для The Guardian, і відтоді воно закріпилося в узусі. Проте існує також версія, що його «винайшов» підприємець та подкастер Адам Каррі (зокрема це зазначено в словнику сучасного англійського сленгу Urban Dictionary). Його також називають «podfather» (гра слів: англійською «godfather» — «хрещений батько», тобто Каррі є «хрещеним батьком подкастів»).

Науковці досі не можуть остаточно визначити, чого ж у них більше — збереження спільних рис із радіотрансляціями чи все ж особливих характеристик, які роблять їх унікальною формою мовлення. Тиціано Боніні об'єднує ці дві протилежні думки і

говорить, що подкаст є самостійною формою медіа, яка багато взяла від радіо, традиційних ЗМІ та різних видів мистецтва. Після аналізу явища подкастингу та окремо взятих 34 українських подкастів про літературу, погоджуюсь, що ця думка є найбільш продуктивною та оптимальною.

Класичними подкастами є саме аудіозаписи. Та сучасні подкасти дуже відрізняються від прототипів, які не мали жодної вагомості візуальної складової (обкладинки, логотипу). Це залежало від технічної специфіки відтворення: для відтворення популярністю користувалися MP3-плеєри та інші програвачі, заточені під програвання та зберігання аудіо. Наразі ми маємо іншу ситуацію — впізнаваність обкладинки дає унікальність, на яку теж звертає увагу слухач. Це пов'язано з розширенням майданчиків для прослуховування та маркетинговими й піар-стратегіями.

На цьому етапі подкаст як жанр чинить потужний вплив на культурний простір. Здебільшого великі медіа та компанії мають свій подкаст (в Україні ми можемо бачити це на прикладах подкастів від «Української правди», «НВ»), а ще ведучі та інші медійні особистості (зокрема український зразок — подкаст «Говорить Жадан»). Також подкасти широко використовують як майданчик для реклами. Формат може бути різним (брендування подкасту, слоти, модулі, динамічна аудіореклама). Проте це більше поширене на зарубіжному ринку (зокрема американському), в Україні подкастинг ще на етапі становлення. Проте, як показав досвід інших країн, це доволі перспективний продукт з точки зору комунікацій, реклами, медіа та ефективного формату культурного продукту, тож перспективи вивчення й створення подкастів відкриваються у цих сферах. Важливо застосовувати комплексний підхід.

Спроби класифікувати подкасти мають різний успіх, адже варіацій подкастів настільки багато, що важко врахувати всі особливості. Проте найбільш розлогою і продуктивною можна вважати класифікацію Александра Санто.

Якщо порівнювати світові показники прослуховування подкастів, то Україна відстає в кілька разів. Наприклад, в США подкастами цікавляться 57% респондентів, а в Україні — всього 8,3%. Не дивно, адже подкастинг — доволі новий для наших теренів вид медіапродукту. Проте останнім часом простежується тенденція до зростання українськомовних подкастів. Українці почали знайомитися з подкастингом і відкривати його переваги, судячи зі згадок у пресі, наприкінці 2019—початку 2020 років.

Першим подкастом про літературу в Україні можемо вважати подкаст «Акустика тіней», створений ще у 2016 році.

Ні ґрунтовних, ні поверхневих досліджень української сфери літературних подкастів ще не було проведено. Тому ця магістерська робота покликана зробити загальний аналіз. Перспективами дослідження є звуження фокуса та вивчення (наприклад, способи монетизації подкастів чи їхній піар). Для аналізу було взято 34 українськомовних подкасти про літературу. Щоб сформуванати загальну картину, було вироблено такі критерії: ведучий, рівень суб'єктивності викладу, підтримка, предмет обговорення, місце в класифікації Александра Санто.

Згідно з отриманими даними, найбільш поширеними є розмовні подкасти від ведучих, які таким чи іншим чином дотичні до сфери культури. Їхня мета — виразити свої суб'єктивні враження від книжки, більшість подкастів мають партнерську платформу / грантову чи спонсорську підтримку. Найбільш поширений предмет обговорення — література України та світу.

Власний культурний продукт — подкаст «Книжкова агенція редактора Карка» — з'явився після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну і є підтвердженням того, що навіть важкі умови не зупиняють розширення українськомовного контенту. Якщо аналізувати його за обраними критеріями, то це: розмовний подкаст, який ведуть люди, дотичні до сфери культури, він не має партнерської платформи та грантової підтримки, предметом обговорення є українська література, а метою — вираження суб'єктивних вражень.

Отже, подкастинг — це перспективна сфера нових медій, яка лише розвивається на наших теренах та потребує ґрунтовного вивчення та аналізу. Літературні подкасти є доволі популярними, тому створення власного подкасту це не лише корисно для росту українськомовного продукту, а й для особистих цілей — наприклад, розвитку особистого бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акустика Тіней. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9wb2RjYXN0ZXIuaW4udWVYyY2F0ZWdvcnkY2hhbm5lbC9ha3VzdHlrYS10aW5lai9mZWVklW> (дата звернення: 23.04.2023).
2. Взяла і прочитала. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9mZWVkcY5jYXB0aXZhdGUuZm0vdmlwLW> (дата звернення: 23.04.2023).
3. Вуса гоголя. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/вуса%20гоголя> (дата звернення: 23.04.2023).
4. Гончарова К. Хто створює подкасти в Україні та як на них заробити?. ms.detector.media. URL: <https://ms.detector.media/radio/post/24116/2020-01-23-khto-stvoryuie-podkasty-v-ukraini-ta-yak-na-nykh-zarobyty/> (дата звернення: 21.04.2023).
5. Дитяча література для дорослих. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy9iYjFiMDM0NC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 25.04.2023).
6. Іванка Шкроміда: «Мені не потрібні сотні цифр і дат — я потребую історій» (інтерв'ю) | Артефакт. Артефакт | Культура. Історія. Креатив. URL: <https://artefact.org.ua/intervyu-2/ivanka-shkromida-meni-ne-potribni-sotni-tsifr-i-dat-ya-potrebuyu-istoriy-interv-yu.html> (дата звернення: 22.04.2023).
7. Книгосховище. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy9hNTEzNzkwMC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).
8. Книжкова Агенція Редактора Карка. Spotify for Podcasters. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy9jMjhlZmIxYy9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 01.05.2023).
9. Кохання з другого. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/кохання%20з%20другого> (дата звернення: 23.04.2023).

10. Кульженко В. «Леся, Шева і Франко»: подкаст для тих, хто прогулював уроки літератури, але хоче знати, чому наші круті. ms.detector.media. URL: <https://ms.detector.media/tip-statti/post/31220/2023-02-18-lesya-sheva-i-franko-podkast-dlya-tykh-khto-progulyuvav-uroky-literatury-ale-khoche-znaty-chomu-nashi-kruti/> (дата звернення: 01.05.2023).
11. Лабораторія нефікшн. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9mZWVkcyc5Zb3VuZGNSb3VkLmNvbS91c2Vycy9zb3VuZGNSb3VkOnVzZXJzOjIxODA4NDUwNS9zY3VuZHMucnNz> (дата звернення: 22.04.2023).
12. Лем каже. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9mZWVkcyc5jYXB0aXZhdGUuZm0vbGVtLw> (дата звернення: 22.04.2023).
13. Літературні балачки "До всіх своїх". Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy8zNTgzMjhjNC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 22.04.2023).
14. Літературно (не)залежні. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy82ODQ4M2JmMC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).
15. Літчайка. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/літчайка> (дата звернення: 23.04.2023).
16. Наразі без назви. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy85MDhiMmNINC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 10.05.2023).
17. Наша класика. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/наша%20класика> (дата звернення: 23.04.2023).
18. Непам'ятники. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy83MGY3YWQxYy9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 25.04.2023).
19. Ньюз Е., Гучніше! Як створювати круті подкасти / Пер. з англ. Г Пшеничної. — Х. : Віват, 2022. — 336 с. : іл. — (Серія «Бізнес»).
20. Основ'яненко – це за*бісь, чому ми про це не говоримо? Як айтішниця львівської Impressit перекладає книги, веде літературний подкаст та закохує в свою пристрасть інших. dev.ua. URL: <https://dev.ua/news/osnovianenko-tse-zabis-chomu-my-pro-tse-ne-hovorymo-yak-aitishnytsia-lvivskoi-impressit-perekladaie-knyhy-vede-literaturnyi->

[podkast-ta-zakokhuie-v-svoiu-prystrast-inshykh](#) (дата звернення: 02.05.2023).

21. Перефарбований Лис. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy81NzUzYWEwMC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).

22. Повітряна стихія. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy9iNDc2ODk2NC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).

23. Подкаст – Словник іншомовних слів. Цей день в історії : 10 травня. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/m/s2.pl?Article=14585&action=show> (дата звернення: 15.03.2023)

24. Подкаст – словозміна | Горох – українські словники. Про сайт | Горох – українські словники. URL: <https://goroh.pp.ua/Словозміна/подкаст> (дата звернення: 15.03.2023)

25. Поттеролови. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy83NTUyYzFhOC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).

26. Правда і Кривда | Пусто. Правда і Кривда | Пусто (@pustoproject) • Instagram photos and videos. Instagram. URL: <https://www.instagram.com/pustoproject/> (дата звернення: 22.04.2023).

27. Правда і кривда. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy80ZTVhMDg0MC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 22.04.2023).

28. Правдиві читання. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy82YWIwNzZhMC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).

29. Радіо «Астролябія». Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy81YmlwNTA4MC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).

30. Радіо Леся. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy81YzdhZGVjYy9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 25.04.2023).

31. Радіо Палантир. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/радіо%20палантир> (дата звернення: 23.04.2023).

32. Ранкова доза. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9mZWVkc5jYXB0aXZhdGUuZm0vZG96YS1yYW5rb3ZhLw> (дата звернення: дата звернення: 22.04.2023).
33. Скільки українців слухають подкасти — дослідження Суспільного. Суспільне | Новини. URL: <https://suspilne.media/176455-skilki-ukrainciv-sluhaut-podkasti-doslidzenna-suspilnogo/> (дата звернення: 21.04.2023).
34. Склярєвська 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-vidbuvaetsya-z-podkastamy-v-chas-viyny/> (дата звернення: 21.04.2023).
35. Слова невинні. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy8zMtkyOTRhYy9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 22.04.2023).
36. Станція 451. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy8zYzg1NGQ4Yy9wb2RjYXN0L3Jzcw?sa=X&ved=0CAMQ4aUDahcKEwiojdK62t3-AhUAAAAAHQAAAAAQaA> (дата звернення: 25.04.2023).
37. Три сторінки на день. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy83NTdkM2IxOC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).
38. Тупочитай. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/тупочитай> (дата звернення: 23.04.2023).
39. Українська правда. Українські подкасти: що це таке і як їх слухати?. Українська правда. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/20/7267023/> (дата звернення: 21.04.2023).
40. Український культ. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy83Mzg2Nzg3NC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 25.04.2023).
41. Фестиваль «І» — Тернопільська обласна бібліотека для молоді. Тернопільська обласна бібліотека для молоді. URL: <https://tobm.org.ua/festyval-yi/> (дата звернення: 22.04.2023).

42. Ш(чи)тець. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy80ZTliN2FmMC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 25.04.2023).
43. Шева, Леся і Франко. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vcy85ODJiNmI4MC9wb2RjYXN0L3Jzcw> (дата звернення: 23.04.2023).
44. Я включив не той подкаст. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9mZWVkcyc5zb3VuZGNSb3VkLmNvbS91c2Vycy9zb3VuZGNSb3VkOnVzZXJzOjExMDk0Nzg5NTIvc291bmRzLnJzcw?sa=X&ved=0CAMQ4aUDahgKEwjQmLT53NH-AhUAAAAAHQAAAAAQxyY> (дата звернення: 23.04.2023).
45. ‘Podfather’ plots a radio hit of his own : LA Times. Wayback Machine. (Blog Archive) URL: <https://web.archive.org/web/20080827210045/http://pressroom.mevio.com/2006/05/23/podfather-plots-a-radio-hit-of-his-own-la-times/> (дата звернення: 01.05.2023).
46. 8 Types of Podcasts: The Complete Guide to Audio Content Marketing (Infographic). Brafton. URL: <https://www.brafton.com/blog/video-marketing/types-of-podcasts/> (дата звернення 20.04.2023).
47. Berry R., Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’. Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media. 2016. Vol. 14, no. 1. P. 7–22. URL: https://doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1.
48. Bonini T. The «Second Age» of podcasting: Reframing podcasting as a new digital mass medium. Quaderns del CAC, 2015. pp. 21–30.
49. Bonini T., Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. In M. Lindgren and J. Loviglio, Routledge Companion to Radio and Podcast Studies, London: Routledge. 2022. pp. 19-29 URL: <https://doi.org/10.4324/9781003002185> (дата звернення: 26.04.2023)
50. Bottomley A, Podcasting, Welcome to Night Vale, and the Revival of Radio Drama, Journal of Radio & Audio Media, 2015. Vol. 22 no. 2, 179-189.
51. Bottomley A. Podcasting: A decade in the life of a “New” audio medium: Introduction. Journal of Radio & Audio Media, 22(2), 2015. pp. 164-169. <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880>

52. Cwynar C., More than a ‘VCR for radio’: The CBC, the Radio 3 podcast, and the uses of an emerging medium, *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 2015. pp.190–199
53. Dotcom Bubble. Corporate Finance Institute. URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/capital-markets/dotcom-bubble/> (дата звернення 29.04.2023)
54. Drew C., Educational podcasts: A genre analysis. *E-Learning and Digital Media*, 14(4), 201-211 *E-Learning and Digital Media* Volume 14, Issue 4, July 2017, Pages 201-211 URL: <https://doi.org/10.1177/2042753017736177> (дата звернення 19.03.2023).
55. Hammersley B. Audible revolution. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia> (дата звернення 17.03.2023)
56. Hancock D., McMurtry L., ‘I Know What a Podcast Is’: Post-Serial Fiction and Podcast Media Identity. In Llinares, F., and Berry R. (eds) *Podcasting*. Palgrave Macmillan, 2018. pp. 81-105.
57. Kult Podcast. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/search/Kult%20Podcast> (дата звернення: 22.04.2023).
58. Lacey K., *Listening Publics. The Politics and Experience of Listening in the Media Age*. London: Polity. 2013.
59. Markman K. M. Considerations–Reflections and Future Research. *Everything Old is New Again: Podcasting as Radio's Revival*. *Journal of Radio & Audio Media*. 2015. Vol. 22, no. 2. P. 240–243. URL: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1083376> (дата звернення: 26.04.2023).
60. Menta R. Test Drive of The i2Go eGo with IBM MicroDrive. Wayback Machine. URL: <https://web.archive.org/web/20200224095257/http://www.mp3newswire.net/stories/2000/ego.html> (дата звернення 29.04.2023)
61. Morris J., Patterson E., Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio, *Journal of Radio & Audio Media*, 22(2), 2015. pp. 220–230.
62. Neolit 2.0. Сучасна класика. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly9hbmNob3IuZm0vZy8yZjcw>

[ZjNkMC9wb2RjYXN0L3Jzcw?sa=X&ved=0CBoQ27cFahcKEwiw_YOstH-AhUAAAAAHQAAAAAQdw](https://www.cambridge.org/core/terms/https://doi.org/10.1017/9781108819111.003) (дата звернення: 22.04.2023).

63. New Media. Cambridge Dictionary | English Dictionary, Translations & Thesaurus. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/new-media> (дата звернення 23.03.2023)

64. 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: 21.04.2023).

65. Podcast. Oxford English Dictionary. URL: <https://www.oed.com/viewdictionaryentry/Entry/273003#:~:text=A%20digital%20audio%20file%20of,be%20received%20by%20subscribers%20automatically> (дата звернення 17.03.2023)

66. Pot J. The Evolution Of The Podcast -- How A Medium Was Born [Geek History]. Must Use of. URL: <https://www.makeuseof.com/tag/the-evolution-of-the-podcast-how-a-medium-was-born-geek-history/> (дата звернення 20.04.2023)

67. Read and Drink Club. Google Podcasts. URL: <https://podcasts.google.com/feed/aHR0cDovL3Jzcy5jYXN0Ym94LmZtL2V2ZXJlc3QvMGQ4OGE3Y2ZlNjA4NDVmYzhmODg2OGRmMzQyMTQ3Y2IueG1s> (дата звернення: 25.04.2023).

68. Spinelli M., Dann L. Podcasting: The Audio Media Revolution. Bloomsbury Academic, 2019. 280 p.

69. Sterne J., Morris J., Baker M. B., Freire A. The Politics of Podcasting, The Fibreculture Journal 13(13), 2008.

70. Suggestions for RSS. TNL.net URL: <https://tnl.net/2000/10/12/suggestions-for-rss-92-spec/> (дата звернення: 27.04.2023).

71. The Infinite Dial 2020 U.S. Edison-Research. URL: <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2020/03/The-Infinite-Dial-2020-U.S.-Edison-Research.pdf> (дата звернення 27.04.2023).

72. Urban Dictionary: podcast. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=podcast> (дата звернення: 27.04.2023).

73. Williams R. Television: Technology and cultural form. London : Routledge, 2003.

74. Word of the Year | Oxford Languages. Oxford Languages | The Home of Language Data. URL: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/> (дата звернення 20.04.2023).

ДОДАТКИ

Додаток 1. Підтвердження участі в конференціях та конкурсі

1.1 Віртуальна церемонія нагородження Першого Всеукраїнського конкурсу літкастів «КрутеЗНО»:
<https://www.youtube.com/watch?v=ujIiDRR4sB4>



1.2. Сертифікат з конкурсу «КрутеЗНО»



КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА
ІНСТИТУТ ЛІТЕРАТУРИ ІМ. Т. Г. ШЕВЧЕНКА НАН УКРАЇНИ
ГДАНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)
ФАКУЛЬТЕТ ЧОРНОГОРСЬКОЇ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ В ЦЕТИНЮ
(РЕСПУБЛІКА ЧОРНОГОРІЯ)

**ПРОГРАМА
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
(З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ)
НАУКОВОЇ ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ
ЛІТЕРАТУРНИЙ ПРОЦЕС:
ВІД НАЦІЇ КОЛОНІЗОВАНОЇ
ДО НАЦІЇ-ПЕРЕМОЖЦЯ**

28 квітня 2023 року

Київ — 2023

**СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ПЕРСОНАЖІВ
У РОМАНІ ВІКТОРІЇ АМЕЛІНОЇ «ДІМ ДЛЯ ДОМА» ЯК ПРОЯВ
ДЕКОЛОНІАЛЬНОЇ ОПТИКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ**

Діана Підбуртна, магістрантка освітньої програми «Літературно-мистецька аналітика та західноєвропейська мова» Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Україна)

**ФОРМИ БОРОТБИ З ОПРЕСІЄЮ В ПОСТКОЛОНІАЛЬНОМУ
СУСПІЛЬСТВІ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНІВ «БАРВА ПУРПУРОВА»
ЕЛІС ВОКЕР ТА «ДІВЧИНА, ЖІНКА, ІНАКША» БЕРНАРДІН ЕВАРІСТО)**

Ксенія Павленко, студентка IV курсу освітньої програми «Мова і література (англійська)» Факультету романо-германської філології Київського університету імені Бориса Грінченка (Україна)

ЛІНІЙКА 3

Дискурс опору в художній літературі й культурі

Секція 1

Модератори:

Артур Себастьян Брацкі, професор кафедри української літератури, компаративістики і грінченкознавства Факультету української філології, культури і мистецтва Київського університету імені Бориса Грінченка, доктор філологічних наук, професор; професор Гданського університету (Україна, Республіка Польща);

Фелікс Штейнбук, професор кафедри русистики та східноєвропейських студій Університету Коменського в Братиславі, доктор філологічних наук, професор (Словацька Республіка)

Секретар:

Марія Половинкіна, старший викладач кафедри української літератури, компаративістики і грінченкознавства Факультету української філології, культури і мистецтва Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат філологічних наук (Україна)

11

1.3 Конференція «Літературний процес: від нації колонізованої до нації-переможця»

Додаток 2. Зведена таблиця результатів

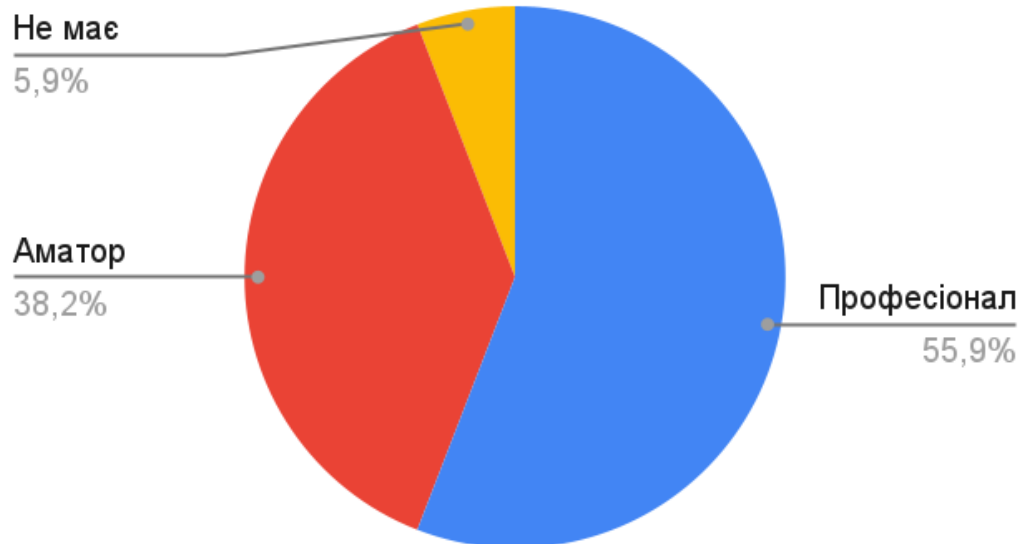
Назва подкасту	Ведучий (-чі, -ча)	Мета	Підтримка (має партнерську платформу / спонсорську підтримку)	Предмет обговорення	Місце в Класифікації Александра Санто
«Лабораторія нефікшн»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Специфічні книги, нефікшн від видавництва "Лабораторія"	Подкаст-інтерв'ю
«Слова невинні»	Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура	Розмовний подкаст
Neolit	Аматор	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна світова література, культура	Монологічний подкаст
«Акустика тіней»	Професіонал	Аналітика / критика	Не має партнерської платформи	Популярна світова література, культура	Монологічний подкаст
Літературні балачки «До всіх своїх»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура	Подкаст-інтерв'ю
«Ранкова доза»	Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна світова література, культура	Театральний подкаст
«Лем каже»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Специфічні книги, творчість Лема	Розмовний подкаст
«Правда Кривда»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна світова література, культура	Розмовний подкаст
«Kult Podcast»	Професіонал	Аналітика / критика	Не має партнерської платформи	Популярна світова література, культура	Розмовний подкаст

«Взяла прочитала»	і	Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна література, культура	світова	Монологічний подкаст
«Наразі назви»	без	Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна література, культура	світова	Розмовний подкаст
«Вуса Гоголя»		Аматор	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна література, культура	світова	Розмовний подкаст
«Я включив не той подкаст»	не	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна література, культура	світова	Розмовний подкаст
«Наша класика»		Не має ведучих	Театральне прочитання творів	Має партнерську платформу	Популярна література, культура	світова	Театральний подкаст
«Шева, Леся і Франко»	і	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна українська література, культура		Розмовний подкаст
«Радіо “Палантир”»		Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Специфічні твори	книги, Толкіна	Розмовний подкаст
«Літчайка»		Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна література, культура	світова	Розмовний подкаст
«Тупочитай»		Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна українська література, культура		Монологічний подкаст
«Повітряна стихія»		Не має ведучих	Театральне прочитання творів	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура		Театральний подкаст
«Кохання другого погляду»	з	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна література, культура	світова	Монологічний подкаст
«Перефарбований лис»		Професіонал	Аналітика / критика	Не має партнерської платформи	Популярна українська література, культура		Монологічний подкаст

«Книгосховище»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура	Подкаст-інтерв'ю
«Три сторінки на день»	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна світова література, культура	Монологічний подкаст
«Радіо «Астролябія»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Специфічні книги, книги видавництва "Астролябія"	Подкаст-інтерв'ю
«Літературно (не)залежні»	Аматор	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура	Монологічний подкаст
«Поттеролови»	Аматор	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Специфічні книги, творчість Ролінґ	Розмовний подкаст
«Правдиві читання»	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Специфічні книги, світова дитяча література	Монологічний подкаст
«Радіо Леся»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Специфічні книги, творчість Лесі Українки	Подкаст-інтерв'ю
«Український культ»	Професіонал	Аналітика / критика	Має партнерську платформу	Популярна світова література, культура	Розмовний подкаст
«Ш(чи)тець»	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна світова література, культура	Монологічний подкаст
«Дитяча література для дорослих»	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Специфічні книги, світова дитяча література	Монологічний подкаст
«Непам'ятники»	Професіонал	Суб'єктивні враження	Має партнерську платформу	Популярна українська література, культура	Розмовний подкаст
«Read and drink club»	Аматор	Суб'єктивні враження	Не має партнерської платформи	Популярна світова література, культура	Розмовний подкаст

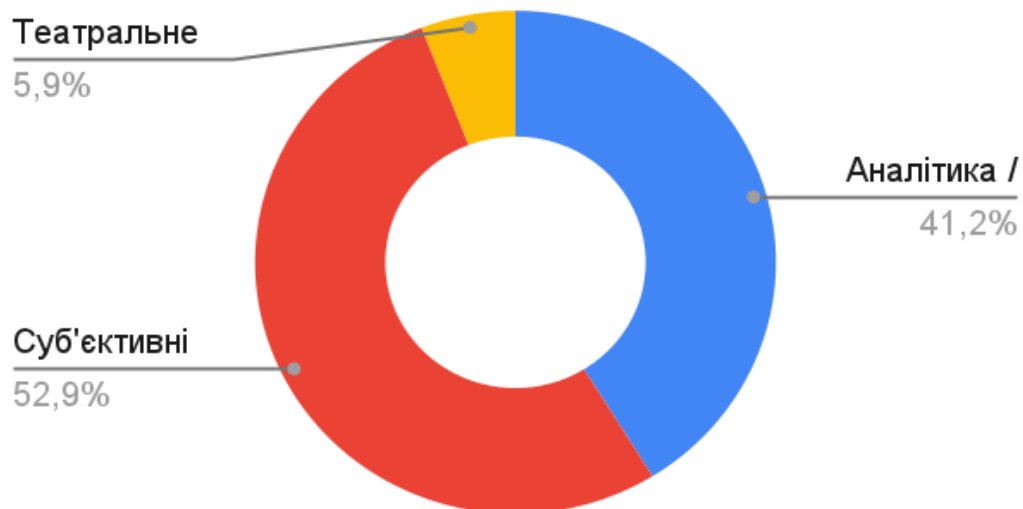
Додаток 3. Діаграми з показниками для кожного критерію

Рівень підготовки ведучого (-чої, -чих)



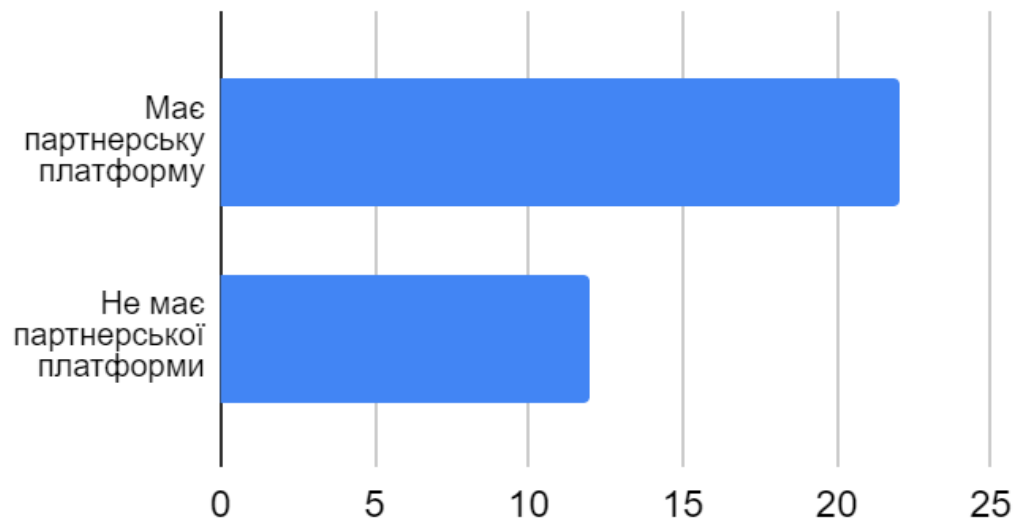
Діаграма 1

Мета



Діаграма 2

Підтримка

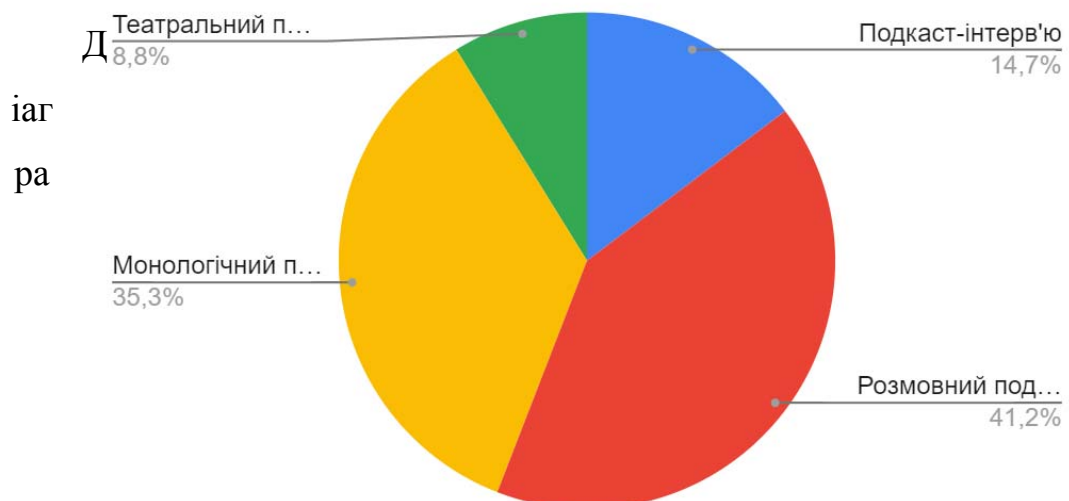


Діаграма 3



Діаграма 4

Місце в Класифікації Александра Санто



ма 5

Додаток 4. Статистика прослуховувань подкасту «Книжкова агенція редактора Карка»

