**Особенности нарративных литературных подкастов в России**

***Мокрышева Наталья Сергеевна***

*Студент*

*Национальный исследовательский Томский государственный университет,*

*Факультет журналистики, Томск, Россия*

*E–mail: naaaaat10@gmail.com*

В эпоху цифровизации и фиджитализации темп жизни современного человека заметно ускорился. Меняются способы и форматы распространения контента и его потребления: «Привычным становится медиапотребление «на бегу» – в дороге, в транспорте или в ожидании транспорта, в очереди, во время учебных занятий и пр». [Полуэхтова 2022: 207]. В связи с этим популярность набирает такой формат как подкаст. «Подкаст» – термин, созданный путем объединения слов «iPod» (американский аудиоплеер) и «broadcast» (трансляция), означающий воспроизведение аудио и видеофайлов на мобильном устройстве. Подкастинг представляет собой электронную среду, включающую в себя коллекцию аудио- и видеофайлов, на которые можно бесплатно подписаться через Интернет [Дмитриев, Борисов 2020: 221].

С ростом числа аудитории подкастов увеличивается и количество исследований нового формата – как в целом, так и в аспекте его типологии. Например, Л.И. Агафонова и Ж.С. Аникина приводят классификацию подкастов при изучении иностранного языка [4]. Однако работ, посвященных литературным подкастам, в современном научном дискурсе не так много. Выбор литературных подкастов как актуального объекта исследования обусловлен и ростом числа читающей молодежи [5]. Наша работа – это попытка выделить особенности нарративного литературного подкаста.

Эмпирическая база – литературные подкасты «Книжный базар», «Девчонки умнее стариков», «Базаров порезал палец». В качестве материала для анализа данные подкасты выбраны по причине популярности у аудитории. Количество их подписчиков варьируется от двух до двадцати трех тысяч. Мы исследовали по 5 выпусков каждого подкаста за период 2022–2023 гг.

Методы исследования: анализ научной литературы, мониторинг подкастов, дискурсивный анализ, типологический анализ. Критерии анализа: коммуникативная цель авторов, обсуждаемые в выпусках произведения, стиль и язык медиатекста, принципы общения с аудиторией.

В ходе нашего исследования мы выделили следующие особенности нарративного литературного подкаста.

Коммуникативная цель авторов нарративных литературных подкастов – поделиться историей через призму обсуждаемых произведений. Частотный ход ведущих: «У меня есть одна очень похожая история», «Позвольте рассказать вам историю, которая чем-то похожа на эту».

В нарративных литературных подкастах предметом обсуждения становятся не только классические произведения, но и современные. Например, в подкасте «Девчонки умнее стариков» нередко обсуждают книги, изданные совсем недавно. Такой прием позволяет охватить большее количество аудитории.

Как пишет в своем исследовании Г.М. Агеева: «Большинство книжных подкастов ведется профессионалами – писателями, переводчиками, литературными обозревателями, критиками, педагогами-словесниками, редакторами книжных сервисов» [Агеева, 2020: 105]. Однако в нарративных подкастах возможны исключения. Так ведущими подкаста «Базаров порезал палец» являются доцент кафедры политологии МГУ Борис Прокудин и психолог, арт-терапевт и клоун Филипп Жевлаков. При этом востребованность этого подкаста у аудитории выше, чем у некоторых других, авторы которых – литературные критики или обозреватели.

Такая статистика потребления нарративных литературных подкастов свидетельствует, что слушателей подкупает легкая, ненавязчивая подача информации. В подкастах этого типа нет изобилия литературоведческих терминов, академически строгих формулировок и характеристик образов. Авторы допускают использование сниженной лексики и просторечий: «чё», «пипец», «дура», «чувак», «вайб». Во время обсуждения произведения уместны шутки и примеры из личного опыта: «я побывал на иммерсионном шоу», «нужно выкатывать большой калибр», «я была на дегустации вина…».

Нарративные литературные подкасты являются сопутствующим продуктом, то есть их можно слушать параллельно другому действию. Более академичные литературные подкасты требуют сосредоточенности, в то время как нарративные – создают легкую, непринужденную атмосферу, позволяют слушателю расслабиться. Подкасты этого типа отличает высокая степень персонификации, близость к аудитории, стремление к диалогу со слушателями. Преимуществом данного типа подкастов можно считать и выбор предмета обсуждения – произведения современных авторов, актуальные тренды в литературном процессе.

В ходе нашего исследования мы выделили ряд особенностей нарративных литературных подкастов. Результаты работы могут быть полезны как исследователям типологии подкастов, так и создателям контента в данном формате.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Агеева Г.М.* Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // Саранск, 2020. С. 102-107
2. *Дмитриев Д.В., Борисов А.В.* Использование подкастов для создания мотивации у студентов к изучению иностранного языка // Вестник КГУ. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2020. Т. 26, № 2. С. 220–225
3. *Полуэхтова И.А.* Медиапотребление в цифровой среде: к вопросу о методологии исследований // Знание.Понимание.Умение. М., 2022. №3, С. 206-218
4. *Агафонова Л.И., Аникина Ж.С.* Дидактико-методические особенности использования подкастов при обучении иностранному языку в вузе // Электронное научное издание (научно-педагогический интернет-журнал) Эмиссия.Оффлайн. СПб, 2011. URL: <http://www.emissia.org/offline/2011/1703.htm>
5. Самая читающая страна: мониторинг. ВЦИОМ. 2023 // URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/samaja-chitajushchaja-strana-monitoring>