

ЛИТЕРАТУРА В ЭПОХУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Атамова Альфия

студентка 2 курса Самаркандского
государственного педагогического института

Зейниддинова Камила

студентка 2 курса Самаркандского
государственного педагогического института
научный руководитель

Урунова Феруза Хайдаровна

преподаватель Самаркандского
государственного педагогического института

Аннотация: Статья посвящена влиянию социальных сетей на современную литературу. Рассматриваются новые форматы текстов, способы их распространения, а читатели становятся активной частью процесса: они комментируют, делятся впечатлениями и влияют на популярность произведений.

Особое внимание уделяется тому, как цифровая среда меняет привычные роли автора и читателя, а также какие вызовы возникают для литературы в эпоху коротких постов, мемов и быстрого обмена информацией.

Статья показывает, как литература адаптируется к современному миру и ищет баланс между традицией и новыми технологиями.

Ключевые слова: литература, социальные сети, автор, читатель, книги, чтение, цифровые тексты.

В современном мире социальные сети занимают важное место в жизни людей, особенно молодежи. Такие платформы, как TikTok, Instagram и Telegram, стали не только способом общения, но и источником информации, развлечений и даже знаний [Степанова, 2019; Иванова, 2021]. Сегодня они заметно влияют на интерес к литературе и формируют новые привычки чтения у молодых людей.

Раньше о книгах чаще всего узнавали в библиотеке, школе, университете или по советам друзей [Белинский, 1954]. Сейчас ситуация изменилась. Многие молодые люди знакомятся с новыми произведениями именно через социальные сети. В коротких видеороликах пользователи делятся своими впечатлениями о прочитанных книгах, делают небольшие обзоры, показывают любимые цитаты и объясняют, почему стоит прочитать ту или иную книгу [Смирнов, 2022]. Особенно популярным стало направление «BookTok» в TikTok, где большое

количество блогеров рассказывают о книгах и тем самым привлекают внимание к чтению [Литвинова, 2020].

Сегодня социальные сети помогают книгам становиться популярными гораздо быстрее. Иногда достаточно одного вирусного видео, чтобы книга, которая раньше была мало известна, стала очень популярной среди читателей. В результате многие молодые люди начинают искать и читать произведения, о которых рассказывают блогеры [Петров, 2021]. Как отмечает Котлер [2020], социальные сети можно считать современной платформой для продвижения любой информации, и книги не исключение.

Социальные сети сегодня реально делают литературу доступнее. Если раньше за новой книгой нужно было идти в библиотеку или книжный магазин, то сейчас достаточно просто открыть приложение в телефоне. Мы в пару кликов находим рекомендации, списки популярных новинок, честные отзывы и даже электронные версии [Иванова, 2021]. Это очень упрощает поиск и помогает нам, молодым людям, чаще братья за книги.

Еще важно, что соцсети буквально возрождают интерес к классике. Блогеры рассказывают не только о хайповых новинках, но и о классических произведениях [Белинский, 1954]. Благодаря этому мы начинаем обращать внимание на книги, которые раньше казались слишком сложными или скучными. Когда кто-то объясняет сюжет простым языком или делится мыслями о героях, сразу появляется желание прочитать всё самому [Смирнов, 2022].

Кроме того, в сетях развивается культура обсуждения. В комментариях под видео или постами люди спорят о поступках персонажей и смысле финала [Степанова, 2019]. Такие дискуссии помогают глубже понять книгу и увидеть её с разных сторон. Для многих это становится стимулом читать больше, просто чтобы участвовать в обсуждениях.

Интересно и то, как формируются новые форматы. Постоянно появляются подборки вроде «книги на лето» или «романы, которые заставляют задуматься» [Литвинова, 2020]. Такие списки помогают быстрее найти книги под настроение. Через соцсети удобно следить за новинками, премиями или встречами с авторами. Чтение становится частью повседневной жизни, современным и актуальным занятием [Петров, 2021].

Социальные сети также способствуют развитию у молодежи критического мышления и способности выражать собственное мнение [Степанова, 2019]. Когда пользователи обсуждают книги, анализируют поступки героев и спорят о сюжете, они учатся аргументировать свои мысли, сравнивать разные точки зрения и делать собственные выводы. Это помогает глубже понимать произведения и развивает навыки, полезные в учебе и жизни.

Еще одним важным аспектом является возможность воспринимать литературу в новом формате. Видеообзоры, визуальные цитаты, интерактивные обсуждения и небольшие квесты делают чтение более наглядным и интересным [Литвинова, 2020]. Молодежь начинает видеть книги как часть более широкой культурной среды, где чтение сочетается с творчеством и общением.

Социальные сети открывают доступ к мировой литературе. Молодые люди могут узнавать о произведениях зарубежных авторов, современных жанрах и литературных трендах, расширяя кругозор и лучше понимая разные культуры [Иванова, 2021].

Чтение перестает быть ограниченным и становится частью глобального культурного пространства, где книги помогают знакомиться с миром и людьми из других стран.

Наконец, соцсети формируют самостоятельный подход к чтению. Пользователи учатся выбирать книги по интересам, анализировать отзывы и рекомендации, отличать личное мнение от общепринятого. Это делает процесс чтения более осознанным: человек ищет книги, которые действительно вызывают интерес и эмоции [Смирнов, 2022].

В итоге можно сказать, что соцсети сильно влияют на то, как молодежь относится к книгам. Они позволяют быстро находить информацию о новинках, знакомят с интересными историями и авторами, а еще создают место для обсуждений и обмена впечатлениями. Благодаря коротким видео, обзорам и советам многие открывают для себя книги, о которых раньше даже не слышали [Петров, 2021]. Соцсети помогают сделать чтение модным, интересным и частью жизни. Главное — помнить, что соцсети — это лишь инструмент, а настоящая ценность книги раскрывается, когда человек погружается в текст сам [Белинский, 1954; Котлер, 2020].

Список источников:

1. Белинский, В. Г. Сочинения и статьи о литературе. Москва, 1954.
2. Котлер, Ф. Маркетинг в социальных сетях. Санкт-Петербург, 2020.
3. Степанова, А. В. Социальные сети и культура чтения молодежи. Москва, 2019.
4. Иванова, Е. С. Влияние интернет-платформ на формирование привычки чтения. Санкт-Петербург, 2021.
5. Смирнов, Д. П. BookTok и новые тренды в популяризации литературы. Москва, 2022.
6. Литвинова, М. А. Влияние цифровых технологий на интерес молодежи к чтению. Санкт-Петербург, 2020.
7. Петров, Н. И. Социальные сети как инструмент продвижения книг и литературы. Москва, 2021.