

## БЛОГИ О ЛИТЕРАТУРЕ: СПЕЦИФИКА СТРУКТУРЫ И КОНТЕНТА

Д. Н. Веренич

*Белорусский государственный университет,  
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,  
verenich03@gmail.com*

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

В статье на материале контента современных белорусских и российских литературных блогов рассматриваются отличительные особенности и ценностные ориентиры таких их типов, как литературоведческий, писательский и книжный (книжно-критический). Осуществляется анализ структуры блогов о литературе, демонстрируются актуальные тенденции их развития. В методологическом контексте поднимается вопрос о значении литературно-критических материалов блоггового типа.

**Ключевые слова:** блог; литературный блоггер; литературный критик; писатель; литературовед; контент; коммерциализация.

## BLOGS ABOUT LITERATURE: STRUCTURE AND CONTENT SPECIFIC FEATURES

D. N. Verenich

*Belarusian State University,  
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus  
Corresponding author: D. N. Verenich (verenich03@gmail.com)*

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

Based on the content of the modern Belarusian and Russian literary blogs, the article examines the distinctive features and value orientations of such types as literary criticism, writing and book (book-critical). The analysis of the structure of blogs about literature is carried out, the current trends in their development are demonstrated. In the methodological context, the question is raised about the significance of literary critical materials of the blog type.

**Key words:** blog; literary blogger; literary critic; writer; specialist in literature; content; commercialization.

На современном этапе развития культуры влияние медийных личностей постоянно растет. Сегодня к мнению блогеров прислушиваются представители всех поколений. В этой связи осмысление специфики современной блогосферы поможет прояснить отличие контента традиционных литературных СМИ и блогов о литературе. Литературный блогер выступает в качестве «народного голоса» и смело говорит о содержательно-формальных особенностях книги, формируя тем самым общественное мнение.

Тенденция к развитию блогов о литературе в среде читателей-критиков содействует популяризации чтения: читательская аудитория значительно увеличивается, появляются сообщества вокруг обозревателей, а интерес к интерпретации литературы обретает более мейнстримовый характер. Однако нельзя назвать эти изменения однозначно положительными. Ученые-филологи сходятся во мнении, что качество художественных произведений постепенно снижается и потому читать книгу – не значит становиться эстетически развитым, духовно грамотным, креативным человеком. Так книга, которая становится простой и доступной для рецепции большинства, перестает быть носителем уникальных мыслей, глубину которых можно постигать всю жизнь.

Подтверждает эту точку зрения тенденция к популяризации *буктока* – книжного сегмента соцсети TikTok, где читатели делятся впечатлениями о прочитанном, размещают списки рекомендованных ими книг, что вполне может оказаться продуманной рекламной стратегией и приносит буктокерам материальную прибыль. Такая тактика может существенно повлиять на литературные вкусы неподготовленного читателя, изменить представление о художественном стиле и языке книги. Сегодня абсолютно любой человек, готовый вести диалог о книге в видеоформате, может набрать себе аудиторию единомышленников и именоваться литературным / книжным блогером по факту своего участия в этом движении. Однако даже если блогер отличается харизмой, особой энергетикой и обаянием, способен интересно презентовать свое мнение и заставить зрителя досмотреть ролик до конца, то возникает другая проблема – создание уникального литературного блога и имиджа его автора (подача материала, культурная и литературная компетентность, идея блога и др.). Все это требует системного стратегического планирования, постоянного совершенствования, мониторинга читательского запроса, изучения культурной интернет-среды.

Блоги о литературе принято делить на литературоведческие, писательские и книжные [1, с. 744]. При этом классификационные черты этих блогов могут тесно переплетаться, когда блогер одновременно выполняет несколько функций.

Так, например, блогер может вести литературоведческий блог с элементами книжного блога. Блогер-профессионал нацелен на публичное осмыс-

ление литературных процессов, их анализ. В таких блогах автор выступает в первую очередь в качестве литературоведа-критика. Он разбирается в процессах творческой деятельности писателей и в особенностях их биографий, владеет знаниями по теории и истории литературы, готов оценить и предугадать специфику восприятия литературы читателями. Профессиональный блогер-литературовед – это человек с филологическим образованием.

Для примера рассмотрим блог Николая Подосокорского – кандидата филологических наук, литературоведа, медиаэксперта и публициста ([https://vk.com/podosokorsky?w=wall-29175317\\_7499](https://vk.com/podosokorsky?w=wall-29175317_7499)). Когда мы говорим о страницах такого типа, то следует понимать, что здесь мы не получим очень подробного обзора книг или критических материалов, – это будет краткая оценка без аргументации, критический «лид» статьи. Для того чтобы узнать более подробно мнение эксперта, следует постоянно переходить на другие страницы. Так, блогер в публице в ВК оставляет ссылки на свои рецензии (например, на книгу Р. Ф. Миллера «Незаконченное путешествие Достоевского»). Самое важное в таком блоге – возможность проследить за публикационным развитием литературоведческой мысли автора и научных наблюдений его коллег-филологов. Вместе с тем, как и в случае с непрофессиональными литературными блогами, читатель сталкивается с саморекламой и PR-стратегиями: Н. Подосокорский старательно систематизирует все свои опубликованные материалы, предлагает к чтению интересные с его точки зрения книги, а также критические статьи других филологов, рассказывает о научных конференциях и круглых столах, в которых он принял участие. Возможно, такой маркетинговый подход способствовал признанию автора в Сети: его блог по версии Brand Analytics в ноябре 2016 г. вошел в тройку лидеров самых цитируемых блогов Рунета, в феврале 2017 г. попал в топ-100 самых цитируемых русскоязычных медиаресурсов в социальных медиа, а в 2019 г. Н. Подосокорский получил премию «Блог-пост. Лучший книжный блог года» в номинации «Лучший книжный Stand-alone-блог».

Литературный блогер может одновременно вести *писательский блог*. Авторы публикуют свои книги и обсуждают их с читателями посредством соцсетей и мессенджеров. Для продвижения блогеры-писатели должны уметь выстраивать вокруг себя комьюнити, быть коммуникативными, учитывать интересы общественности, правильно рассчитывать предпочтения целевой аудитории. А. А. Житенев подметил, что «мультимедийность и интерактивность блога, а также ограниченная емкость постовых записей программируют новый тип художественной прозы», обладающей такими характеристиками, как фрагментарность, бессюжетность, монтажность: писатель должен уметь грамотно использовать эти элементы для привлечения аудитории [2, с. 135].

По мнению Т. О. Максимовой, в процессе создания блога можно наблюдать постоянную игру, когда элементы автобиографии смешиваются с собственно художественными [3, с. 272]. Неизбежно целью блога о литературе становятся продвижение и продажа книжной продукции, и это сложно сделать без общественного интереса вокруг личности блогера; писатель продает свой личный бренд.

Интересным примером среди белорусских авторов является блог Instagram писательницы Алены Заньковец ([https://www.instagram.com/alenzank\\_writer/](https://www.instagram.com/alenzank_writer/)), работы которой сегодня – бестселлеры ЛитРес. Блогер активно продвигает свои литературные курсы посредством историй и постов: например, публикации «6 фишек моих курсов», «посты-анонсы запуска» и др. Другая функция ее блога – краткие советы (например, она задается вопросами «Можно ли делать перерывы в писательстве?», «Что выдает настоящего писателя?», «Как побороть прокрастинацию?» и др.). Не забывает блогер про интерактив: активно задает вопросы читателям («Вам знакомо это чувство: хотите написать книгу, а идеи нет?», «Кто как вдохновляется?» и др.). Ее посты отличаются эмоциональными фразами, включают актуальные вопросы о литературной деятельности, на которые блогер отвечает в диалоге с аудиторией. Очевидно, что это одна из схем привлечения внимания читателей-покупателей, которую А. Заньковец успешно использует: например, в конце поста блогер может перенаправить читателя на свой информационный продукт («результат уже в сториз»). Элементы дневника также используются: писательница активно делится своими творческими переживаниями и впечатлениями о событиях в жизни.

Функции книжного (книжно-критического) блога можно рассмотреть на примере YouTube-канала Антона Ульянова «Antony Uly» (<https://www.youtube.com/@AnthonyUly>): 1) разнообразие массива представляемых текстов; 2) оперативная публикация интерпретации новых произведений; 3) оценка произведений, в том числе литературно-критическая; 4) ориентация читателя в выборе произведения (аналог рекламной стратегии); 5) регулирование читательского вкуса; 6) реализация рекреационной и игровой функций (обзоры Антона Ульянова носят скорее развлекательный характер, что указывается в дисклеймере в начале ролика). Видео-материалы насыщены эмоциональными реакциями, что привлекает аудиторию и придает зрелищности, особенно в тех случаях, когда блогеру не понравилась книга. Ютубер признался, что почти всегда выпускает лишь «гневные» обзоры, поскольку хвалебные или эмоционально сдержанные ролики не получают должной отдачи от аудитории. Очевидно, что этот блогер не является профессионалом – он лишь молодой человек, который любит читать. При этом у А. Ульянова большое количество подписчиков,

и это указывает на то, что все чаще значительная часть читателей ориентируется не на мнение профессиональных ученых-литературоведов, а на позицию критика, сочетающего читательский опыт и умение заинтересовать, показать шоу, игру.

Рекреативную функцию также выполняют другие рубрики на канале А. Ульянова. В рубрике «Книжный TikTok» блогер просматривает видеоматериалы о книгах, представленные в соцсетях, и высказывает мнение о них. В рубрике «Чайный час» ютубер в приятной обстановке повествует зрителям о своей жизни, предлагая им сделать перерыв за чашечкой чая. Также актуализированы обзоры любимых книг знаменитостей. Игровая функция этого книжного блога представлена подразбрикой «Сколько страниц в этой книге?», где зрителям предлагается визуально угадать примерное количество страниц в обозреваемом издании и написать число в комментариях. Такой критик (профессиональный и непрофессиональный) нужен не столько для оценки литературного процесса, сколько для борьбы с явлением коммерциализации литературы. В своих обзорах А. Ульянов пытается показать, что нередко за громкими именами стоят непримечательные книги (например, роман «Орлеан» Л. Стеффи или «Мятная сказка» А. Полярного).

Таким образом, литературный блогер – широкое понятие, которое включает в себя несколько разных, иногда даже противоборствующих функций и направлений деятельности. Для создания профессионального литературоведческого блога у человека должно быть соответствующее образование, в то время как критик книжного блога готов разрушать стереотипы и эмоционально выражать свое мнение, ориентируясь на личный читательский опыт и субъективные предпочтения. Такие блогеры в условиях современного общества активно выступают против превращения писательского дела в коммерцию, в то время как блогеры-писатели, наоборот, формируют вокруг себя определенный имидж, чтобы потом «продать» свое имя-бренд читателю.

### Библиографические ссылки

1. *Локтевич Е. В.* Дискурсивные практики литературного блогера в контексте этической праксиологии // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: материалы VI Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. СПб.: Медианапир, 2022. С. 742–746.
2. *Житнев А. А.* «Проза поэта» в контексте медиакультуры: блог как художественный феномен // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2011. Т. 64. № 10. С. 132–136.
3. *Максимова Т. О.* Писатель в блоге. Заметки об авторской субъективности. Уральский филологический вестник. 2013. № 5. С. 267–275.