УДК [028.02-057.875(22)]:004.738.5

DOI: 10.32340/2414-9101-2021-1-64-71

А. С. Фролова, кандидат педагогических наук
Алтайский государственный институт культуры (Барнаул, Россия)
rus.librarian@yandex.ru

С. А. Уварова
Алтайский государственный институт культуры (Барнаул, Россия)
sofia.horan69.sh@gmail.com

ЛИТЕРАТУРНЫЙ БЛОГЕР КАК ЗАКОНОДАТЕЛЬ ЧИТАТЕЛЬСКОЙ МОДЫ В СРЕДЕ ГОРОДСКОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Охарактеризована специфика блога как популярного жанра интернет-коммуникации, реализуемой с привлечением технологий специализированных веб-сервисов; представлено описание типового контента, публикуемого в профессиональном и любительском сегментах отечественной литературной блогосферы. Изложено описание общей композиционной структуры литературного блога, размещённого в русскоязычной части информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», перечислены некоторые формы стимулирования читательской активности, применяемые на авторских виртуальных дискуссионных площадках литературной тематики. Представлен авторский взгляд на ориентирующую роль литературного блогера, выступающего в качестве активного субъекта регуляции читательских установок и программирования читательского поведения современной учащейся молодёжи.

Ключевые слова: *литературный блог, студенческая молодёжь, чтение российской молодёжи, блогер, книжный рынок, рецензия на книгу, чтение в интернете, читательская активность, формы стимулирования читательской активности, читательское поведение.*

Блоги отнесены современной наукой к жанровой разновидности традиционной и сетевой литературы [1, с. 6], устно-письменной межличностной, групповой и массовой интернет-коммуникации [2, с. 103; 3, с. 6], типу компьютерно-опосредованной самопрезентации [3, с. 5; 6], категории паралитературы и даже антилитературы¹. Со времени своего появления блоги привлекают к себе заинтересованное внимание отечественных и зарубежных учёных (João Batista Bottentuit Junior, Anderson Roberto Corrêa Pinto и Igor Fernando de Jesus Nascimento [4], Duncan Chappell [5], Vivienne Eades [6], James Mullan и Jennifer Vass [7], Kathleen C. West [8], М. П. Абашева и Т. О. Максимова [2], Е. И. Горшкова [9], Е. И. Казнова [3] и др.), включены в предметную область крупных современных лингвистических исследований [3, 9]. В большинстве научных работ блоги рассматриваются в качестве модифицированной версии письменной коммуникации [9, с. 3], реализуемой при помощи многофункциональных технологий специализиро-

¹ Из-за отсутствия объективных художественных достоинств, бессюжетности, отрывочного характера части текстов, публикуемых на общедоступных блог-платформах.

ванных веб-сервисов. Будучи одним из самых популярных гипержанров сетературы, блог *«объединяет в себе все жанры и стили, существующие как в сетевой, так и в традиционной словесности»* [1, с. 8].

К числу отраслевых сегментов блогосферы можно отнести совокупность специализированных веб-ресурсов литературной тематики, внутри которой выделяются в самостоятельные категории писательские², библиотечные блоги, блоги книголюбов, блоги, публикующие профессиональный и любительский литературно-критический, игровой контент (тематические и жанровые викторины, квесты, конкурсы, загадки, тесты и др.), репродуктивные (вторичные) тексты (т. е. построенные на заимствовании из оригинальных авторских произведений элементов фабулы, сюжетных коллизий, фигур персонажесферы) и др.

Если для писателей блоги являются, *«с одной стороны, преемниками записных книжек, черновиков будущих произведений, классических писательских дневников, с другой – интерактивной платформой для новых текстов, рабочим инструментом, экспериментальной творческой площадкой»* [2, с. 104], для библиотек – одним из эффективных инструментов продвижения чтения и книги в веб-среде [10, с. 78; 11, с. 61; 12, с. 128; 22, с. 105], то для неформальных самоорганизующихся читательских сообществ – это не только сетевой ресурс, предоставляющий доступ к полным текстам литературных произведений для их пассивного потребления: благодаря тому, что *«технические возможности интернет-платформы позволяют любому пользователю создавать и транслировать собственный контент»* [2, с. 104; о том же: 17, с. 140], текст писателя, опубликованный в блоге, рассматривается читателем и как материал для свободного творческого самовыражения [15] посредством выставления оценок, публикации комментариев, отзывов, рецензий, очерков, составления рейтингов, подборок цитат, списков любимых книг, произведений, изменивших жизнь, самых пере-/недооценённых книг, списков прочитанного за год, обязательного к прочтению, рекомендуемого к приобретению и пр.

Современные литературные блогеры – наряду с писателями, редакторами, переводчиками, издателями, художниками-иллюстраторами, маркетологами – становятся важными игроками отечественного книжного рынка, наследующего советской культурной традиции, относившей художественную литературу к категории предметов массового повседневного потребления. По мнению учёных-лингвистов, сетевой блог позволяет автору реализовать сразу несколько коммуникативных стратегий: во-первых, стратегию *«ориентирующего характера»* [9, с. 5], нацеленную на изменение поведения адресата сообщения в отношении обсуждаемого объекта; во-вторых, *«модально-оценочную стратегию»*, ориентированную на *«выражение блогером своего отношения к предмету общения, субъективной оценки явлений и фактов»* [9, с. 5]; в-третьих, *«регулятивную стратегию»*, ключевой задачей которой является *«контроль и координирование речевой и неречевой деятельности»* [9, с. 5–6] получателя информационного сообщения, аудитории блога.

² Типовой *«блог писателя состоит из малых “речевых жанров”: это письма, записи, байки, анекдоты, кулинарные рецепты, споры с читателями, черновики будущих произведений, анонсы новых книг, любимая музыка, фотографии, опросы читателей и др. ...Речевые жанры в блоге оказываются в соседстве с литературными текстами и воспринимаются наравне с ними»* [2, с. 105].

Попробуем изложить обзорную характеристику ориентирующей роли современного литературного блогера в контексте процессов социально-психологической регуляции стандартизированного читательского поведения в среде городской учащейся молодёжи. Студенты отечественных городских образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования обоих полов в возрасте от 17 до 22 лет составляют, по разным оценкам, от четверти до почти половины аудитории российского сегмента интернета [16, с. 114]; среднесуточная продолжительность пребывания студента во всемирной сети колеблется от 4 до 12 часов, более 90 % молодых людей пользуются информационно-телекоммуникационной сетью «Интернет» ежедневно [16, с. 114; 17, с. 142], базовые мотивы активности молодёжи в веб-пространстве – коммуникативный и досуговый [17, с. 144]. Каковы основные социально-психологические характеристики студенческого возраста? В этот период жизни интеллектуальные и душевные ресурсы индивида мобилизованы на оценку перспектив личной, социальной и профессиональной самореализации, формулировку реалистичной стратегии достижения жизненных целей, осмысление собственной индивидуальности, идейное самоопределение [14, с. 220–222]; студенческий возраст – время переживания экзистенциального кризиса, вызванного ломкой привычных этических норм и правил, сопровождающей утрату индивидом прежней социальной роли (учащийся школы) и приобретение новой (студент). По мнению некоторых специалистов (например, А. В. Аралиной и Е. В. Бенько), глубоко интегрированная в веб-коммуникацию городская «молодёжь представляет собой идеальную группу для информационных манипуляций и вербовки, ... [чему способствуют её] постоянная включённость в зону воздействия (пребывание в интернете), [высокая] поисковая активность, [выраженная] коммуникативная потребность, [скрытое] стремление к самопрезентации, простота материальных запросов и специфика возрастной психологии (негативизм, максимализм, немотивированная активность, потребность в причастности и лидерстве)» [16, с. 115]. В попытке увязать между собой противоречивое множество бесконечно сложных ценностных, социальных и событийных взаимосвязей личность, испытывающая информационные перегрузки и психоэмоциональное напряжение, может сделать выбор пользу адаптивной коммуникативной стратегии, для которой характерно некритичное восприятие и усвоение экспертных оценок, опора на стороннюю авторитетную точку зрения. В свете интересующего нас вопроса публично высказанное в форме рекомендации субъективное мнение книжного эксперта может рассматриваться в качестве одного из значимых факторов формирования читательских предпочтений у современной учащейся молодёжи.

В структурно-композиционном плане литературный блог представляет собой сумму трёх обязательных элементов:

1) *профиль пользователя*; средство докоммуникативной самопрезентации владельца литературной веб-площадки, включает следующие информационные блоки: имя пользователя, изображение пользователя (т. н. «аватар»), иные персональные данные, характеристики литературных предпочтений пользователя, круга его/её чтения, иную личную информацию, публикуемую по усмотрению автора блога;

2) *лента публикаций (постов)*; наиболее часто посещаемая страница блога, содержащая доступные для просмотра авторские записи, расположенные, как правило, в обратном хронологическом порядке, по тематическим, жанровым иным группам («Новое», «Современная проза», «К юбилею писателя», «Вершины жанра», «Женская поэзия», «Обсуждаемое», «Золотая классика», «Современники о писателях», «Мемуари-

стика», «Надо прочесть!», «Лучшие переводы» и пр.), сопровождаемые тематическими дескрипторами (языковыми метками, т. н. «тегами»), данными о количестве просмотров авторских публикаций, письменных комментариев к ним;

3) *комментарии к публикациям*; инструмент получения ответной реакции читателей на содержание авторских публикаций, представленных в блоге.

Следует различать профессиональные и любительские литературные блоги: авторы первых – профессиональные участники литературного процесса т. е. писатели, поэты, литературные критики, переводчики, теоретики и историки литературы, литературные журналисты, книжные обозреватели, биографы, аналитики книжного рынка и т. д.; авторы вторых – читатели, питающие устойчивый непрофессиональный интерес к книге, опосредованно связанные с миром литературы (либо не связанные с ним вообще). Для профессиональных литературных блогеров характерны зрелые, устоявшиеся читательские предпочтения, развитый читательский вкус, продуманная стратегия формирования круга чтения, культурная эрудированность, высокий уровень информационной и читательской культуры, развитые читательские компетенции, осмысленная и аргументированная критика литературных текстов, осторожная оценка литературных достоинств и недостатков обсуждаемых произведений, широкая осведомлённость о событиях текущего литературного процесса, об эволюции эстетических канонов исторической литературной традиции, присутствие в текстах обзоров, отзывов, рецензий специальной терминологии из понятийного аппарата филологии, литературоведения. Литературные блогеры-любители склонны к субъективизму в оценках произведений, избегают доказательности в речи, изобилующей нарушениями литературной нормы, жаргонизмами (молодёжным, интернет-сленгом), демонстративно дистанцируются от научного анализа текста, подчёркивая демократичный характер коммуникативной среды своего блога. Типичным для такого веб-обозревателя можно считать относительно небольшой читательский опыт, развлекательный мотив формирования круга чтения, предпочтение «низких» жанров художественной литературы (фантастика, фэнтези, приключения, детективы, любовные романы), поверхностный анализ идейно-тематического содержания и художественных особенностей литературных произведений (авторского композиционного, грамматического и пунктуационного строя, языковых изобразительно-выразительных средств, приёмов повествования и пр.).

По нашим наблюдениям, симпатии молодёжной интернет-аудитории – на стороне экспертов-профессионалов, способных дать объективную (близкую к объективной) оценку художественным достоинствам анализируемых текстов, произвести грамотную дешифровку культурных смыслов, символов и цитат, помещённых в литературное произведение, проанализировать мастерство, с которым писатель конструирует художественную реальность. Массового молодого читателя в профессиональном литературном блоге привлекает и то, что талантливый интерпретатор авторского текста способен превратить развёрнутый критический анализ в пространство для творческого самовыражения. У рекомендации профессионального литературного блогера, на наш взгляд, больше шансов получить доверие сетевых пользователей, стать для них сигналом к действию.

И для профессионального, и для любительского сегментов отечественной литературной блогосферы можно считать актуальной проблему т. н. «заказных» рецензий и комментариев, публикуемых в рекламных целях. Отзывы о художественном произведении, выполненные на заказ – один из наиболее эффективных инструментов ориентиро-

вания покупателя на книжном рынке в интересах издательств, действенное средство манипуляции читательским спросом, рассчитанное на формирование положительной или отрицательной установки на приобретение или прочтение произведений конкретного автора. Агрессивная маркетинговая стратегия продвижения изданий на книжном рынке, предусматривающая привлечение издающими и книготорговыми организациями влиятельных рецензентов и критиков, работающих «на заказ», чаще всего применяется при выходе в книготорговый оборот текстов начинающих или малоизвестных авторов, ещё не успевших заработать положительную репутацию в читательской среде, или литературных сочинений в экспериментальных жанрах, чей коммерческий успех ставится издателем под сомнение. Чтение книг сохраняет существенный вес в структуре медиапотребления россиян [18, с. 64, 65; 19, с. 166; 21, с. 60; 23, с. 113], а художественная литература уверенно удерживает свои позиции в тройке крупнейших тематических разделов отечественного книжного рынка (из совокупного расчёта «традиционная+электронная книга»), наряду с детской и учебной литературой [20, с. 30, 32]. Учитывая два этих факта, можно предположить, что рекламные кампании в поддержку художественных изданий, эксплуатирующие спекулятивный потенциал «заказных» рецензий, отражают стремление коммерсантов от литературы к монетизации искусственно созданного массового читательского интереса к автору, произведению, жанру и т. д. При этом одну из ведущих ролей в продвижении книги или автора рекламные специалисты, похоже, отводят «лидерам мнений» – авторитетным в литературно-критической и читательской среде персонам, к числу которых теперь справедливо относить и литературных блогеров, популяризирующих книгу и чтение в интернет-канале. Однако опытный читатель, глубоко разочаровавшись в содержании широко разрекламированных произведений с сомнительными литературными достоинствами, научился с осторожностью воспринимать рекомендательные отзывы на художественные тексты, исходящие даже от крупных критиков, уже успевших создать себе «имя» в профессиональном литературном сообществе.

К формам стимулирования читательской активности, поощрения интереса к чтению, распространённым в отечественной литературной блогосфере можно отнести, например, конкурсы («Читатель года», «Лучшая рецензия», «Лучший книжный обзор», «Лучший критический очерк» и т. п.), голосования («Лучший перевод», «Старые мастера батальной прозы», «Литературные впечатления детства», «Лучший автор в жанре...» и пр.), литературные тесты («Угадай литературного персонажа по описанию в обратном переводе», «10 вопросов о русском лубке», «Путешествие по Золотому кольцу России», «Советская антиутопия в мифах и фактах», «Литературная дуэль века: Тургенев против Достоевского», «Кто круче: Солженицын или Шаламов?», «Коты в мировой литературе» и т. п.), книги с автографом, викторины, опросы, виртуальные литературные праздники с призами, подарками, приглашением гостей – писателей, критиков, шеф-редакторов, глав издательских фирм и т. д. К числу относительно новых форм стимулирования читательской активности можно отнести букчеллендж³, суть которого можно охарактеризовать следующем образом: пользователь блога бросает вызов другому обитателю ресурса, предлагая прочесть то или иное литературное произведение, сравнить впечатления, побороться за статус самого активного читателя, самого плодovitого рецензента, книжного эксперта и пр. Эти и другие формы поддержания

³ От англ. “book” – книга и “challenge” – [бросать] вызов.

интереса к чтению привлекают учащуюся городскую молодёжь гармоничным сочетанием коммуникативного, просветительного и игрового начал – такая комбинация позволяет студенту воспринимать чтение как разновидность личностно-развивающих досуговых практик, позволяющих, в его представлении, бесконфликтно совмещать труд и развлечение.

Таким образом, можно говорить о том, что современные литературные блогеры разного уровня компетентности и профессионализма демонстрируют желание и готовность занять позиции «лидеров мнений» в читательской среде, активно вовлекая в орбиту своего влияния платёжеспособную часть отечественной городской студенческой молодёжи, составляющую значительную долю пользователей русскоязычного сегмента информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Глубокое знание ключевых социально-психологических характеристик современной молодёжи, её литературных вкусов, тематических и жанровых предпочтений эксплуатируется книжным рынком в коммерческих целях, достижению которых содействуют и авторы литературных блогов – именно их экспертной рекомендации принято доверять, блогеры рассматриваются массовой молодёжной читательской аудиторией в статусе знатоков литературных традиций, направлений, течений и жанров. Однако в случае недобросовестного использования рынком репутационного капитала критика, рецензента, – при публикации т. н. «заказных» отзывов – современного литературного блогера с известной долей условности можно рассматривать в роли ретранслятора интересов издательских и книготорговых организаций, нацеленных на максимизацию экономической прибыли от читательского спроса, целенаправленно формируемого субъектами книжной индустрии с помощью инструментов маркетинговой коммуникации.

Список литературы

1. Голикова, М. А. Трансформация роли читателя в эпоху гипертекста // Текст. Книга. Книгоиздание. – 2016. – № 2. – С. 5–11.
2. Абашева, М. П. Блог-литература как феномен: опыт Евгения Гришковца / М. П. Абашева, Т. О. Максимова // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. – 2017. – Т. 9. – Вып. 4. – С. 103–112. – DOI: 10.17072/2037-6681-2017-4-103-112.
3. Казнова, Н. Н. Трансформация языковой личности в Интернет-коммуникации (на примере французской блогосферы) : автореф. дисс. ... канд. н.: 10.02.19. – Пермь, 2011. – 23 с.
4. Bottentuit (Jr.), J. B. The use of the modern times blog as a pedagogical strategy for teaching Art and Literature / J. B. Bottentuit (Jr.), A. R. Corrêa Pinto, I. F. de J. Nascimento // Travessias. – 2016. – Vol. 10, no. 3. – Pp. 325–340.
5. Chappell, D. Metaliteracies, creative practitioners and art libraries: a critical review of the literature // Art Libraries Journal. – 2017. – No. 42. – Pp. 66–72. – DOI: 10.1017/alj.2017.5.
6. Eades, V. Fashion blogs: too trendy for libraries or useful resources? // Art Libraries Journal. – 2011. – Vol. 36. – Is. 2. – Pp. 12–16. – DOI: 10.1017/S030747220001686.
7. Mullan, J. Blogging for Law Librarians / J. Mullan, J. Vass // Legal Information Management. – 2008. – No. 8. – DOI:10.1017/s1472669608000078.

8. West, K. C. Weblogs and Literary Response: Socially Situated Identities and Hybrid Social Languages in English Class Blogs // *Journal of Adolescent & Adult Literacy*. – 2008. – No. 51. – Pp. 588–598. – DOI: 10.1598/jaal.51.7.6.
9. Горшкова, Е. И. Блог как вид интернет-коммуникации : автореф. дисс. ... канд. филол. н.: 10.02.04. – Санкт-Петербург, 2013. – 24 с.
10. Пилко, И. С. Виртуальное пространство библиотеки в эпоху Web 2.0 / И. С. Пилко, Е. В. Роот // *Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств*. – 2015. – № 33-2. – С. 77–84.
11. Майстрович, Т. В. Библиотека в социальном институте чтения // *Библиосфера*. – 2015. – № 1. – С. 58–61.
12. Гаврилова, С. В. Продвижение библиотек и библиотечных услуг в социальных медиа: опыт Донской государственной публичной библиотеки // *Культурная жизнь Юга России*. – 2014. – № 4. – С. 126–128.
13. Максимова, Т. О. Блог в интернет-коммуникации: структура, функции, литературный потенциал // *Вестник Череповецкого государственного университета*. – 2017. – № 1. – С. 124–131.
14. Белянская, Т. Э. Социально-психологические характеристики студенческого возраста // *Учёные записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета*. – 2020. – № 3. – С. 220–227.
15. Щербинина, Ю. Чтение в эпоху Web 2.0 // *Знамя*. – 2014. – № 5. – URL: <https://magazines.gorky.media/znamia/2014/5/chtenie-v-epohu-web-2-0.html>.
16. Аралина, А. В. Молодёжь и Интернет / А. В. Аралина, Е. В. Бенько // *Наука и образование сегодня*. – 2015. – № 1. – С. 113–117.
17. Реутов, Е. В. Интернет-практики и информационные предпочтения населения / Е. В. Реутов, Т. В. Тришина // *Социс*. – 2015. – № 4. – С. 140–148.
18. Лизунова, И. В. Чтение в структуре современного медиапотребления // *Библиосфера*. – 2012. – № 5. – С. 62–66.
19. Комарова, А. А. Основные тенденции медиапотребления в России в условиях динамически меняющейся реальности // *Вестник университета*. – 2018. – № 5. – С. 162–166.
20. Книжный рынок России: состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. – Москва, 2019. – 89 с. – URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2019/otr-doklad-kn-rynok-2018.pdf>.
21. Маслюк, Р. К. вопросу о проблеме чтения в России: тенденции издательского дела и читательского спроса // *Вестник Московского государственного университета печати*. – 2011. – № 7. – С. 58–66.
22. Агеева, Г. М. Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // *Библиосфера*. – 2020. – № 1. – С. 102–107.
23. Лизунова, И. В. Книга как медиа: эволюция в цифровую эпоху // *Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры*. – 2018. – Т. 217. – С. 112–115.

Anna S. Frolova, Ph. D. in Pedagogics
Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russia)
rus.librarian@yandex.ru

Sofia A. Uvarova
Altai State Institute of Culture (Barnaul, Russia)
sofia.horan69.sh@gmail.com

BOOKY BLOGGER AS A TRENDSETTER FOR URBAN STUDENT YOUTH READERS

Abstract. The paper outlines specifics of a blog which is considered by the authors as a genre on internet communication run by special web services, describes typical content of professional and amateur sectors of Russian booky blogosphere. General composition of a booky blog published in the Russian-language part of the Internet is given, some forms of stimulation of reading activity that are used on authors' web chat platforms dedicated to literature topics are listed. Also, the article explicates the authors' view on a role of a booky blogger who performs functions of a regulator of readers' attitudes and actor of programming of reading behavior of today's student youth.

Key words: *a booky blog, student youth, today's Russian youth's reading, a blogger, book market, a book review, Internet reading, reading activity, forms of stimulation of reading activity, reading behavior.*

УДК 004.77:[378.1:008]

DOI: 10.32340/2414-9101-2021-1-71-77

Р. В. Ильин
Алтайский государственный институт культуры (Барнаул, Россия)
rvi22@mail.ru

Научный руководитель – Л. Г. Сандакова,
доктор философских наук, кандидат педагогических наук, доцент
Алтайского государственного института культуры (Барнаул, Россия)
aivt@list.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В КАЧЕСТВЕ СРЕДСТВ ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ТВОРЧЕСКИХ ВУЗОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. Констатируется динамичный рост доли интерактивных компьютерно-опосредованных форм зрелищно-развлекательного и игрового досуга в структуре свободного времени современного россиянина. Представлен авторский вариант классификации способов применения инновационных цифровых технологий в области создания культурных продуктов, продвижения услуг культурно-досуговых учреждений. Изложены авторские взгляды на решение назревшей проблемы рассогласования между реали-