

МОДЕЛЬ ЧИТАТЕЛЯ НОВОГО ТИПА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

В данной работе предпринята попытка выявить отличительные особенности современного читателя (пользователя). В работе рассмотрены понятия, с которыми сталкивается потребитель медиаресурсов. Определён категориально-понятийный аппарат цифрового чтения. Выявлены характеристики, присущие современному пользователю. Представлены навигационные механизмы продвижения по контенту электронных изданий. Дан сравнительный анализ работ по проблемам цифрового чтения нейролингвистов, программистов, библиографоведов, книговедов и психологов.

Ключевые слова: цифровое чтение, перцепция, пользователь, книга, медиапространство, нейролингвистика, вёрстка, текст, чтение, контент, цифровая среда, глобализация, издательские практики.

**T.Y. Deptsova,
Samara University**

MODEL OF THE NEW TYPE DIGITAL READER

The paper attempts to identify the modern reader (user) characteristic features. The work considers the concepts that the media consumer faces. The digital reading conceptual and categorical framework is defined. The modern user characteristics are revealed. Electronic media content navigation tools are presented. The article compares the works on the digital reading problems by neurolinguists, programmers, bibliographers, bibliologists and psychologists.

Keywords: digital reading, perception, user, book, media space, neurolinguistics, layout, text, reading, content, digital environment, globalization, publishing practices.

В настоящее время часто можно встретить тезис: «Произошел кризис читательской культуры и грамотности современного общества». Массовая экспансия экранной цифровой культуры трансформировала феномен чтения. Модификация читательской культуры привела к потере глубинной сущности чтения. К сожалению, процессу извлечения информации с экрана присущи функции утилитарности, прагматизма, развлекательности. Очевидным посту-

латом можно считать тот факт, что книга погрузилась в медиабытие и споры о выборе формата получения знания стали неактуальными.

В современном медиaprостранстве издательские практики, относящиеся к процессам верстки, макетирования, создания оригинал-макета издания, а также менеджмент и маркетинг в издательском деле подвержены деформациям, которые вызваны технологической и социокультурной модернизацией общества, дигитализацией и конвергенцией средств массовой информации, сменной экономической модели. Закономерно меняются тренды медиапотребления, к которым адаптируется читательская аудитория, которая в цифровую эпоху приобретает новые интересы, наклонности, амбиции. Понятие «читатель» существует наряду с такими, как «потребитель информации», «пользователь», «фолловер». Появляется принципиально иной тип читателя, которому необходимы новые читательские компетенции. Главным навигационным элементом освоения книжного и виртуального пространства является чтение, в том числе и цифровое.

Научная проблематика в области цифрового чтения разработана недостаточно. К таким исследованиям можно отнести работы Т. В. Черниговской (Человек в цифровом мире. М., 2018), Ю. П. Мелентьевой (Чтение. М., 2020), М. А. Черняк (Феномен массовой литературы XX века. СПб., 2005), Н. Н. Смирновой (Искусство медленного чтения. История, традиция, современность. М., 2020) и др.

Цифровое чтение трансформирует саму способность читать. В частности, Т.В. Черниговская отмечает: «Давно стала очевидна несводимость такой предельно сложной системы, как мозг, к цифровым алгоритмам. Как минимум, наше сознание представляет собой более чем один способ обработки информации, вовсе не все они осознаваемы (то есть могут и не принадлежать сознанию) и не описываются вычислениями в традиционном смысле» [4, с. 333]. Также нейролингвистами доказано, что такой способ получения информации перестраивает работу мозга. Информационная насыщенность контента стала настолько огромной, что он теряет часть аксиологической составляющей. Чтение в цифровом формате – это декодирование текста, просматривание, прагматичный поиск важных ключевых слов. В континууме бесконечных контентов условно можно выделить «просмотровое», «поисковое» и «аналитическое чтение». Осмысляя достоинства и недостатки цифрового чтения, необходимо разграничить его форматы. Преобладающим является чтение статичного текста с экрана электронного устройства. Здесь прослеживается небольшое отличие от чтения печатного издания. Однако «контент обычно не имеет качественной вёрстки и не соответствует нормам и требованиям издательских

практик» [2, с. 106]. Это является препятствием для восприятия текста для компетентного пользователя. Кроме того, в таких текстах практически нет дизайнерских и иллюстративных решений, что существенно снижает перцепцию читателя.

Цифровое чтение требует от пользователя навигационных навыков, умений работы с графическими материалами и инфографикой, владение компетенциями передвижения по ссылкам и т. д.

Перцепция цифрового контекста предполагает коммуникацию. Например, поликодовые нелинейные тексты активно укореняются в современных учебных изданиях.

Оперативно меняющиеся медийные практики убедительно доказывают возвращение потерянных у традиционной книги лидирующих позиций в «цифре». Качества цифрового формата: подвижность, бегучесть, мобильность, многоформатность, гиперактивность, мультимедийность, планетарность позволяют сохранить и приумножить пользовательскую аудиторию в глобальном цифровом континууме. Читателю нового типа свойственны:

- карт-бланш самореализации в читательском поведении;
- самостоятельность пользовательской ориентации;
- прагматизация читательской навигации;
- медийный суверенитет;
- свобода в читательской интеракции.

Появился и прочно занял свои позиции «новый» виртуальный читатель, для которого открыты все пути доступа к метаинформации любого содержания. Нельзя не согласиться с мнением И.В. Лизуновой, которая поясняет, что «новые свойства книги, появившиеся в цифровую эпоху, позволили, с помощью постоянно совершенствующихся технологических приемов и средств, увеличить скорость, способность и ареал распространения данных любой сложности и объема, расширить возможности донесения контента любой аудитории – массово-сегментированной либо индивидуальному потребителю (читателю/пользователю)» [3, с. 115]. Рефлексирующий потребитель реализует новый метод поиска ресурсов для чтения – дрейф. Динамичные схемы свободного внеобщественного дрейфующего интернет-чтения нетрадиционно развертывают отношения между автором и читателем. Очевидно, что цифровое чтение реализует замысел образцового читателя в лице писателя: форумов, постов, драббл и др. В образе писателя фатально присутствует читатель, а в читателе – автор. Чтение с экрана приводит к порождению нетрадиционного типа читателя – «инициативного», который сам создает свое диалоговое про-

странство и сам реализует свои информационные потребности и скрытые стремления и намерения. Подбор, конструктивная оценка информации, ее стратификация, осмысление и применение в практических целях меняет ракурс пользовательской культуры. Типичные цифровые читатели – это стандартная аудитория информационных, литературных, издательских, журнальных сайтов, рекомендательных сервисов для чтения, это креативные и целеустремленные, занимающиеся энциклопедическим дрейфом пользователи.

К сожалению, на наш взгляд, недостаточно изучена специфика параллельного чтения, хотя это одно из важнейших свойств цифрового контента. Часто исследовательские стратегии фокусируются на самом тексте или на пользователе, но не на деятельности читателя.

Также очень важна корреляция индивидуальных психологических особенностей, которые помогают или создают трудности работы с цифровым контентом. На основе их анализа можно узнать многие нюансы и скорректировать медиапотребление интегрированного книжного цифрового формата. Опираясь на вышесказанное, можно выстроить стратегию взаимодействия с отдельно взятым потребителем. Очевидно одно – нецелесообразно противопоставлять традиционные и цифровые форматы. Задача издателей, библиографов, программистов создавать контенты, достойные компетентного, активного и креативного пользователя.

Список литературы:

1. Черниговская Т.В. Человек в цифровом мире // Психологическая газета. 2018 // <https://psy.su/feed/6900/>
2. Агеева Г.М. Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // Библиосфера. 2020. № 1. С. 102-107.
3. Лизунова И. В. Книга как медиа: эволюция в цифровую эпоху // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. С. 112-115.
4. Черниговская Т.В. Чеширская улыбка кота Шрёдингера: Язык и сознание. М.: Языки славянской культуры, 2013. 448 с.
5. Черняк М.А. Феномен массовой литературы XX века. Монография. СПб.: Изд-во Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2005. 308 с.
6. Искусство медленного чтения. История, традиция, современность / Смирнова Н.Н., Гершович У., Ковельман А.Б. М.: Канон плюс, 2020. 368 с.