

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ И ФОРМАТЫ ЛИТЕРАТУРНОГО ПОДКАСТА

А. Г. Чернявская

*Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
annachern035@gmail.com*

*Научный руководитель – Е. В. Локтевич, кандидат филологических наук,
доцент*

Статья посвящена осмыслению этапов создания и специфике форматов литературного подкаста в контексте функционирования подкастинговой среды. На материале контента современных белорусских и российских подкастов были установлены ценностные приоритеты целевой аудитории, а также стратегии продвижения литературных подкастов. Проведен анализ подходов литподкастеров к созданию материалов о литературе.

Ключевые слова: литературный подкаст; аудионовелла; аудиоспектакль; сценарный разговор; скринкастинг; мамблкор.

STAGES OF CREATION AND FORMATS OF A LITERARY PODCAST

A. G. Charniauskaya

*Belarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: A. G. Charniauskaya (annachern035@gmail.com)*

*Research advisor – E. V. Loktevich, Candidate of Philology,
Associate Professor*

The article is devoted to understanding the stages of creation and the specifics of the formats of a literary podcast in the context of the functioning of the podcasting environment. Based on the content of modern Belarusian and Russian podcasts, the value priorities of the target audience were established, as well as strategies for promoting literary podcasts. The analysis of approaches of literary podcasters to the creation of materials about literature is carried out.

Key words: literary podcast; audio novel; audio performance; scripted conversation; screencasting; mumblecore.

Подкастинговая среда – это, прежде всего, обратная связь, общение, без чего бытие современного реципиента представить сложно [1]. Несмотря на востребованность научного осмысления феномена подкастов, его структура и форматы исследовались нечасто. Можно выделить работы А. А. Журавлевой, И. В. Лизуновой, Г. М. Агеевой, Е. А. Воиновой и др. В них поднимаются вопросы коммуникативного потенциала и лингвистического образа подкастов, реализации подкастинга в сфере образования, сходств подкастинговой сферы и радиоэфира. Подкастинг – это демонстрация устной речи, импровизация, а не чтение выверенного и отредактированного письменного текста, требующего тщательной подготовки и филологических навыков владения словом. Доступность личной информации, готовность поделиться с аудиторией профессиональным и непрофессиональным опытом, жизненными наблюдениями, возможность слушать подкастеров в фоновом формате делают подкасты востребованной формой диалога с современной аудиторией.

Литературные подкасты – востребованный и эффективный инструмент для ориентации читателя в литературном процессе, развития стратегий книжного продвижения, воспитания культуры чтения. Такая деятельность способствует творческой самореализации авторов материалов, интеллектуальному общению, создает вокруг книги диалоговое пространство, благодаря чему рецепция художественного текста становится привлекательной для современного читателя.

Большинство профессиональных литературных подкастов ведется писателями, переводчиками, литературными обозревателями, критиками, педагогами-словесниками, редакторами книжных сервисов. Как правило, это во многом академический культурный продукт. Например: «Поляринов говорит» с писателем Александром Поляриновым [2]; «Между строк» с поэтом, критиком и редактором Львом Обориным [3] и др.

Обращает на себя внимание серьезный подход создателей материалов к подкасту: продумываются идея и структура, герои, подбираются темы и примеры, определяется фоновая музыка, обозначаются проблемы и т. д. Таким образом, структура подкаста во многом напоминает композицию художественного произведения и потому требует серьезной проработки и корректировки под ожидания аудитории.

Подготовка к записи выпуска, как указывает Михаил Прозоров (коммерческий автор), проходит в трех направлениях: содержание, физиология (форма) и техническая реализация [4]. Охарактеризуем далее этапы создания литературного подкаста.

1. *Идейное оформление замысла.* На первом этапе необходимо определить цель запуска подкаста. От этого будет зависеть стратегия создания со-

держания и структуры подкаста, его тематика, жанровый диапазон, принципы диалога со слушателями.

2. *Выбор тематики и проблематики.* Нужно определить круг литературных тем и проблем, которые, с одной стороны, будут интересны слушателю, а с другой – будут понятны автору подкаста (он должен разбираться в том, о чем говорит). От этого выбора будет зависеть и концепция литературного подкаста. На этом же этапе нужно составить список *форматов*, которые оптимальны для обсуждения этих тем и проблем. Согласно концепции К. Майнцер, наиболее распространенные в подкастинге [5]: 1) *интервью*: ведущий принимает гостей, задает им вопросы, связанные с темой подкаста; 2) *круглый стол*: размышления нескольких ведущих, которые высказываются по той или иной литературной теме; 3) *ежедневные новости*: ведущий читает новости о литературе, ссылаясь на журналистские репортажи или дополнительные источники; 4) *список / рейтинг*: ведущий оглашает рейтинг лучших / худших авторов или книг. Например, список кандидатов, с которыми он хотел бы встретиться; 5) *советы*: ведущий дает советы дозвонившимся в эфир слушателям; 6) *эпизодическая документалистика*: в каждом эпизоде подкаста подробно рассказывается одна история, посвященная литературному герою, событию или явлению; 7) *сезонная документалистика*: одна история рассказывается в нескольких эпизодах в серии выпусков; 8) *расследование*: ведущий шоу выступает в роли следователя; он раскрывает тайны создания произведений и приходит к какому-то выводу; 9) *журнал*: каждая часть подкаста представляет собой отдельные рубрики, включающие несколько форматов (например, интервью, аудиоспектакль и др.); 10) *игровое шоу*: гости отвечают на вопросы по произведениям, разгадывают головоломки или играют в другие игры, чтобы победить; 11) *короткие истории*: ведущий рассказывает реальную или вымышленную историю (например, основанную на дневниковых записях). В таком формате актуализировано чтение нескольких историй, связанных одной темой или проблемой; 12) *художественный рассказ*: создание единой истории, разбитой на несколько эпизодов; такой формат может использовать литератор, приглашая к чтению своих произведений или произведений других авторов. Близкими к этому формату, с нашей точки зрения, являются *аудионовелла* и *аудиоспектакль*.

К этой классификации добавим еще такой более сложный в практической реализации формат, как *сценарный разговор*. Этот формат предполагает, что авторы подкаста непринужденно беседуют (по внешней оценке), но в то же время они следуют конкретной структуре. Этот формат требует серьезной проработки текста и больших временных затрат для записи. Как правило, авторами таких литподкастов являются профессиональные критики, литературоведы и арт-журналисты, соблюдающие в некотором роде

правила создания художественного текста. Другой смешанный формат, развивающийся сегодня, – *скринкастинг* – синтезирует голосовую запись, графику и видеофрагменты; он потребует знаний в сфере монтажа и дизайна. Также популярен формат *мамблкор*, вышедший из кинематографа и предполагающий натурализм и непринужденность разговора друзей на условно обозначенную тему, которая в процессе диалога может стать второстепенной. К этому формату обращаются непрофессиональные литературные подкастеры.

3. *Определение аудитории.* Важно для себя обозначить реципиентные группы, на которые рассчитан контент подкаста. В этом помогает составление портрета слушателя: его интересы, место проживания, возраст, ценностные ориентиры, семейное положение, хобби и т. д.

4. *Составление сценария* (если это предусмотрено форматом и уровнем профессионального содержания литературного подкаста). В некоторых случаях сценарий зарождается на стадии планирования. Иногда становится необходим позже, уже на этапе создания записи – после того, как собраны воедино аудиокомпоненты и выполнен ряд других задач.

Большинству проектов нужен минимальный сценарий, наброски. Такие подкасты имеют ряд преимуществ. Без жестких ограничений у ведущих появляется легкость импровизации. Так они лучше раскрываются в общении друг с другом. Однако, как подчеркивает К. Майнцер, это не означает, что становится меньше работы и нет необходимости планировать выпуск. Когда нет сценария, иногда нужно быть подготовленным лучше, чем с ним. Подкастер должен заранее знать, на чем акцентирует внимание, рассматривая ту или иную тему, и почему [1].

5. *Техническое оформление подкаста / запись.* Для записи подкаста необходимы хороший микрофон и звуковая карта. Также нужно быть компетентным в работе с программами для записи и монтажа аудиофайлов (например, Adobe Audition или Audacity). При монтаже важно обращать внимание на уровень громкости, шумы и другие аспекты звуковой части. Кроме того, понадобится мастерство соединения интро (эпиграф) и аутро (эпилог), музыки и других звуковых эффектов.

6. *Продвижение подкаста.* Для этого потребуются знания в области SMM, таргетинга, ATL- и BTL-технологий. Можно приглашать для записи подкаста гостей, имеющих большую аудиторию в социальных сетях или инфлюенсеров, известных литературных блогеров, способных повлиять на слушателя. Еще один способ продвижения – участие в литературных мероприятиях разного уровня. Это поможет привлечь новых слушателей и популяризировать подкаст.

И еще два постоянных условия для успешного функционирования подкаста: честность автора и поддержка вдохновения. Сомнительную ис-

кренность слушатель всегда заметит, что будет влиять на степень доверия аудитории и потому успешность литературного подкаста. И, безусловно, созданию интересных и креативных подкастов способствует регулярное чтение художественной литературы разных стран и эпох, беседы о них, их «проживание», соавторство. В процессе размышлений и обсуждений, а после этого – уединенного осмысления, происходит всплеск творческих идей, новых тем для диалога со слушателями, приходит вдохновение. Минутой вдохновения может стать также путешествие, посещение культурных мероприятий и многое другое.

Создание литературного подкаста – интересный и творческий процесс, требующий от авторов усилий и терпения. Многие люди сегодня не хотят слушать радио из-за неудобства его воспроизведения. В этой связи подкастинг имеет существенные преимущества: выбор времени и места для знакомства с контентом. Очевидно, что для развития литературного подкастинга необходимо создать среди подкастеров творческую конкуренцию в процессе обмена опытом [4]. Возможно, это один из путей переосмысления структуры и форматов подкаста, который будет интересен еще более широкой аудитории и потребует дальнейшего научного исследования.

Библиографические ссылки

1. *Воинова Е. А., Сивякова Е. В.* Подкаст как новый формат публичной коммуникации в условиях цифровой медиасреды [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podkast-kak-novyy-format-publichnoykommunikatsii-v-usloviyah-tsifrovoy-medi-asredy/viewer> (дата обращения: 14.03.2023).
2. Поляринов говорит [Электронный ресурс] // SOUNDCLOUD. URL: <https://soundcloud.com/polyarinov> (дата обращения: 14.03.2023).
3. Между строк [Электронный ресурс] // SIMPLECAST. URL: <https://mezhdustrok.simplecast.com/> (дата обращения: 14.03.2023).
4. *Прозоров В. В.* Об авторских стратегиях в литературе [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obavtorskih-strategiyah-v-literature/viewer> (дата обращения: 14.03.2023).