

Анна Мурашова

Авторские и читательские стратегии в электронном самиздате

(НА ПРИМЕРЕ САЙТА LITNET.COM)

Litnet.com (далее — «Литнет») — это веб-сайт, интернет-библиотека, где каждый пользователь может опубликовать свое литературное произведение. На странице <https://litnet.com/ru/about> «Литнет» определяет себя как литературную платформу, на которой авторы публикуют свои книги — на бесплатной основе или по платной подписке. Такое самоопределение встраивает «Литнет», во-первых, в контекст электронных библиотек, во-вторых, в контекст книгоиздания.

Материальная форма, в которой существует произведение, оказывает влияние на его бытование. До изобретения книгопечатания такой формой была рукопись, в Новое время — печатная книга, сейчас же литературные произведения появляются и в электронном виде (некоторые из них издаются потом на бумажном носителе). Благодаря «Литнету» и подобным порталам, которые работают по принципу свободной публикации, автору не обязательно проходить через долгий процесс производства и печати книги, чтобы его произведение попало к читателю: на таких площадках отсутствуют редакторский контроль и отбор.

С изменением производственной цепочки, со сменой носителя информации (большая часть текстов «Литнета» так и остаются в электронной среде), с исчезновением редактора-посредника, влияющего на отбор и доступность произведения, изменяются взаимоотношения между авторами и читателями как основными участниками литературного процесса, а следовательно, другими становятся приущие этим взаимоотношениям конвенции.

Художественное (литературное в том числе) произведение возникает в результате взаимодействия между собой людей, включенных в процесс производства и распространения смыслов. Постепенно формируются конвенции — что считать художественным (литературным) произведением, как его воспринимать, что и как делать, чтобы получившееся произведение опознавалось как произведение искусства.

Знакомство с конвенциями дает людям возможность воспринимать произведения искусства и содержащиеся в них смыслы. При этом человек, не знакомый с конвенциями, которые существуют в определенном сообществе, не сможет понять произведение и опознать его как произведение искусства¹.

То, что мы называем литературой, те смыслы, которые вкладываем в понятия «писатель», «читатель», «издатель», «книга», «хорошая книга», «хороший писатель» — это следствие сложившихся определенных конвенций, для которых характерны такие установки, как «книга — это то что, издано в издательстве», «великие писатели — это те, которые поднимают вечные темы и чьи произведения прошли испытания временем».

Ниже мы рассмотрим, как меняются авторские репутации и читательские стратегии в электронной среде и какие конвенции как результат особого типа коммуникации складываются на портале «Литнет».

1 См.: Becker H. Art Worlds. Berkeley; Los Angeles, London: University of California Press, 1984. P. 40–67.

Материалом работы послужили интервью с авторами и читателями портала; записи в блогах, посвященные опыту пребывания на портале «Литнет» в качестве автора или в качестве читателя; публикации в СМИ, посвященные portalу «Литнет» и другим сайтам со свободной публикацией, материалы наблюдения за сообществами авторов с сайтов свободной публикацией, внешний вид (интерфейс) сайта litnet.com, а также различные тексты и комментарии, опубликованные на нем.

«Литнет» в контексте книжной культуры России

Электронная книга — это файл особого формата, чаще всего epub, pdf или fb2. Покупая ее (либо скачивая бесплатно), читатель получает файл, который он либо открывает на специальном устройстве, либо читает прямо в браузере, не скачивая.

Развитие электронного книгоиздания началось с оцифровки бумажных изданий. Первую в России онлайн-библиотеку lib.ru основал Максим Мошков в 1994 г. Затем издатели вместе с печатной книгой начали выпускать в свет и ее электронную версию, и онлайн-библиотеки наполняются как оцифрованными изданиями старых бумажных книг, так и новыми изданиями, выходящими и в бумажном, и в электронном формате.

Сначала это были копии файлов, распространяющиеся без разрешения правообладателя, но в 2008 г., когда на российском рынке появился онлайн-магазин электронных книг «ЛитРес», торгующий легальными копиями файлов, ситуация изменилась. Техническая грамотность традиционных, «бумажных» издательств растет, нелегальные библиотеки, распространяющие книги в обход правообладателей, потихоньку закрываются, а электронные книги занимают свою нишу в книготорговле. С распространением мобильных телефонов и мобильного интернета в 2010-х гг. появляются онлайн-библиотеки, которые предлагают другой способ распространения книг — не продавая поштучно, а предоставляя доступ к каталогу. Это «Bookmate» (bookmate.com), который был запущен в 2010 г., и «Mybook» (mybook.ru), стартовавший в 2012 г. Оплачивая доступ, читатель получает возможность читать любые книги, которые находятся в этой библиотеке, но скачать файл книги нельзя. Доступ к книгам открывается на определенный временной промежуток; как только оплаченный период заканчивается, читатель такой библиотекой больше пользоваться не может.

Параллельно идет и другой процесс: как альтернатива издательствам появляются онлайн-площадки, где любой может опубликовать свое произведение.

Первая в России онлайн-площадка для свободной публикации произведений — «Стихия» (<http://www.stihija.ru/>) — открылась в 1999 г. Ее основатель Николай Ершов предположил, что «в сервисе по размещению текстов потенциально заинтересованы тысячи других авторов»² — и оказался прав. В 2001 г. Максим Мошков запустил журнал «Самиздат» (samlib.ru), и в этом же году стартовали порталы «Стихи.ру» (stihi.ru) и «Проза.ру» (proza.ru). Эти три (названные последними) площадки почти 10 лет были в русском сегменте интернета самыми популярными, хотя появлялись и другие проекты такого рода. В 2007 г. был запущен сайт «Книга фанфиков» (ficbook.net), но у него особое место среди сайтов со свободной публикацией — это прежде всего площадка для размещения фанфикшн-контента, хотя доля оригинальных произведений, размещенных там, также велика.

2 Ершов Н. Negros. Мне еще рано писать мемуары — но дух захватывает. Интервью с основателем самого первого интерактивного сайта стихов // <http://www.lito.ru/text/6474> (сохраненная копия от 17 февраля 2005: <http://web.archive.org/web/20050217192313/http://www.lito.ru/text/6474> (дата обращения: 12.05.2020)).

А в 2010-х гг. начали появляться сервисы, на которых можно было не только разместить свое произведение, но и продавать его.

В 2012 г. были запущены сайты «Самолит» (<https://samolit.com/>) и «Целлюлоза» (<https://zelluloza.ru/>), в 2013-м — «Призрачные миры» (<https://feisovet.ru/>), в 2015-м стартовали «Лит-Эра» (позже переименованная в «Литнет» (<https://litnet.com/>)) и «Ridero» (<https://ridero.ru/>), в 2016-м — «ПродаМан» (<https://prodaman.ru/>), «Author.Today» (<https://author.today/>) и площадка «ЛитРес: Самиздат» (<https://selfpub.ru/>) от магазина электронных книг «ЛитРес», в 2017 г. — магазин «Книгоман» (<https://noa-lit.ru/>).

Чтобы опубликовать книгу на этих площадках, достаточно обладать минимальными техническими навыками. Теперь можно не ждать месяцами в ожидании решения, примут или нет твоё произведение для публикации, и не расстраиваться, получив отказ, а самостоятельно, без издателей-посредников, распространять его через интернет.

На площадках «Самиздат», «Стихи.ру» и «Проза.ру» произведения распространяются бесплатно; на «Литнете», «Призрачных мирах», «Целлюлозе», «ПродаМане», «Author.Today» можно публиковать текст бесплатно, а можно продавать его.

«ЛитРес: Самиздат» и «Ridero» отличаются от остальных сервисов со свободной публикацией тем, что у них нет сложившейся читательской аудитории. Книги авторов «ЛитРес: Самиздат» попадают в интернет-магазин «ЛитРес», где продаются электронные версии изданных в бумажной форме произведений. «Ridero» же с самого запуска позиционировало себя как вспомогательный сервис для автора, который поможет ему продвинуть книгу в издательство. Собственный интернет-магазин электронных книг на этой платформе появился только в 2017 г., но так и не смог собрать большую аудиторию.

Площадки со свободной публикацией неодинаковы по своей структуре и внутренним механизмам. К примеру, на «Прозе.ру» и «Самиздате» нет разделения на художественную и нехудожественную литературу, нет четкой жанровой структуры. На «Литнете», «ПродаМане», «Author.today» имеется жанровая структура и есть четкая ориентация на художественную литературу, причем определенных жанров, для каждого портала это свой набор. На «Литнете» главенствует любовный роман в разных его вариациях, в том числе и любовное фэнтези; на «Author.today» — героическая фантастика и фэнтези, «попаданцы»³, на «Призрачных мирах» — любовное фэнтези, на «ПродаМане» — фантастика, попаданцы, ЛитРПГ⁴.

Кроме того, на тех порталах, где книги продаются («Призрачные миры», «Целлюлоза», «ПродаМан», «Литнет»), есть функция публикации произведений по частям, по мере их написания, которой нет на «Прозе.ру» и «Самиздате». Читатель покупает доступ к неоконченной еще книге и может читать новые главы по мере их появления. Для обозначения отдельно опубликованного фрагмента книги, находящейся в процессе публикации, пользователи используют слэнговое слово «прода».

Считается, что основную массу авторов на подобных ресурсах составляют графоманы-любители, но генеральный директор издательства «РИПОЛ-классик» Сергей Макаренков в интервью журналу «Книжная индустрия» сказал, что «в книжном сообществе сложилось неверное впечатление, что self-pub — это плохо, это какие-то графоманы, решившие что-то напечатать. По опыту нашего издательства могу сказать, что в self-pub процент качественной литературы достаточно высок,

3 Фантастические произведения, в которых герой попадает в иной мир (прошлое, будущее, иная планета и т.д.).

4 ЛитРПГ — недавно возникший поджанр фантастики, тесно связанный с субкультурой ролевых компьютерных игр.

и авторы некоторых издательств уступают самопубликаторам»⁵. По данным на 2014 г., более 1000 авторов «Самиздата» попали в «большую» литературу: было издано более 2000 наименований книг, размещенных изначально на платформе журнала «Самиздат».

В мае 2020 г. был опубликован «Перечень отечественных социально значимых информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети “Интернет”», в котором в раздел «Культура, литература и искусство» были включены ресурсы «Самиздат», «Стихи.ру», «Проза.ру», «ЛитРес: Самиздат» и «Author.today». «Литнета» и «Rideró» там нет. Это факт свидетельствует о том, что государство оценило значимость площадок со свободной публикацией для культуры.

История «Литнета» началась в 2013 г., когда украинский предприниматель Сергей Грушко и писатель Андрей Нечаев запустили fan-book.ru — литературный портал, где можно было обсудить новинки фантастической литературы, прочесть интервью с авторами, пообщаться с писателем в его блоге. Ядром сайта стал раздел самиздата, где можно было опубликовать свое произведение и получить отклик. Проанализировав опыт fan-book.ru, партнеры задумались о запуске отдельной платформы для самиздата. При этом было решено делать ставку не только на фантастику, так как люди читают книги разных жанров.

Портал «Литнет» был открыт 28 июля 2015 г. Сначала он назывался «Лит-Эра» и располагался на домене lit-era.com. Хотя основатели проекта — жители Украины, сайт был ориентирован на российскую аудиторию.

В 2016 г. портал был переименован в «Litnet». Поскольку партнеры планировали выходить на зарубежные рынки, нужно было понятное, узнаваемое название, и было выбрано название «Litnet», которое на всех языках понимается как «литературная сеть». В апреле 2016 г. была запущена мобильная версия сайта, а в декабре 2017 г. — приложение для телефонов на Android. В 2018 г. появились испанская и украинская версии, а в 2019 г. — английская. В 2019 г. было открыто печатное издательство «Litnet Publishing», которое сначала работало в режиме печати по требованию, а в сентябре 2019 г. впервые выпустило несколько книг определенным тиражом, как это делают другие издательства.

По данным независимой компании «SimilarWeb», занимающейся анализом трафика и пользователей веб-сервисов, в октябре 2020 г. страница <https://litnet.com/> по количеству посещений занимала восьмое место в мире в рейтинге сайтов категории «Books and Literature», уступая фанфикшн-ресурсам archiveofourown.org и ficbook.net, самиздат-порталу [Wattpad.com](https://wattpad.com) и нескольким китайским ресурсам. Количество посещений портала превышает 35 миллионов в месяц; при этом учитываются и повторные заходы на сайт, т.е. один пользователь может зайти несколько раз в течение месяца, и каждое посещение будет учитываться в статистике. Для сравнения: аудитория магазина электронных книг «ЛитРес», по данным той же компании, в октябре 2020 г. составляла 17 миллионов посещений в месяц. Количество скачиваний мобильного приложения «Литнет» более 1 миллиона, а количество скачиваний мобильного приложения «ЛитРес» «Читай и слушай» — более 10 миллионов. При этом, по информации с самого портала, количество проданных книг на «Литнете» в 2018 г. превысило 2,5 миллиона, а на «ЛитРесе» (по данным отраслевого доклада Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям «Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. 2019»⁶) коли-

5 Р.О.Д. и светлое будущее глобальных информационных потоков // <https://www.bookind.ru/categories/dialog/2618/> (дата обращения: 14.05.2020).

6 https://fapmc.gov.ru/rospechat/activities/reports/2019/pechat2/main/custom/o/text_files/file/Bookmarket-2019=itog.pdf. С. 53.

чество скачиваний электронных и аудиокниг в 2018 г. составило более 11,5 миллионов экземпляров. Таким образом, «Литнет» играет важную роль в обеспечении читателей литературными текстами.

Основная аудитория портала — женщины 25–40 лет; скорее всего, именно этим объясняется преобладание жанра любовного романа⁷. По состоянию на 17 июня 2020 г. на портале опубликовано 59 090 книг, из них в жанре любовного романа 23 807 произведений, в том числе в его поджанре любовное фэнтези — 8407 произведений.

«Литнет», как и другие самиздат-порталы, привлекает внимание традиционных «бумажных» издательств. Книги авторов «Литнета» публикуются в серии «Звезды Рунета» и «Необыкновенная магия. Шедевры Рунета» издательства АСТ, в серии «Академия магии» издательства «Эксмо» и других.

Создатели сайта связывают свой успех с необычной экономической моделью. Проанализировав опыт китайской компании «China Literature», где читатель платит за каждую новую выложенную главу отдельно, основатели сайта предложили авторам, у которых уже есть аудитория, объявлять подписку на книгу: оплатив сразу полную стоимость книги, читатель получает возможность читать книгу по главам по мере их появления на портале и комментировать их. Когда книга дописана, в распоряжении читателя остается ее полный текст, который он может скачать себе. По замыслу основателей, такая модель, во-первых, увеличивает вовлеченность пользователя, заставляя его возвращаться на сайт, а во-вторых, защищает авторов от пиратства: неоконченную книгу нет смысла красть.

«Литнет» был не первым, но одним из первых порталов, которые массово начали пользоваться этим инструментом. Такая модель заинтересовала как авторов, так и читателей. Возможность участвовать в процессе написания текстов, оставлять комментарии и влиять на сюжет привлекает читателей, и это позволяет проекту развиваться.

В «Справке авторам» «Литнет» позиционирует себя как ресурс бесплатного самиздата, но у авторов есть возможность получить статус «коммерческого автора» (так он обозначен на «Литнете»): продавать тут свои произведения. Для получения подобного статуса нужно опубликовать на «Литнете» хотя бы один роман размером не менее 300 000 знаков, доступный читателям бесплатно, и авторскую страницу должны отслеживать не меньше 200 читателей. После этого автор может отправить заявку на открытие платной подписки на свое новое произведение. Возможность открытия такой подписки предоставляется после индивидуального рассмотрения, и администрация сайта может отказать автору. Открыв подписку, автор получит 70% от цены книги, если подписка открыта эксклюзивно на «Литнете», и 50% от цены книги, если подписка открыта на неэксклюзивной основе и книга продается где-то еще. Цену на книгу устанавливает сам автор, и обычно книга на «Литнете» дешевле, чем, например, на «ЛитРесе».

После открытия на сайте платной подписки автор получает право продажи на сайте завершенных книг на тех же условиях. По словам основателей портала, в 2019 г. на платформе было 600 коммерческих авторов, которые получали ежемесячно более 40 000 рублей⁸. По данным Росстата, среднемесячная заработная плата в 2019 г. в России составила 47 867 рублей. Таким образом, доходы, которые

7 Жанры к произведениям проставляют сами пользователи при добавлении произведения.

8 Петрущенко Т., Грушко С., Нечаев А. Мы дали авторам доход. Как бизнес-модель Litnet изменила рынок самиздата // <https://fb.ru/longread/litnet/> (дата обращения: 26.06.2020).

получают авторы на «Литнете», сопоставимы со средней зарплатой в России, а если учесть, что многие авторы живут не в Москве, а в провинции, где доходы ниже, чем в столице, то становится ясно, что написание и продажа книг на «Литнете» может являться существенным подспорьем к заработку, а то и основным источником дохода. Сколько всего авторов зарегистрировано на портале, администрация портала не разглашает, сообщает только, что «очень много», и можно сделать вывод, что заработок на платформе доступен лишь небольшому кругу авторов.

Администрация «Литнета» строго следит за соблюдением правил публикации, и за их нарушение может применять к авторам разнообразные штрафные санкции: запрет на публикацию книг, временный или постоянный, запрет на комментарии, запрет на публикации в блоге, удаление книг с портала и удаление учетной записи. Несмотря на то что редакторского отбора нет, некоторый контроль присутствует, в основном за соблюдением законов Российской Федерации. На «Литнете» запрещены темы инцеста, педофилии и есть служба модераторов, которая следит за соблюдением законов и правил публикации, обрабатывает поступающие жалобы, а также следит за соблюдением авторских прав на портале.

Основные разделы сайта — это главная страница, страницы топа по жанрам, страница автора, страница книги, разделы «Конкурсы» и «Блоги»⁹. На главной странице под верхним меню расположен фильтр для поиска книг по тэгам (тэги — это блок «В тексте есть», ключевые слова, описывающие содержание книги), а также рекомендательные виджеты — элементы интерфейса, в которых содержатся несколько обложек и метаданных книг, объединенных общим заголовком. Сверху страницы расположены виджеты «ТОП в разных жанрах», в который входят самые популярные книги в различных жанрах, «Набирают популярность», в котором показываются несколько книг из тех, которые недавно начали публиковаться, и «Сегодняшние скидки» (см. ил. 1¹⁰). Всего на «Литнете» тринадцать таких виджетов: «ТОП в разных жанрах», «Бестселлеры», «Литнет рекомендует», «Набирают популярность», «Популярное», «Горячие новинки», «Обсуждаемое в [жанре¹¹]», «Обсуждаемое сейчас», «Похожие книги», «С этой книгой читают», «Сегодняшние скидки», «Обновления книг» и «Вы интересовались».

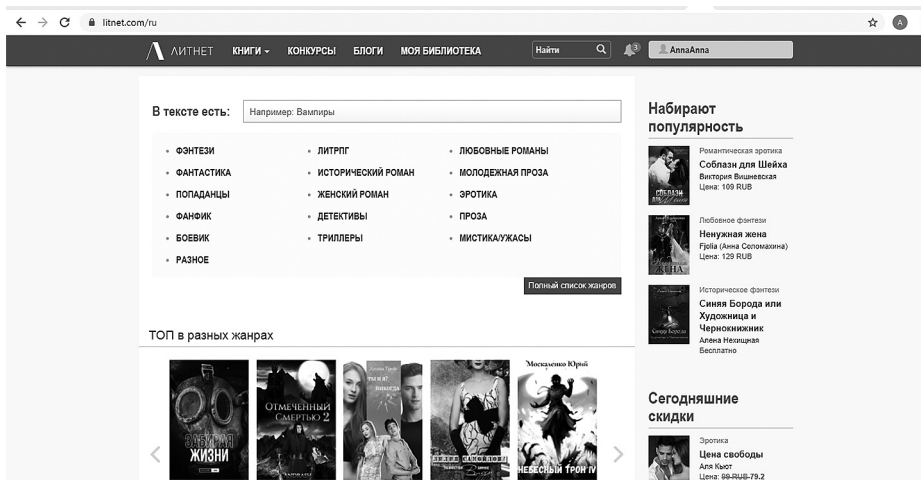
Страница топа по жанрам — на нее можно попасть из верхнего меню сайта — представляет собой ранжированный список (рейтинг) книг в соответствующем жанре и поджанрах (см. ил. 2¹²). По состоянию на июнь 2020 г. на «Литнете» есть двенадцать основных жанров (фэнтези, любовные романы, фантастика, молодежная проза, попаданцы, эротика, фанфик, детективы, проза, триллеры, мистика/ужасы и «разное») и несколько десятков поджанров. Это «сердце сайта»; помимо обозначения жанра пользователь видит обложку и метаданные книги: количество

9 В соответствии с принципами web studies, описанными Нильсом Брюгером в статьях «Website history and the website as an object of study» (https://www.researchgate.net/publication/311948317_Brigger_Website_history_and_the_website_as_an_object_of_study (дата обращения: 15.05.2020)) и «The Archived Website and Website Philology A New Type of Historical Document?» (https://www.researchgate.net/publication/237102724_The_Archived_Website_and_Website_Philology_A_New_Type_of_Historical_Document (дата обращения: 16.05.2020)), структура сайта и доступные для пользователей действия описаны по состоянию на май и июнь 2020 г. За основу для описания была взята веб-версия сайта; мобильная версия и приложение для Android совпадают структурно, но незначительно различаются внешним видом, мы их не касались.

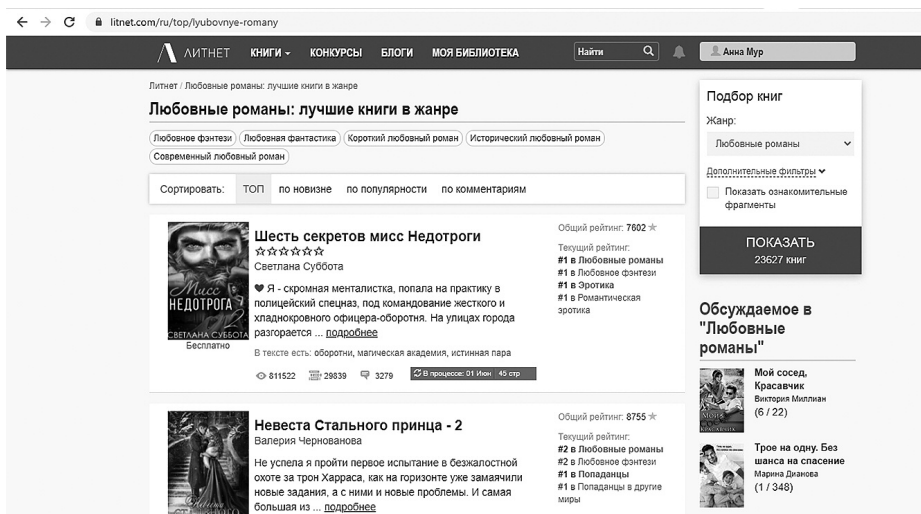
10 Снимок сделан 18.05.2020.

11 На сайте тут приведено название конкретного жанра.

12 Снимок сделан 02.06.2020.



Ил. 1. Главная страница «Литнета»



Ил. 2. Страница топа жанра любовные романы

комментариев, наград, добавлений в библиотеки. Также на этой странице расположен блок «Подбор книг», который позволяет найти книгу по конкретным параметрам: жанру, объему, количеству комментариев и лайков, и рекомендательные виджеты, например «Обсуждаемое в [жанре]».

На одну страницу помещаются только двадцать карточек книг, поэтому рейтинг книг в жанре — это не одна страница, а несколько сотен и даже несколько тысяч страниц, если жанр популярен у пользователей портала.

Рейтинг книг в жанре очень быстро меняется. Из-за особенностей подсчета он может обновляться каждый день, и те книги, которые сегодня находятся на первых местах, завтра могут быть смещены другими. При этом книга, в процессе публикации занимавшая первые места рейтингов, после окончания выкладки теряет свои позиции. К примеру, книга Марии Устиновой «Насильно твоя» в ноябре 2019 г. занимала первые строки рейтинга в жанре любовного романа, а в июне

2020 г. — только 92-е место. Статус «закончена» она получила в июне 2020 г., последнее добавление текста было сделано 19 декабря 2019 г., а после этого были только редактирование и корректура.

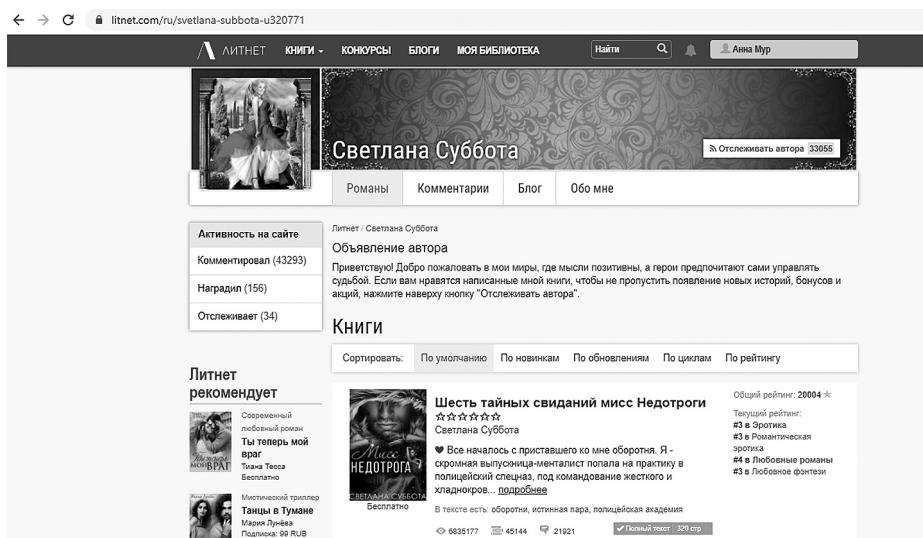
Попадание на первые страницы рейтинга и в рекомендательные виджеты зависит от формальных количественных показателей: скорости обновления книги, дат начала и окончания публикации (оконченные книги обычно исчезают из рейтинга, даже те, которые в процессе выкладки были на первых местах, и не попадают в виджеты), количества комментариев в единицу времени, количества добавлений в библиотеки, количества лайков и перепостов и др. Подсчет осуществляется автоматически, без участия человека.

У каждого пользователя есть собственная страница, на которой он может опубликовать свой роман или рассказ, сделать запись в блоге и (если у него есть опубликованные книги) принять участие в конкурсе. Нельзя опубликовать книгу, не написав аннотацию или не указав жанр книги.

На странице автора находятся все книги автора с комментариями, информация об авторе, ссылка на блог и награды автора (см. ил. 3¹³). Также на странице автора можно подписаться на автора (кнопка «Отслеживать автора») и получать уведомления о выходе новых книг, записях в блогах, скидках на книги автора и др.

На странице «Книги» (см. ил. 4¹⁴) пользователь может комментировать, ставить лайки и дарить награды, делать перепосты карточки книги на свою страницу в социальной сети, добавлять книгу в библиотеку; все эти действия увеличивают рейтинг книги, который влияет на попадание книги в виджеты и на положение на странице рейтинга в жанре. На той же странице можно начать читать книгу, купить готовую книгу или подписку на книгу, которая выкладывается.

Текст книги открывается на отдельной странице («читалке») (см. ил. 5¹⁵), при этом пользователь, читая книгу, может на этой же странице оставить комментарий



Ил. 3. Страница автора

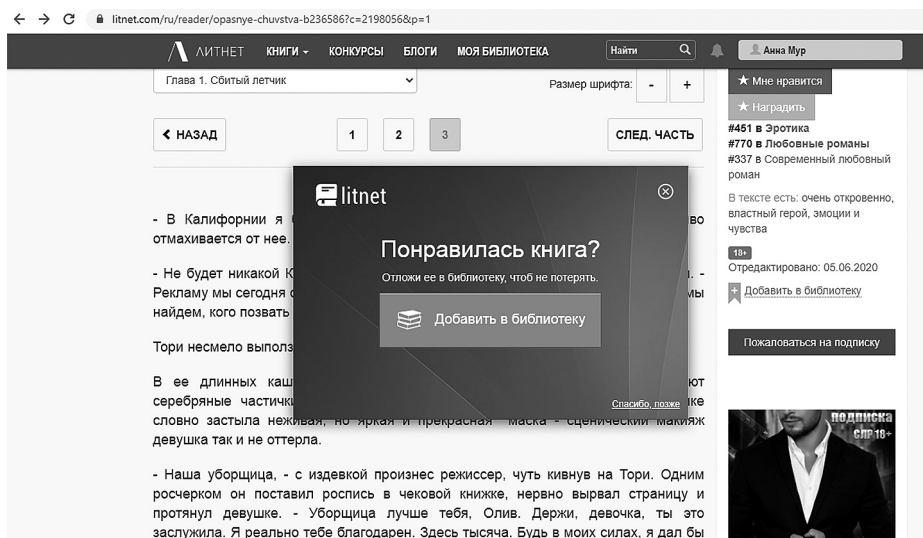
13 Снимок сделан 03.06.2020.

14 Снимок сделан 12.06.2020.

15 Снимок сделан 05.06.2020.



Ил. 4. Страница «Книги»



Ил. 5. Страница чтения конкретной книги

к книге, поставить лайк и дать «награду» автору. «Награда» — важный элемент взаимодействия пользователей. Если у пользователя есть опубликованные роман или рассказ, то ему доступна только одна «награда» — «Признание коллеги», а если у него опубликованных произведений нет, то доступны награды «Спасибо», «Большое спасибо», «Золотое перо» и «Платиновый фонд».

Сайт устроен так, что побуждает пользователей совершать активные действия: дарить награды, а не просто покупать книгу, комментировать книгу во время чтения, а также, не закончив читать один текст, переходить к другому (рекомендательные виджеты на странице чтения книги).

Добавление книги в библиотеку и ее скачивание можно сопоставить с тиражом «бумажного» издательства. Корректнее было бы сравнивать с числом не изданных, а проданных экземпляров, но таких данных нет. По статистике Российской книжной палаты, совокупный тираж книг Татьяны Поляковой, замыкающей двадцатку наиболее издаваемых авторов, за первое полугодие 2020 г. составил 114 500 экземпляров. Книга «Жена со скидкой, или Случайный брак» Алисы Ардовой, одного из самых популярных авторов «Литнета» на 15 ноября 2020 г., имела 42 257 добавлений в библиотеки.

Авторские стратегии на портале «Литнет»

Роли автора и читателя никак в интерфейсе сайта не разделены: значка «Автор» или «Читатель» нет, и набор доступных действий примерно одинаков и для того, кто читает книги, и для того, кто пишет. В любой момент читатель может перейти в группу авторов, а многие авторы являются и читателями.

Дальнейшие рассуждения строятся на материалах интервью с пользователями «Литнета»¹⁶, а также на наблюдениях за сообществами авторов, публикующих свои произведения на платформах со свободной публикацией, проводившегося с 2016 г.

Выше мы отмечали, что «Литнет» — это «ресурс для женщин», и основные авторы и читатели на нем — женщины. При этом не исключено, что там есть авторы-мужчины, скрывающиеся под женским псевдонимом. Псевдоним очень важен: есть определенная корреляция между псевдонимом, под которым автор публикует свои произведения, и жанром, в котором он пишет. Авторы, пишущие современные любовные романы и эротические романы, предпочитают брать «западные» псевдонимы: Ева Маршал, Полина Лоранс, Эмилия Грант, что, скорее всего, берет начало еще в 1990-х гг., когда жанр любовного романа в России только зарождался. Авторы любовного фэнтези пишут под своими именами либо выбирают псевдонимы, звучащие «по-русски». При этом сайт устроен так, что менять псевдоним нельзя.

Авторы «Литнета» определяют себя как писателей и осознают свою деятельность как творческую. При этом идентификация автора не связана с сетью как отличительной характеристикой текста: автор определяет себя не как «автора сетевой литературы», скорее как «автора, публикующего свои книги в сети» или, что точнее, «автора, публикующего электронные книги». Есть авторы, которые пишут ради эксперимента или для удовольствия, но некоторые говорят о писательстве как о своей профессиональной деятельности, то есть такой, которой они занимаются долгое время, в которой являются специалистами и которая приносит им доход. Часто, даже если доход небольшой, ниже среднего заработка на платформе и не позволяет прожить только на него, это все равно воспринимается как работа. Авторы, которые недостаточно зарабатывают на «Литнете», пользуются либо под-

16 Респонденты отбирались по принципу «снежного кома»; вопросы для интервью были составлены на основе наблюдения в авторских сообществах: чатах, блогах. Беседа протекала в свободной форме, основной задачей было выяснение, где публикуется автор, кроме «Литнета», как давно пишет, почему для публикации своих произведений он выбрал именно «Литнет», что нужно делать, чтобы пробиться в топы, как осуществляется поиск читателей для первой книги и как осуществляется сейчас, является ли написание книг хобби или профессией. От читателя требовалось рассказать о любимых авторах, где и что читает, кроме «Литнета», как выбирает книгу для чтения, пишет ли комментарии, как от понимает определения «хороший автор» и «плохой автор». Приводя цитаты из интервью, мы в скобках указываем инициал пользователя.

держкой семьи, либо имеют другой источник дохода, позволяющий им обеспечить себя. Для некоторых публикация и продажа книг на «Литнете» и других подобных порталах является единственным источником дохода. Например, Иван Шаман рассказывает, что после первых успешных попыток на «Литнете» сосредоточился на писательстве и сейчас его основной работой является литературная деятельность на «Литнете» и других сайтах.

При этом пребывание на «Литнете» в качестве «коммерческого» автора накладывает определенные обязательства. Такие авторы заключают с администрацией портала договор, согласно которому объем произведения должен составлять не менее определенного количества знаков, а «проды» — выкладываться по соответствующему графику. Это может быть ежедневная выкладка, несколько раз в неделю, еженедельная. Писательница Анна Платунова, один из топовых коммерческих авторов «Литнета», на своей странице в «Facebook» сообщает: «Если я продаю книгу по подписке, то я уже не имею права расслабленно и неторопливо писать раз-два в неделю. Я обязана почти каждый день (по меньшей мере 5 раз в неделю) выкладывать «проды» — небольшие главы по 7—10 тыс. знаков каждая, а значит, хочешь не хочешь, а надо каждый день садиться и писать». При этом уже законченное ранее произведение, если оно нигде не публиковалось, можно выкладывать в таком же режиме поглавно, но от автора, обладающего «коммерческим» статусом, ожидается, что он будет публиковать по несколько романов в год, и иной режим, кроме выкладки произведения по мере его написания, не позволяет выдерживать такой темп. После завершения в готовый роман может вноситься правка, и обычно это делается параллельно с написанием нового.

Обычно для «коммерческих» авторов «Литнет» — не единственная площадка, на которой они размещают свои произведения. «Литнет» они выбирают потому, что он предоставляет ряд удобных инструментов для поиска читателей и взаимодействия с ними: попадание в виджеты при соблюдении определенных условий, размещение баннеров на сайте, реклама в блогах на «Литнете», попадание в подборки и рассылки в соцсетях «Литнета» (часть этих инструментов платные). При этом, несмотря на активную читательскую аудиторию, авторы говорят, что продвигаться на «Литнете» тяжело. Да, «Литнет» предоставляет авторам, не имеющим аудитории, возможность рекламировать и продвигать себя на портале, но при этом поиск читателей на сайте осознается как дело затрудненное, и от авторов ожидают, что они сами будут приводить читателей на платформу («Не бери читателей с сайта, бери читателей снаружи. Это то, как нас вынуждает работать Литнет» (Е.)). Администрация сайта вынуждает авторов прибегать к таргетированной рекламе и другим способам продвижения; у каждого автора обязательно есть собственная группа или страница в соцсетях — во «ВКонтакте», в «Facebook». Считается, что администрация сайта все равно, продвинется тот ли иной автор или нет, что «Литнет не продвигает авторов, не поддерживает, ему все равно, пробивайся сам» (А.).

Писатели на портале помогают друг другу, образуют коалиции, сотрудничают. «У нас образовались писательские коалиции, писатели, которые друг друга поддерживают» (А.). В основе этих коалиций лежат деловые отношения: авторы объединяются, чтобы помогать друг другу находить читателей. Основное средство для этого — награда «Признание коллеги» в карточке книги, и авторы постоянно ей пользуются, чтобы порекомендовать понравившуюся книгу своим читателям.

Рекомендуют обычно тех, чьи книги нравятся рекомендующему автору. Книга может быть еще не завершена, но если она автору понравилась, он может поделиться своей оценкой с читателями. «Сама иногда тоже рекомендую. Нужно, чтобы мне нравилось самой, что делает автор. Есть книги, которые я полностью не прочитала, потому что не дописаны, но открываешь, смотришь, вроде годная, почему

бы не сказать, что эй, ребята, почитайте, вроде ничего» (М.) Это один из важных способов привлечения читателей, выполняющий в данной среде функцию рекламы и комплиментарной критики. Однако если у автора мало подписчиков, лучше не слать рекомендации, чтобы их не спугнуть.

Кроме взаимных рекомендаций, авторы договариваются о рекомендациях в блогах на «Литнете» и на своих страницах в соцсетях, публикуют рекламу друг друга, разыгрывают промокоды на покупку своих книг или бумажные экземпляры среди тех, кто пишет комментарии, делает репосты книги на свою страницу в соцсетях или публикует отзыв в блоге на «Литнет» или на другом ресурсе, привлекая таким образом внимание читателей и приводя их на сайт.

Стать популярным можно, угадав ожидания аудитории. Авторы отмечают, что аудитория на сайте специфическая, и четко понимают, что читателям нравится, а что нет, особенно опытные авторы. Книги тут надо писать четко под ту аудиторию, на которую автор рассчитывает, и в зависимости от аудитории будут различаться способ подачи материала, язык, тема, сюжет произведения, а также стратегии продвижения: «Нужно писать хорошие книги и хороший понятный материал на ту аудиторию, на которую рассчитываете. Нужно понимать, что вы пишете и для кого пишете. Если пишем для мальчиков литРПГ, то один способ подачи и один язык, одна тематика. Если пишем для девочек, эротическое романтическое, это другая история. Надо писать тот материал для той аудитории, которую выбрали. <...> Из этого будет формироваться дальнейшая стратегия, как действовать». Авторы, которые не имеют на «Литнете» успеха, осознают, что их тексты отличаются от популярных у большинства читателей этой платформы и для того, чтобы попасть в ожидания большей части аудитории «Литнета», необходимо переписать сюжеты, характеры, основные темы: «...у товарищей узко направленная аудитория, в которую моя книга — ее надо раздробить, собрать заново, и тогда, может, проползет» (Е.). Подстраивание под вкусы аудитории больше характерно для «платных» авторов, чем для тех, кто просто пришел реализовать свои писательские стремления. Как бы ни был хорош автор, если он хочет зарабатывать и стать популярным, то должен понимать, чем интересуются читатели, и писать четко под целевую аудиторию. От подстраивания под вкусы аудитории зависит и попадание в рейтинги и рекомендательные виджеты; если книга находится на последних страницах рейтингов, не попадает ни в какой виджет, то ее шансы быть замеченной близки к нулю. При этом даже те авторы, которые придерживаются сознательной позиции «писать неформат, писать свое», стремятся пробиться на первые страницы, занять какое-то место, победить в конкурсе, быть замеченными.

Очень важно не ссориться с администрацией: в ходе интервью некоторые респонденты высказывали опасения, что их узнают, и это может повредить карьере на «Литнете».

Существенно соответствие жанру: читатели ожидают от автора, что он будет писать в определенном жанре и соответствовать жанровому канону. Под жанрами здесь понимаются жанры массовой литературы: любовный роман, фэнтези, попаданцы и т.п. Одни жанры популярны и читаются, другие нет, при этом четкие жанровые определения отсутствуют, что создает определенные трудности для пользователей. Нет официальных рейтингов популярных тем, но «все примерно знают», что сейчас популярно — и это как раз следствие сложившихся конвенций: именно такое знание отличает случайного члена группы от постоянных посетителей. Один из способов отслеживать, какие темы сейчас востребованы, — много читать того, что публикуется на «Литнете». При этом четкая жанровая структура обеспечивает возможность заработка для автора, так как жанр — один из способов дать понять читателю, о чем и как будет написана книга.

Есть авторы, которым удается сочетать собственные интересы и востребованность у читателей: они получают удовольствие от своей работы, читатели получают удовольствие от текста: «Мой личный интерес совпал с интересами читающей публики. Меня спрашивают иногда — “Что ты пишешь какую-то хрень?” Но я получаю удовольствие, они получают удовольствие, кому плохо. Стараюсь, чтобы герои были живые, чтобы сюжет не затертый. Я стараюсь максимально хорошую книгу написать, не так, чтобы просто выжать денег из читателей, но и чтобы ценность представляла. Вот я пишу и удовольствие получаю, читатели, наверное, чувствуют, когда автор удовольствие получает, а когда выдавливают» (А.)

Однако просто угадать ожидания аудитории недостаточно. Нужно хорошо писать, при этом сформулировать, что означает это «хорошо», авторы затрудняются. Самое частое определение хорошей книги — «оригинальная книга». Важно, чтобы у книги был нетривиальный сюжет, чтобы язык был богатый и образный и чтобы герои были «не картонные», а сложные и неоднозначные. Сюжет играет меньшую роль, чем герои: в книге может быть не очень интересный сюжет, но необходим такой герой, за которым следить одно удовольствие. Но самое главное качество хорошей книги — вызывать эмоциональный отклик, заставлять задуматься, а не просто развлекать, в ней должен быть глубокий смысл.

Важным элементом стратегии автора становится участие в конкурсах. Конкурсов на «Литнете» проводится много, это способ найти читателей и быть замеченным, а иногда и попасть в поле зрения издательств. Одна из респонденток, топовый «коммерческий» автор, рассказывает, что еще новичком на «Литнете» она поучаствовала в конкурсе, книга неожиданно для нее вырвалась вперед и несколько месяцев была на первых страницах рейтинга. И это было становлением ее как коммерческого автора, появились читатели, популярность, поступило предложение издать бумажную книгу.

Прямое общение с читателями — основная черта площадок со свободной публикацией. К каждой книге можно оставить комментарий, и комментируют на «Литнете» много, количество комментариев к некоторым книгам достигает десятков тысяч: например, к книге «Императорский отбор» Виктории Свободиной, одной из самых популярных авторов «Литнета», на 14 июня 2020 г. оставлено 22 908 комментариев. Читатели понимают важность комментариев для автора, и это «хороший тон» — оставить комментарий автору, который тебе понравился. Не обязательно оставлять длинные комментарии с разбором сюжета, даже обычное «спасибо за прод» тоже приятно авторам, а уж если книга чем-то цепляет и хочется обсудить ее с автором, то комментарии становятся удобным способом это сделать.

Авторы ценят тех читателей, которые оставляют комментарии, стараются на комментарии отвечать, особенно новые писатели, которые только пришли на платформу и стремятся набрать читателей. Если авторы на комментарии не отвечают, то дают своим читателям знать другим способом, что комментарии для них важны: либо предупреждают, что читают все комментарии, но не могут отвечать, либо отвечают выборочно. При этом авторы стараются стимулировать читателей на комментарии: дарят свои книги самым активным комментаторам, устраивают розыгрыши книг и различные лотереи.

Комментарии могут быть разные. Больше всего комментариев типа «очень понравилось» или «спасибо за текст», но есть и такие, в которых обсуждаются герои или сюжет, и авторы больше всего ценят именно такие комментарии. Хороший комментарий — такой, который показывает, что читатель переживает за героя, увлечен сюжетом. Если герои неоднозначные, кому-то нравятся, кому-то нет, то в комментариях могут развернуться длинные споры, где обсуждают поступки героев и спорят, как нужно было им поступить. Иногда авторы побуждают читателей оставлять

комментарии, задают им вопросы по сюжету или предлагают угадать, что с героями случится дальше; такие комментарии могут влиять на сюжет. Например, в книге «Старший брат моего парня» Евы Маршал в одной из глав автор пишет: «Иногда я поддаюсь вашим настроениям в комментариях и что-то вписываю, что меняет сюжет». Такая практика — следствие специфики медиума и производственного процесса, ведь в бумажной книге, и даже при публикации частями в периодическом издании, произведение не подвергается изменению под влиянием читателей.

Авторы отмечают, что читательский отклик мотивирует их писать дальше. Без активного вовлечения читателей хорошо писать не получается: комментарии, награды, лайки стимулируют автора к работе. Даже если у него мало читателей, обратная связь все равно очень важна: «Меня сцапала эта схема фидбэка и мне сложно писать в стол. Даже если нужно полутора десятку человек, то мне важно получать этот фидбэк» (Р.).

Авторы, имеющие опыт уже изданных книг и общения в других писательских и читательских сообществах, отмечают необычно дружелюбную атмосферу «Литнета». Одна из них, пришедшая на «Литнет» с целью эксперимента, чтобы попробовать написать книгу совсем в другом жанре, чем обычно пишет, говорит, что при общей неграмотности авторов и читателей «Литнета» там царит «всеохватная любовь». Это совсем не похоже на другие сетевые литературные сообщества; читатели очень открыты и доброжелательны, радуются каждому тексту, а для некоторых авторов даже становятся друзьями. Авторы общаются со своими читателями в соцсетях, да и сам «Литнет» воспринимается как соцсеть. С постоянными читателями обсуждают уже не только сюжеты книг, и таким образом авторско-читательские отношения переходят в дружеские.

Авторам важно оповещать своих читателей, если что-то случилось и «прода» не может быть выложена по графику вовремя, а читателям важно знать, что происходит у автора, если книга не выкладывается как положено.

Такой тип взаимодействия очень близок к тому, что происходит в фанфикшн-сообществе, где роль читателя становится ключевой, что позволяет говорить о фанфикшн как о новом типе современной литературы¹⁷. При этом важно, что комментарии поддерживают автора и стимулируют его писать дальше, что также характерно для фанфикшн-сообществ.

Обязательного стремления издаться, т.е. опубликовать свою книгу «в бумаге», у авторов «Литнета» нет. В традиционном издательстве у автора роялти 15–20% (а для начинающих и того меньше), в то время как на «Литнете» — 50–70%. Получается, что издавать бумажную книгу невыгодно, и живущие на гонорары авторы «Литнета» воспринимают наличие бумажной книги скорее как лишний штрих к образу престижного автора. Одна из респонденток начала свой писательский путь именно в «бумажных» издательствах, но осознанно ушла в электронное книгоиздание, понимая, что читатели онлайн-ресурсов и электронных книг и читатели бумажных книг — это разные, часто не пересекающиеся аудитории, и путь к популярности ей нужно будет проходить с нуля: «Бумажные книги приносят доход, но я ушла, потому что бумажная индустрия в таком положении, где автору работать невыгодно — это долго, зыбко <...> бумажная книга почти погибла как массовое явление. <...> Хотя я технически не против отдавать книгу в бумагу, но при особых условиях. <...> Условия в бумаге — у меня остаются права на электронку и на аудио. <...> Бумага — ну так, чисто положить книгу на полочку, порадовать тех, кто еще читает бумагу, плюшечки, мерч — как у музыкантов, раздатка какая-

17 См.: Самутина Н.В. Великие читательницы: фанфикшн как форма литературного опыта // Социологическое обозрение. 2013. Т. 12. № 3. С. 137–194.

то. Доход с этого есть, но это уже совершенно не та история, какая была лет 20—30 назад с бумагой» (М.).

Читательские стратегии. Репутация

Читательские стратегии мы будем рассматривать прежде всего через призму репутации, исходя из тезиса, что репутация — это мнение, на которое люди опираются, когда выносят суждение или принимают решение. Для нас это означает, что репутация оказывает влияние на выбор автора читателем, на восприятие читателем текста и на то, какое мнение у читателя сложится после прочтения текста.

Основная цель читателей читателей на «Литнете» — это досуговое, рекреационное чтение, однако есть и те, для кого чтение текстов «Литнета» является частью профессиональной деятельности; как правило, это авторы, которые живут писательским трудом: «Смотреть, что происходит в жанрах, нужно постоянно, и чтение на Литнете не только для удовольствия, но и для того, чтобы понимать, что читают, что пишут, что хотят, что не хотят» (М.)

При этом «Литнет» — не единственное место, где читатели выбирают книги для чтения. Будучи площадкой для публикации массовой, жанровой литературы, «Литнет» не заменяет собой все поле литературы. На «Литнете» читатели обычно читают книги какого-то конкретного жанра, и выбор делают тоже исходя из принадлежности книги к жанру. В круг чтения пользователей «Литнета» входит и то, что издается в традиционных издательствах, в том числе и классическая литература, как зарубежная, так и русская, при этом и в «бумажной» литературе они предпочитают книги определенных жанров. Интересно, что читатели здесь скорее идентифицируют себя с кругом чтения, зависимого от медиума: «я читаю в основном электронку», но не «я читаю сетевую литературу». Сеть здесь осознается не как фактор, влияющий на способ порождения текстов, а как фактор, определяющий способ их распространения.

Мы исходим из того, что литературная репутация — это совокупность мнений об авторе и его творчестве, влияющая на восприятие автора читателями и на его положение в поле литературы.

Источниками репутации являются тексты автора и высказывания других лиц об авторе, устные и письменные. Пьер-Мари Шовен полагает, что для формирования репутации важны не только качественные суждения, высказывания о рассматриваемом объекте участников того сообщества, к которому принадлежит носитель репутации, но и совокупность оценок, могущих быть формализованными тем или иным образом, например рейтинги и другие количественные показатели.

Репутация не существует отдельно от сообщества; репутация от мнения частного человека отличается тем, что она должна разделяться всем сообществом акторов или хотя бы большинством. При анализе репутации необходимо каждый раз определять, в каком именно сообществе мы анализируем репутацию, — совокупность оценок может различаться в зависимости от состава акторов и от сообщества, в котором она представлена. Каждый из анализируемых авторов может иметь разную репутацию в разных сообществах.

Оценки, из которых складывается репутация, неоднородны, основываются на разных критериях, меняются в зависимости от времени и пространства, поэтому надо каждый раз четко определять временные и пространственные рамки, в которых мы исследуем репутацию¹⁸.

18 См.: Шовен П.-М. Социология репутаций // Отечественные записки. 2014. № 1. С. 93—96.

Говард Беккер рассматривает репутацию как процесс, который выражается в оценке и материальных ценностях. Репутация базируется на корпусе работ субъекта, репутацией обладают не только художники, но и их работы¹⁹.

Репутацией обладают также литературные сайты, книжные серии, издательства и форматы. Место, где публикуется писатель или поэт, важно и влияет на его репутацию. Обычно говорят о хорошей/плохой репутации, при этом хорошую репутацию можно определить как совокупность оценок, создающую приятное впечатление. Репутация связана с понятием социального престижа и с понятием успеха: обладатели хорошей репутации обычно получают премии, имеют большие тиражи и гонорары, признаются национальными и международными культурными сообществами.

Рассмотрим, как складывается репутация на портале «Литнет» (пространственное ограничение) и на момент апреля 2020 г. (временное ограничение).

Первое, что обращает на себя внимание среди источников репутации — это рейтинги книг и рекомендательные виджеты. Заголовки некоторых из них несут в себе оценку и тем самым влияют на восприятие книг, которые попали в эти виджеты, а значит, являются источниками формирования репутации. Это виджеты «ТОП в разных жанрах», «Бестселлеры» (т.е. «наиболее продаваемые книги»), «Литнет рекомендует», «Набирают популярность», «Популярное», «Горячие новинки [жанра]», «Обсуждаемое в [жанре]» и «Обсуждаемое сейчас» (если книгу много комментируют, значит, стоит обратить на нее внимание), «Похожие книги» и «С этой книгой читают» (понимая, что какая-то книга похожа на какую-то другую, читатель еще до того, как начнет читать эту книгу, формирует мнение о ней).

При этом виджеты «Сегодняшние скидки», «Вы интересовались» и «Обновления книг» формально рекомендательными назвать нельзя, т.к. их заголовки не содержат однозначно интерпретируемого оценочного значения. К примеру, выражение «Сегодняшние скидки» можно понять и как «книги плохо продаются, поэтому на них скидка», и как «какая популярная книга, автор хочет на ней заработать, делая скидку».

Возникает вопрос: является ли попадание книги в виджет собственно оценкой, и если да, то чьей?

Выше уже говорилось, что попадание в виджеты происходит автоматически, если книга отвечает совокупности условий. За этими механизмами ранжирования стоит человеческая интенция, но она опосредована технологическим фактором — алгоритмом подсчета, который действует без участия человека, версткой — расположением на сайте. Человеческие действия посредством технологии, нечеловеческого актора — программного кода, верстки — создают интерфейс, с которым взаимодействует читатель или другой автор. Точная формула нигде не раскрывается, и это наводит некоторых пользователей на мысль, что в виджеты, особенно в виджеты «Популярное» и «С этой книгой читают», попадают «любимцы» администрации и те, кого она хочет продвинуть.

Таким образом, хотя алгоритмы попадания в виджеты изначально заданы, их заголовки придуманы создателями и администрацией сайта. Оценивающим субъектом в данном случае является человек, придумывающий формулу и критерии отбора, но отбор в соответствии с этими оценками осуществляется нечеловеческим актором-алгоритмом, и пользователи, ориентирующиеся на виджеты и положение книги в рейтинге, имеют дело с алгоритмом, выбирающим из массива произведений, а не с человеком, оценивающим конкретную книгу, и это оказывает влияние на восприятие и репутацию книги.

К формализованным количественным факторам, влияющим на репутацию, относятся также рейтинги книг в жанре, попадание на первые страницы рейтинга,

19 См.: Becker H. Op. cit. P. 352–373.

количество добавлений в библиотеку, количество прочтений и количество комментариев к книге.

Важная особенность: все эти показатели относятся к конкретной книге, а не к автору. Единственный выражающийся в цифровых данных показатель репутации автора — количество подписчиков, при этом рейтинг авторов на портале отсутствует, таким образом, репутация автора складывается опосредованно из репутаций его книг.

Чтобы выявить и проанализировать качественные факторы репутации, а также влияние формальных количественных факторов, мы обратились к пользователям портала, исходя из постулата, что если репутация влияет на принятие решения, то ответ на вопрос «Как вы выбираете книги для чтения?» поможет определить, что важно для пользователей портала, а что нет.

Мы исходили из следующей гипотезы. Рейтинг является основным фактором формирования репутации. Чем выше положение книге в рейтинге, тем лучше репутация книги, а следовательно, автора, тем больше шансов конвертировать читательское признание в заработок. При выборе книги для чтения в первую очередь читатели должны ориентироваться на рейтинг книги, а другие факторы (содержание комментариев, содержание текста) играют второстепенную роль.

Оказалось, однако, что положение в рейтинге (имеется в виду страница топа по жанрам, место, к которому в первую очередь обращается постоянный читатель в поиске новых книг) имеет значение, есть некоторая корреляция между положением в рейтинге и ожидаемым качеством книги, но прямой зависимости «высокий рейтинг — хорошая книга», «низкий рейтинг — плохая книга» нет. У книг, расположенных на первых страницах рейтинга, больше читателей, и, выбирая книгу, активно читающий на «Литнете» человек в первую очередь обратится к этим страницам, однако он полагает, что и на последних страницах рейтинга можно найти хорошую книгу. «Долистываю топы страницы до двадцатой. Заглядываю иногда на последние страницы, но чаще всего читаю все-таки тех, у кого рейтинг повыше. Это же самиздат, и там очень много того, что читать в принципе невозможно — ошибки, опечатки... Я несколько раз попадала на “писателей” до 13 лет, поэтому ориентируюсь на рейтинг, так как искать что-то стоящее в самом низу очень и очень долго» (Т.); «Есть рейтинг — есть читатели. Нет рейтинга — на сайте не видят, потому что люди редко долистывают до 4–5 страницы. Место 120+ — забываем о книге, если у автора нет других книг» (Е.). Однако и на последних страницах рейтинга попадаются хорошие вещи: «Мне нравится одна книга, которая вообще рейтингов не имеет, бесплатная, мне безумно понравилось, что автор делает <...>. Мне понравилось название, я открыла книгу, меня втянуло. В рейтингах она нигде не показывалась» (М.). Некоторые читатели судят о книге по комментариям, в том числе и по их количеству: «Вижу, что много читают, много комментариев, думаю, стоящая книга» (А.).

Именно в этом выражается влияние нечеловеческого актора: скрытые алгоритмы, на основе которых высчитывается рейтинг книги, действуют без участия человека, но влияют на наше восприятие. Сайт мог быть запрограммирован таким образом, что количество просмотров или добавлений в библиотеку было бы скрыто и было бы неясно, насколько эта книга популярна, и читатели не руководствовались бы этим фактором при выборе книги и не было бы связки «первые места рейтингов / много комментариев / много добавляют в библиотеки — хорошая книга, надо читать».

Решающую же роль при выборе книги для чтения оказывает не место в рейтинге, а содержание самих текстов. О содержании узнают из аннотаций и чтения ознакомительных фрагментов. Если аннотация привлекает внимание, то смотрят на рейтинг автора, читают комментарии. Хорошие комментарии и какое-то количество прочтений у незнакомого автора означает, что, скорее всего, книга будет хо-

рошей. Часто стараются прочитать не только аннотацию и комментарии, но и первую главу книги, ознакомительный фрагмент: читатели осознают, что вкусы могут быть разные и на всех угодить невозможно. При этом, даже если книга находится на первых местах в рейтинге, но аннотация и ознакомительный фрагмент не понравились, читатель не будет ее читать и станет искать дальше. Таким образом, качественные факторы репутации преобладают над количественными.

В поисках новых авторов и новых текстов активно читающий человек редко обращается к последним страницам рейтинга, а предпочитает искать их за пределами самого сайта: «Новых авторов я нахожу в “В контакте”, подписана на группу “Что почитать”, на группу “Литнета”. Иногда там мелькают записи новых авторов» (Т.). Новых авторов находят в социальных сетях, в группах «Литнета», а основной способ — рекомендация автора, которого пользователь уже читает. Рекомендательные виджеты не играют особой роли для постоянных читателей портала, за исключением виджета «Горячие новинки»: туда обычно попадают книги популярных авторов, у которых уже есть читатели, это способ привлечь внимание к книге на ранних этапах публикации.

Книга «цепляет», если есть хороший сюжет, она хорошо написана, у нее хороший язык, интересные герои. Хорошим сюжетом считается динамичный, в котором отсутствуют долгие описания, есть сильные эмоции, возможно, даже эмоциональные «качели». «Те, которые держат в напряжении — хорошие. <...> За весь роман автор держал в постоянном напряжении и постоянном интересе, и читалось все на одном дыхании» (В.). «Герои должны быть интересными, сложными, неоднозначными, не картонными, не обозначениями: властный герой, наивная или неунывающая героиня, которой море по колено, то есть такие образы, в которых только одна черта явно просупает. Лучше бы делать сложных героев, чтобы такой герой может быть и в жизни, а не нарисовать персонаж, такой однозначный, <...> поместить в антураж и вот они что-то там делают, приключаются. Во многих книгах и сюжет не то чтоб особо интересен, а герой такой у автора получается, что следить за ним одно удовольствие» (А.). Язык, по мнению читателей, должен быть не штампованным, образным, синтаксически разнообразным.

Нужно отметить противоречие. С одной стороны, читатели ориентируются на схожих авторов и предпочитают таких, у которых много книг, чтобы, когда закончится одна, сразу начать читать следующую и не ждать, пока автор напишет новую. С другой стороны, при активном чтении они не запоминают авторов и забывают, какие книги читали, особенно если читают книги не уже законченные, а находящиеся в процессе выкладывания.

Таким образом, «хороший автор» для читателей «Литнета» — это автор, у которого несколько книг, в текстах которого нет ошибок, который владеет стилем и умеет держать читателей в напряжении до конца книги.

Читатели «Литнета» рефлексируют на тему, как книга становится популярной, и приходят к выводу, что хорошо писать недостаточно, нужно еще и раскручиваться, использовать различные рекламные возможности, рекомендовать авторов друг другу, а утверждение, что «хорошая книга продвинет себя сама», уже устарело, потому что писателей очень много, и читатели выбирают тех, кто известнее.

Заключение. Основные конвенции на портале litnet.com

«Литнет» предлагает модель взаимодействия, в которой привычные роли писателя, читателя и издателя наполняются новым смыслом. Писатель уже не только «создает литературные тексты, тематизируя (проблематизируя) ценностные на-

пряжения, представляя их обществу»²⁰, но и отчасти выполняет роль книгопродавца, организовывая рекламные кампании и привлекая к себе читателей, критика — тогда, когда он пишет отзыв в блоге на книгу другого автора, журналиста — рекомендует тексты своего коллеги. Роль читателя, который «через покупку, подписку, прямые отклики воздействует на другие социальные роли института литературы»²¹, возрастает: читатель своим прямым откликом через комментарии и награды побуждает авторов писать дальше, читательский фидбэк становится движущей силой процесса.

Медиум как техническое средство коммуникации и как программный код, стоящий за интерфейсами сайта, выходит на первый план.

Взаимодействие между ключевыми ролями — автор и читатель — не происходит непосредственно, а регулируется нечеловеческим актором-посредником. Фактически алгоритмы и интерфейсы сайта частично заменяют собой издателя, задача которого — тиражирование произведений и продажа копий, и редактора, который отвечает за приведение произведения, являющегося продуктом индивидуального творчества, в соответствие с уже сложившимися в литературе нормами. Алгоритмы, отвечающие за рейтинги и рекомендательные виджеты, запрограммированы таким образом, чтобы вынуждать авторов подгонять свои произведения под требования портала. При этом часть функций издателя и редактора переходит к самим авторам. А роли критика, который осуществляет оценку и интерпретацию литературных новинок, и журналиста, который обеспечивает регулярную, более дешевую, гарантированную и адресную доставку литературных текстов подписчику, в определенной степени выполняют ведущие блогеры и группы в социальных сетях.

Наличие обратной связи — одновременно и главный плюс, и минус сетевой публикации в сравнении с обычной бумажной. Минус сетевых публикаций проявляется в том, что в сомнительном месте читатель может напрямую обратиться к автору и высказать ему свое мнение. В отличие от бумажной книги, которая уже напечатана, в электронной публикации, которая происходит на глазах у читателя, на автора всегда можно повлиять. Быстрое получение отклика на книгу влияет также на скорость написания текстов: несколько лет могут сократиться до нескольких месяцев.

«Литнет» включен в литературную индустрию: возможность зарабатывать деньги является ключевым отличием от самиздат-сервисов типа «Проза.ру» и фанфикшн-сайтов, где монетизация собственного творчества невозможна. Наличие читателей, готовых платить за тексты, публикуемые на «Литнете», явным образом показывает, что это не «графоманский» портал, что тексты, опубликованные там, востребованы и имеют определенную ценность для читателей.

«Литнет» — это не свободное пространство творцов, а сообщество, устроенное по определенным законам. С одной стороны, эти законы повторяют существующие литературные механизмы, а с другой — влияние технологий и нечеловеческого актора рождает новые принципы, на которых строятся отношения между ролями, и другую организационную структуру. Поглавная публикация, возможность через комментарии влиять на текст и сама возможность комментариев — основные отличительные механизмы сообщества, появившиеся благодаря изменению технологического процесса.

20 *Рейтблат А.И.* Литература как социальный институт // *Рейтблат А.И.* Писать по-перек: статьи по биографии, социологии и истории литературы. М., 2014. С. 14.

21 Там же. С. 14.