

ЛІТЕРАТУРНО-ПУБЛІЦИСТИЧНИЙ ДИСКУРС У СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПАРАДИГМІ

Софія Белік,

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Науковий керівник –

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри масової та міжнародної комунікації,
заступник декана факультету систем і засобів масової комунікації
з наукової роботи

Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Оксана Гудошник

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО ЧИТАННЯ

На сьогодні життя все більше переходить в онлайн-простір. Соцмережі дають можливість самовиражатися та спілкуватися на відстані. Люди звикли ділитися своїм життям в інтернеті, зокрема й прочитаними книгами, тож читання вже не є таким усамотненим заняттям, яким здавалося раніше. Навіть вибір книги часто залежить від її популярності в буктоці. За результатами досліджень, 66,7 % опитаних відповіли, що дізнаються про нові книжки саме з соціальних мереж [1, с. 129]. Найбільше читають люди віком 16-29 років (60,1 %). Окрім того, це здебільшого жінки (60,5%), тоді як серед чоловіків кількість читачів – 44,5 % [5]. Для такої аудиторії соціальні мережі з дитинства є частиною життя. Виходить своєрідний симбіоз: читання більш популярне серед молодшої аудиторії завдяки його популяризації у соцмережах та самі читачі, що звикли ділитися своїм життям в інтернеті, просувають культуру читання.

Сучасний читач змінює сам процес читання та книговидавництва. З пасивного споживача він перетворюється на активного учасника видавничого процесу. Ключовою особливістю книжкових спільнот є акцент на індивідуальному сприйнятті прочитаного. Це соціальний формат читання, що спонукає учасників до особистого діалогу з текстом. Така модель підкреслює

роль книги як інструменту для встановлення зв'язків між читачами, дозволяє обмінюватись досвідом та глибше аналізувати прочитане. Соціальні мережі при цьому стають одним з основних способів висловити свою думку, вплинути на процес книговидавництва.

Цифрове соціальне читання (digital social reading, ЦСЧ) – по суті, те ж обговорення прочитаного, тільки з допомогою інтернету. Дослідники визначають ЦСЧ як «форму колективного читання цифрових текстів і спілкування в читацьких спільнотах у цифрових мережах» або ж «акт обміну думками про текст за допомогою таких інструментів, як соціальні мережі та спільне коментування» [3, с. 83]. Одним з перших експериментів з цифрового читання проводив викладач університету Вашингтона Алі Асірі. Для цього студентам було поставлено завдання у процесі читання книги коментувати та обговорювати прочитане у спеціальному застосунку. У результаті дослідження було визначено, що студенти мали більше зацікавлення в процесі читання завдяки ЦСЧ, публікували більше відгуків, ніж якби не мали такого завдання. Вони відзначають, що значною мірою допоміг «невеликий тиск з боку одногрупників». Також кожному учаснику була приділена увага, кожен висловився щодо своєї думки і реагував на думки інших. Таке активне та якісне обговорення було б складно забезпечити просто в аудиторії.

Окрім того, завдяки ЦСЧ студенти читали уважніше та більш свідомо, адже були вмотивовані майбутнім обговоренням. З'являлася більша відповідальність завдяки написанню відгуків та обмеженому часу для прочитання кожного розділу.

Приблизно так само працює ЦСЧ поза межами навчальних закладів. З тим винятком, що долучення до нього є добровільним. Для людей цілком природно об'єднуватися в групи на основі спільних інтересів чи захоплень. Так з'являються букток, букстаграм та буктьюб. Це загальна назва для напряму у соціальних мережах, де читачі, видавництва та книжкові блогери діляться фото, анонсами, відгуками на прочитані чи нещодавно придбані книги. Разом з цим, кожна з мереж має особливості представлення контенту, що зумовлює й різний формат комунікації та публікацій. Зазвичай сторінки книжкових блогерів та видавництв є для читачів можливістю дізнатися про нові книги, обрати щось для себе, послухати думки інших людей і висловити свої. Звісно, люди часто повертаються до улюблених блогерів, але така комунікація не є постійною.

Осередком створення більш стійких спільнот із більш-менш визначеними співрозмовниками є книжкові клуби. У закордонному просторі такі клуби використовують соцмережі та сайти для залучення нових

учасників, тоді як обговорення проводяться здебільшого наживо [4]. Це, наприклад, *NoVA Women's Cozy Mystery/Fantasy Book Club*, що знаходиться у штаті Вірджинія, США. Реєстрація на клуб проходить онлайн, тоді як зустрічі – лише в кав'ярнях Ферфаксу.

Однак для українців в період повномасштабного вторгнення онлайн став основним способом комунікації. Коли ми розкидані по світу з незначною можливістю зустрітися, як ніколи важливою стає приналежність до певної спільноти, із якою можна себе ідентифікувати та допомагати одне одному переживати події війни.

Для створення спільнот найбільше підходять інстаграм чи фейсбук, де є можливість створювати групи для спілкування. Фейсбук став найпопулярнішим осередком книжкових клубів для зустрічей наживо та українців за кордоном, особливо в США. Тут можна планувати події, обирати книгу наступного місяця та визначати місце зустрічі. Прикладом може слугувати книжковий клуб «Любисток», що має подвійний формат: онлайн та офлайн-зустрічі (для українців у містах Беллв'ю, Ботелл, Кенмор, штат Вашингтон). Такий варіант досить схожий із досвідом іноземців.

Для українців, що залишилися в країні або виїхали до Європи, найпопулярнішим місцем для формування клубів став телеграм. Тут учасники найбільш активні, найчастіше спілкуються, зокрема й між обговореннями, що проводяться здебільшого онлайн. Наприклад, «#закладка», де проходять онлайн-конференції раз на місяць, а щоденними є обговорення подій у книжковому світі в чатах. За можливості учасники організовують офлайн-зустрічі у Києві та Варшаві. Деякі з книжкових телеграм-блогерів створюють власні закриті клуби із обмеженою кількістю учасників для зустрічей наживо («Читаємо з Дафою», «Часосховище»).

Якщо для закордонних спільнот частими є клуби, об'єднані навколо феміністичної літератури або релігії (*Nasty Women Book Club*, *My Cousin's Book Club*, *The Review Christian Book Club*), то серед українців таких значно менше. Спільноти формуються навколо певного жанру, найчастіше детективів чи фентезі («Химерні історії», «Клуб анонімних детективів»), однак здебільшого на обговорення виносяться книги, що відповідають настрою учасників чи прив'язані до свят. Єдиною вимогою у більшості клубів є читання українською, а також наявність друкованого та електронного формату книги. Формують клуби здебільшого жінки віком 18-29 років, але спільноти є змішаними, тобто чоловіки також можуть брати участь. Хоча чоловіча аудиторія є набагато меншою і складає приблизно від 2 до 4 відсотків загальної.

Українська книжкова культура зараз стала одним з важливих елементів ідентичності та збереження національної ідеї. Видавнича справа, що лише нещодавно змогла звільнитися від впливу російського ринку, активно розвивається. Здебільшого саме завдяки читацьким спільнотам та соціальним мережам. Видавництва активно підтримують книжкові клуби, даруючи знижки на обговорювані книжки. З'являється все більше книжкових блогерів, що зайняли звільнену від російського контенту нішу або ж самі перейшли на українську мову. Українці частіше стали читати сучасну та класичну українську літературу. Інтерес до неї збільшився й закордоном.

Отже, соціальні мережі стають визначальними для розвитку книжкової культури, сприяють поширенню цифрового соціального читання. А ЦСЧ, своєю чергою, популяризує читання, зберігає інтерес до книжок, сприяє глибшому розумінню тексту та розвитку критичного мислення. Воно дозволяє організувати ефективне обговорення книг на відстані. Соціальні мережі сприяють створенню читацьких спільнот, а під час повномасштабного вторгнення стали важливим інструментом об'єднання українців по всьому світу. Завдяки активному цифровому соціальному читанню розвивається українська видавнича справа і перекладацька діяльність.

Список використаної літератури

1. Ковпак В. А., Політова О. О. Українські буктьюб та букстаграм: дискурси культури читання української книги та національної безпеки. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. Вернадського. Серія: Філологія, журналістика*. 2021. Т. 3. № 6. С. 126–132.
2. Половинчак Ю. Соціокомунікаційні аспекти української книжкової культури в епоху цифрових та суспільних трансформацій: сучасні тенденції, виклики і перспективи. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. Вернадського*. 2024. № 70. С. 23–35.
3. Asiri A., ElKialani N., Egbert J. Engagement in digital social reading: use and perspectives. *Journal of literacy and technology*. 2022. Vol. 23. No. 1. P. 80–125.
4. Join a book club | Bookclubs. *BOOKCLUBS.COM*. URL: <https://bookclubs.com/join-a-book-club> (дата звернення: 04.04.2025).
5. Younger people and women in the EU read more books. *Language selection* | *European Commission*. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240809-2> (дата звернення: 04.04.2025).