

ПОДКАСТИНГ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК БИБЛИОТЕКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ И ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТЫ

Габриелян Карина Кареновна

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени

Г.Р. Державина»

e-mail: gabrielyankareena@yandex.ru

Современный этап развития общества характеризуется глубокой трансформацией информационно-коммуникационной среды, что неизбежно влечет за собой изменение роли и функций традиционных социальных институтов, включая библиотеки. Цифровая революция, стремительное развитие информационных технологий и смена паттернов медиапотребления ставят перед библиотечными учреждениями принципиально новые вызовы. В ситуации, когда внимание аудитории становится главным дефицитным ресурсом, а конкуренция на информационном рынке многократно возрастает, перед библиотеками открывается окно возможностей для поиска и внедрения инновационных форматов взаимодействия с пользователями.

Цифровая трансформация затрагивает все аспекты библиотечной деятельности – от организационных изменений до внедрения инновационных форматов взаимодействия с пользователями. Традиционные формы культурно-просветительской работы, оставаясь важной основой деятельности библиотек, в современных условиях часто оказываются недостаточными для привлечения и удержания внимания аудитории, особенно молодежной. В этой ситуации на передний план выходит необходимость разработки новых форматов, способных не просто транслировать информацию, но создавать устойчивые эмоциональные связи, формировать вокруг библиотеки сообщества заинтересованных пользователей и обеспечивать глубокое интеллектуальное погружение.

Одним из таких форматов, демонстрирующих в последние годы устойчивый рост популярности в России и мире, является подкастинг. Данный феномен привлекает все большее внимание исследователей и практиков, что обусловлено его уникальными коммуникативными характеристиками и широкими возможностями для реализации просветительских задач. Цель настоящей статьи заключается в комплексном анализе потенциала подкастинга как инструмента библиотечной деятельности, обобщении существующего опыта его применения и выработке концептуальных подходов к созданию библиотечных подкаст-проектов.

Подкастинг как явление цифровой культуры существует относительно недолго, однако за последнее десятилетие он прошел впечатляющий путь от любительского увлечения энтузиастов до полноценного медиаформата с многомиллионной аудиторией и профессиональной индустрией производства. Исследователи фиксируют, что в России подкастинг вышел из нишевого статуса и превратился в массовый медиаформат, на который приходится значительная доля всего потребляемого аудиоконтента. Этот рост сопровождается

профессионализацией отрасли: на смену любительским записям приходят качественно произведенные проекты с четкой концепцией, продуманным позиционированием и устойчивой лояльной аудиторией [3].

Для понимания потенциала подкастинга в библиотечной сфере необходимо обратиться к теоретическому осмыслению его коммуникативной природы. С.В.Дедова, анализируя жанровую специфику книжных и библиотечных подкастов, подчеркивает их принципиальное отличие от других форм интернет-коммуникации. В отличие от кратких сообщений в социальных сетях, подкаст позволяет развернуть сложную нарративную структуру, провести глубокий анализ произведения, рассмотреть его в широком культурно-историческом контексте. При этом формат парадоксальным образом сохраняет камерность и доверительность живого общения, создавая эффект личного диалога между ведущим и слушателем. Это психологическое преимущество делает подкаст исключительно эффективным инструментом «мягкого» просвещения, когда сложные идеи доносятся в неформальной, доступной манере, не отталкивая аудиторию излишним академизмом [3].

Важной теоретической рамкой для осмысления библиотечного подкастинга выступает концепция гуманистической миссии библиотеки в цифровую эпоху. Н.М.Свергунова и О.А.Барма рассматривают создание аудиоконтента не как дань технологической моде, а как логичное продолжение и развитие просветительской и социальной роли библиотеки в новых медийных условиях. Исследователи подчеркивают, что подкастинг служит не просто техническим инструментом, а средством реализации фундаментальных библиотечных ценностей – обеспечения доступности знаний, поддержки культурного диалога, сохранения и актуализации интеллектуального наследия. Особое внимание в их работе уделяется способности аудиоформатов создавать инклюзивную среду и формировать новые модели читательского восприятия, что приобретает особую значимость в контексте работы с людьми с ограниченными возможностями здоровья, а также с аудиторией, для которой визуальное потребление информации уступает место аудиальному [8].

О.А.Демиденко предлагает рассматривать библиотечный подкаст в двух взаимодополняющих измерениях: как авторский продукт и как коллективное благо. С одной стороны, любой подкаст создается конкретными людьми – библиотечными специалистами, которые вкладывают в него свои знания, креативность, индивидуальный стиль. Это придает каждому проекту уникальность и неповторимость. С другой стороны, будучи размещенным в открытом доступе, подкаст становится общественным достоянием, ресурсом, доступным для всех желающих вне зависимости от их местонахождения, социального статуса, физических возможностей. Эта двойственная природа создает особую ответственность библиотек за качество производимого контента и одновременно расширяет их аудиторию далеко за пределы традиционного обслуживания [2].

Обращение к эмпирическому опыту российских библиотек по созданию подкастов позволяет выявить ряд устойчивых тенденций и наиболее востребованных направлений развития этого формата. Исследование,

проведенное Е.Э.Кобыльцовой, включает анализ действующих библиотечных и книжных подкаст-проектов, их классификацию по тематике, формату, целевой аудитории. Автор приходит к выводу, что наиболее успешными оказываются проекты, которые не пытаются объять необъятное, а имеют четкую концепцию и ориентированы на конкретную аудиторию с ее специфическими информационными потребностями и интересами [4].

Значительный пласт библиотечных подкастов составляют краеведческие проекты. Ю.В.Поздеева на примере краеведческого подкаста «От верблюда» демонстрирует, как теоретические положения о миссии библиотеки и работе с аудиторией реализуются в формате конкретного медиапроекта. Исследование детально анализирует весь цикл создания подкаста – от разработки концепции и формирования содержания до технического воплощения и продвижения готового продукта. Автор подчеркивает, что именно краеведческая тематика оказывается той уникальной нишей, в которой библиотека обладает неоспоримыми конкурентными преимуществами перед коммерческими производителями контента. Глубокое знание местной истории, работа с первоисточниками, доступ к уникальным архивным материалам – все это позволяет создавать контент, представляющий интерес не только для локальной, но и для внешней аудитории [6].

Другим важным направлением выступают подкасты, ориентированные на продвижение чтения и книжной культуры. А.С.Фролова, Е.Ю.Безуглова и С.А.Уварова рассматривают аудиоподкаст как инновационную форму коммуникации, способную эффективно привлекать новую аудиторию и популяризировать литературу среди различных пользовательских групп. Исследователи анализируют специфику, преимущества и потенциал аудиоподкастов в контексте библиотечной деятельности, подчеркивая, что данный формат позволяет преодолеть разрыв между классическим литературным наследием и молодежной аудиторией, для которой традиционные формы рекомендательной библиографии часто оказываются нерелевантными [8].

Практические аспекты создания подкастов детально раскрыты в работе К.А.Пакулиной и Л.Е.Петровой. Авторы описывают технологию производства – от разработки концепции и формата подкаста, планирования контента и технического оснащения до непосредственной записи, монтажа и публикации готового продукта на популярных площадках. Особое внимание уделяется вопросам командообразования: формирование коллектива, в который войдут специалисты-контентмейкеры (библиографы, краеведы, литературоведы) и технические исполнители (звукорежиссер, монтажер), становится необходимым условием качественного производства. Даже при ограниченном бюджете авторы рекомендуют создание базовой студии, обеспечивающей приемлемый уровень записи, и разработку четкого производственного процесса – от исследования темы и написания сценария до финального монтажа и публикации [5].

Важным аспектом, поднимаемым в профессиональной литературе, является вопрос оценки эффективности библиотечных подкастов. Т.Г.Плотникова и И.Ю.Матвеева на основе обобщения опыта работы библиотек в цифровой среде

подчеркивают необходимость выработки адекватных критериев, учитывающих специфику аудиоформата. Простые количественные показатели (количество скачиваний, прослушиваний) оказываются недостаточными, так как не отражают реального воздействия контента на аудиторию. Исследователи предлагают обращать внимание на качественные индикаторы: вовлеченность слушателей, наличие обратной связи, формирование устойчивого сообщества вокруг подкаста, цитируемость в других медиа. Только комплексный подход к оценке позволяет объективно судить об успешности подкаст-проекта и его вкладе в реализацию стратегических задач библиотеки [7].

Обобщение теоретических исследований и анализ практического опыта российских библиотек позволяют сформулировать ряд концептуальных принципов, которые должны лежать в основе создания успешного библиотечного подкаст-проекта.

Первостепенное значение имеет определение миссии проекта, которая должна выходить за рамки простого информирования о новинках или библиотечных событиях. Библиотечный подкаст может стать инструментом комплексного продвижения чтения и культурного наследия, мостом между традиционными фондами и современной аудиторией, платформой для интеллектуального диалога. Его стратегической целью должно быть не привлечение любой ценой, а содержательное просвещение, представленное в привлекательной и доступной форме [1].

Контентная стратегия библиотечного подкаста должна основываться на уникальных ресурсах учреждения. Глубокое знание фондов, краеведческие материалы, экспертиза специалистов – все это составляет конкурентное преимущество. Успешная модель предполагает увязывание локальных тем с общечеловеческими вопросами, когда история отдельного издания или судьба местного автора рассматриваются в широком культурном контексте. Это позволяет создавать контент, интересный как для жителей региона, так и для внешней аудитории, расширяя границы библиотечного присутствия.

Организационная модель должна учитывать, как творческие, так и технические аспекты производства. Критический анализ успешных проектов («Книжный чел», «СТИВЕН КНИГ» и других) позволяет выделить факторы, определяющие их востребованность. Во-первых, это безусловный приоритет качества содержания – аудитория отдает предпочтение подкастам, которые ведут эксперты в своей области, способные предложить не поверхностный обзор, а содержательный анализ. Во-вторых, техническое качество записи и монтажа перестало быть дополнительным преимуществом и превратилось в базовое требование – плохой звук становится серьезным барьером для восприятия даже самого интересного содержания. В-третьих, важнейшую роль играет регулярность выпусков и четкость формата, которые создают у аудитории ожидание и формируют привычку [4].

Платформенная стратегия требует одновременного присутствия на нескольких ключевых площадках. Публикация на сайте библиотеки обеспечивает интеграцию с другими ресурсами учреждения, в то время как размещение на популярных стриминговых сервисах («Яндекс.Музыка», VK

Подкасты, «Звук») значительно расширяет потенциальную аудиторию. Важно понимать, что публикация выпуска – это только начало работы; его активное продвижение через все каналы коммуникации библиотеки и вовлечение аудитории в обсуждение превращают подкаст из монолога в диалог, что принципиально усиливает его воздействие.

Проведенный анализ теоретических исследований и практического опыта позволяет утверждать, что подкастинг обладает высоким потенциалом как инструмент модернизации библиотечной деятельности и расширения ее аудитории. В условиях, когда внимание пользователей становится главным дефицитным ресурсом, подкаст предлагает уникальную возможность установления глубокого и продолжительного контакта с аудиторией. Этот формат позволяет библиотеке выйти за пределы своих физических стен, преодолеть географические и временные ограничения, создать вокруг себя сообщество заинтересованных слушателей.

Разработка и запуск собственного подкаст-проекта представляет для библиотеки стратегическую задачу, решение которой позволит не просто адаптироваться к цифровой реальности, но и активно влиять на ее формирование. Создание качественного интеллектуального контента в популярном формате укрепляет имидж библиотеки как современного, открытого, мыслящего института, способного говорить с разными поколениями на понятном им языке. В долгосрочной перспективе устойчивый подкаст-канал может стать таким же значимым активом учреждения, как и его материальные фонды, выполняя важнейшую функцию сохранения и актуализации культурного наследия в новых медийных условиях.

Реализация подкаст-проектов требует от библиотек системного подхода, сочетающего содержательную глубину с технической грамотностью, но открывающиеся возможности многократно окупают приложенные усилия, выводя библиотеку на новый уровень взаимодействия с обществом в цифровую эпоху. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на разработку методик оценки эффективности библиотечных подкастов, изучение их влияния на читательскую активность различных групп пользователей, а также на поиск оптимальных моделей интеграции подкастинга в общую систему библиотечного обслуживания.

Список использованных источников

1. Анализ заинтересованности и вовлеченности молодежи в литературный контент новых медиа / М.Д.Васильченко, Е.М.Романов, П.А.Чалков, О.В.Перевозова // Социально-экономическое развитие региона: инновационные инструменты и цифровые технологии : сб. материалов XXVIII всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием. – Челябинск, 2024. – С. 246-252.

2. Демиденко О.А. Библиотечный подкаст: авторский продукт и коллективное благо // Буква и Цифра: библиотеки на пути к цифровизации : сб. докл. Четвертой науч.-практ. конф. «БиблиоПитер – 2023». – Москва, 2023. – С. 34-38.

3. Дедова С.В. Книжные и библиотечные подкасты: специфика жанра и актуальные тенденции // Молодежный вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2023. – № 2 (20). – С. 130-135.
4. Кобыльцова Е.Э. Книжный подкаст как инструмент продвижения книги и чтения // Наука и технологии: перспективы развития и применения : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. – Петрозаводск, 2023. – С. 240-250.
5. Пакулина К.А., Петрова Л.Е. Подкаст как способ продвижения креативных проектов : технология создания // Управление культурой. – 2023. – № 1 (5). – С. 65–74.
6. Поздеева Ю.В. Краеведческий подкаст «От верблюда» как библиотечный медиапроект // Краеведение Приангарья : материалы III краевед. чтений. – Иркутск, 2022. – С. 144-147.
7. Плотникова Т.Г., Матвеева И.Ю. Библиотеки и онлайн. XII межрегиональная Школа инноватики «Электронная и цифровая среда библиотеки» // Вестник культуры и искусств. – 2020. – № 4 (64). – С. 146–151.
8. Свергунова Н.М., Барма О.А. Подкастинг как инструмент реализации гуманистической миссии библиотеки // Научные и технические библиотеки. – 2022. – № 11. – С. 97-119.
9. Фролова А.С., Безуглова Е.Ю., Уварова С.А. Библиотечный аудиоподкаст как инновационная форма продвижения книги и чтения в веб-среде // Актуальные вопросы культуры, искусства, образования. – 2023. – № 4. – С. 79–88.
10. Хисамутдинов Р.Е. Говорите – вас услышат: зачем библиотекам идти в мир подкастов? // Всероссийский библиотечный конгресс : XXV юбилейная ежегод. конф. Рос. библ. ассоц. – Петрозаводск, 2021. – С. 366-369.