

Article No. 345

DOI: <https://doi.org/10.26881/srg.2025.12.6>

Artykuł badawczy / Research article

Dziedzina nauk społecznych / Social sciences

Dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach / Discipline of science: communication and media studies

Copyright © 2025 SRG and A. Makarova¹

Citation:

Макарова, А. (2025). Process pereraspredeleniâ vlasti meždu agentami i institutami mediatizirovannogo literaturnogo polâ. *Studia Rossica Gedanensia*, 12: 117–129. DOI: <https://doi.org/10.26881/srg.2025.12.6>.

Makarova, A. (2025). Процесс перераспределения власти между агентами и институтами медиатизированного литературного поля. *Studia Rossica Gedanensia*, 12: 117–129.

DOI: <https://doi.org/10.26881/srg.2025.12.6>.



ПРОЦЕСС ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЯ ВЛАСТИ МЕЖДУ АГЕНТАМИ И ИНСТИТУТАМИ МЕДИАТИЗИРОВАННОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ПОЛЯ

АНАСТАСИЯ МАКАРОВА

Вильнюсский университет / Vilnius University
Филологический факультет / Faculty of Philology
Институт языков и культур Балтийского региона /
Institute for the Languages and Cultures of the Baltic
Кафедра славистики / Department of Slavic Studies
ул. Университето 3, Вильнюс, Литва / Universiteto St. 3, Vilnius, Lithuania
Corresponding Author e-mail: anastasijamakarova.a.m@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0758-660X>
(получено / received 7.08.2025; принято / accepted 17.09.2025)

¹ This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0 <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits redistribution, commercial and non-commercial, provided that the article is properly cited. Publisher: University of Gdańsk. Faculty of Languages [Wydawca: Uniwersytet Gdański. Wydział Filologiczny].

Abstract

The process of power redistribution among agents and institutions in the mediatized literary field

This article analyses the process of the redistribution of power among agents and institutions within the mediatized literary field, using a case study of the Russian-language literary space. The author concludes that the primary role in the legitimation of the literary text has shifted, first, to readers, who, in today's media environment, actively participate in the dissemination, evaluation, and other forms of response to the text, and second, to algorithms, which, in the context of the new media, exert significant influence over the content that readers encounter in an information-saturated environment.

Keywords: mediatization, sociology of literature, Pierre-Félix Bourdieu, algorithms, book bloggers.

Резюме

В статье на примере русскоязычного литературного пространства проводится анализ процесса перераспределения власти между агентами и институтами в медиатизированном литературном поле. Автор приходит к выводу, что ведущая роль в легитимации литературного текста перешла, во-первых, к читателям, которые в современном медиапространстве могут активно участвовать в распространении, оценке и выражении иных реакций на текст, и, во-вторых, к алгоритмам, которые в пространстве новых медиа стали оказывать значительное влияние на то, что читатель встречает в перенасыщенном информацией пространстве.

Ключевые слова: медиатизация, социология литературы, Пьер Бурдьё, алгоритмы, книжные блогеры.

Введение

В эпоху цифровых технологий ключевым фактором в развитии общества становится процесс медиатизации² (подробнее см., напр.: McLuhan 1964; Livingstone, online; Luhmann 2004; Коломиец 2020), который оказывает влияние на все сферы человеческой деятельности и формирует новые навыки, необходимые для эффективной организации процесса коммуникации.

В центре нашего исследования находится поле функционирования литературного текста, который сегодня, параллельно с традиционным форматом бумажной книги, существует и в цифровом формате. Именно в интернете

² Под медиатизацией в данном контексте мы подразумеваем любой вид человеческой деятельности, опосредованный медиасредствами

разворачивается современный литературный процесс: здесь чаще всего приобретаются книги, здесь оставляют свои отзывы о книгах читатели, здесь, несмотря на «развоплощение» и потерю материального бумажного носителя, книги приобретают свою символическую значимость, которая, формируясь в сетевом пространстве, оказывает влияние на существование текста и в цифровом пространстве, и вне его. До медиатизации поле литературы функционировало в основном в рамках традиционных институций и структур. Оно было иерархично и достаточно устойчиво, с четко распределенными ролями между писателями, критиками, издателями, государственными органами и читателями. Однако сегодня наблюдается перераспределение власти между агентами и институтами медиатизированного литературного поля. В рамках этой статьи, опираясь на теорию литературного поля Пьера Бурдьё, будут рассмотрены особенности этого процесса на примере русскоязычного литературного пространства. На данный момент можно выделить лишь несколько исследований, в которых переосмыляется теория литературного поля Бурдьё с учетом глобальной медиатизации реальности (см., напр.: Salgaro, online; Рязанцев, online).

Теоретической опорой исследования является теория социологии литературного поля Бурдьё, концептуальную и методологическую основу которой он начал разрабатывать еще в 1960-х гг. Производителем ценности книги он видел не автора, а поле производства (Bourdieu 1998). Согласно Бурдьё, изучая литературу, мы должны изучать не только непосредственных производителей произведения, создающих литературные произведения, но и:

[...] весь ансамбль агентов и институтов литературного поля, так как производителем ценности литературного произведения является не столько сам писатель, сколько агенты и институты поля, легитимирующие произведения литературы в качестве таковых (Стаселько, online: 261).

Важно отметить также, что в концепции Бурдьё произведение искусства существует как символический объект:

[...] представляющий ценность, только когда оно распознано и признано, то есть социально институтировано как произведение искусства читателями или зрителями, обладающими диспозицией и эстетической компетентностью, необходимой для того, чтобы распознать и признать его в этом качестве (Бурдьё, online).

Подобное распознавание и признание являются условием приобретения и накопления символического капитала, который со временем может быть конвертирован в экономический.

Рассуждая о рынке символической продукции, Бурдьё делит «поля производства и обращения символических благ» на «ограниченные», предназначенные для круга производителей, и «массовые», предназначенные для непроизводителей – масс (Бурдьё, online). Что касается поля литературы, то оно само по себе достаточно конфликтное и фрагментированное, в нем существует оценочное деление на «низкую» («массовую») и «высокую» литературу. В этой оппозиции именно «высокая» культура обладает правом определения границы того, что есть искусство. Таким образом, в концепции Бурдьё легитимным является

актор, «признанный» у авторитетных агентов субполя «высокой» литературы (коллегами, критиками, издателями и др.), которого наделяют символическим капиталом. В этом поле наиболее ценным капиталом считается символический, так как агенты «высокого искусства» в первую очередь борются не за финансовое выражение своей значимости и ценности, а за возможность войти в литературный канон, стать классиком.

Однако если рассматривать медиатизированное литературное поле, становится очевидно, что символический капитал имеет большое значение и для массовой литературы, нацеленной на приумножение экономического капитала, то есть на коммерческий успех. Это связано с тем, что новые медиа (прежде всего социальные сети) становятся пространством формирования «публичного культа» (термин литературного критика Галины Юзефович [Юзефович, online]), в котором зачастую ведущую роль в присвоении символического капитала, активно конвертируемого в экономический, играют не традиционные агенты и институты литературного поля, а массовая аудитория. Примером могут послужить способы «измерения» ценности литературных текстов в книжном электронном магазине LitRes или в книжной социальной сети LiveLib, где важную роль играет средняя оценка, количество отзывов, любительских рецензий, прочтений, отметок и др.

Таким образом, в субполях «высокой» и «низкой» литературы борьба за экономический или/и символический капитал и процесс производства и распространения литературного продукта происходит по-разному. Однако в условиях глобальной медиатизации границы между «высоким» и «массовым» искусством размываются, и вместе с этим утрачиваются и границы, определяющие процесс производства литературного текста и присвоения ему (и его производителю) определенного капитала.

Помимо распределения капитала в организации поля литературы важен принцип внутренней стратификации каждого субполя (деление на доминантные и периферийные части), который определяет степень легитимности агента, т.е. разделение писателей на признанных и авторитетных (иначе говоря, являющихся ядром поля) и находящихся на периферии поля литературы (Берг, online). В работе *Рынок символических благ* Бурдьё выделяет «три типа культурной легитимности: приветствие публики (легитимность популярности); профессиональное признание со стороны коллег (специфическая легитимность) и критическая оценка (буржуазная легитимность)» (Бурдьё, online). Социолог полагал, что на этапе выбора продукта или автора важную роль играют институциональные принципы легитимации: литературная критика, премии, отклик других писателей или профессиональных литературоведов и ряд других. Активная медиатизация приводит к тому, что культурное потребление все больше отходит от строгого выбора в употреблении жанров и продуктов, которые оцениваются как «высокая» культура. В настоящий момент, в выборе художественной литературы допускается сочетание качеств «низкой» культуры и «статусностной», «высокой» (Головнева, online: 40). Таким образом в условиях медиакультуры граница передвигается именно в сторону «легитимности» и «нелегитимности». В этом смысле «легитимность» – это не столько позиция агента или литератур-

ного текста в субполе ограниченного производства, сколько культурная избирательность вообще. Она может осуществляться как посредством применения критериев популярной (массовой) литературы (развлекательный характер, немудреная художественность), так и через «применение критериев “высокой” культуры (креативность, серьезность, инновативность)» (Головнева, online: 42).

Новые практики публикации, распространения и оценивания литературного текста

В настоящее время новые технологии все чаще воспринимаются как новая реальность, формирующая личность человека. За последние два десятилетия интернет стал доступен широкой аудитории, что привело к его активному использованию и различными институциями, и отдельными пользователями, в том числе для распространения контента, связанного с литературой. Интернет ускорил и усилил коммуникацию в литературном поле, предоставив многим авторам возможность свободно, без особых ограничений, вливаться в литературный процесс.

В понимании особенностей современного медиатизированного литературного поля важную роль играет вопрос его формирования. Историю развития литературного интернета можно разделить на два этапа. Первый этап, образца Web 1.0, был похож на классическую журнальную среду, когда один человек или ограниченная группа лиц отбирали, структурировали и публиковали литературный контент. Яркими примерами таких площадок для обмена литературными текстами и другим контентом, связанным с литературой, стали «Библиотека Максима Мошкова» и «Журнальный зал». То есть, следуя традиции, восходящей к концу XVIII века, роль толстых литературных журналов стали выполнять специализированные сайты. Например, «Журнальный зал» изначально публиковал отрывки или целые номера таких известных толстых журналов, как «Новый мир», делая их доступными для бесплатного чтения. Внедрение технологии Web 2.0 способствовало появлению личных авторских блогов (большую популярность получил «Живой журнал») и социальных медиа. В 2000-х гг. сайты, устроенные по принципу литературного журнала, уступают лидирующие позиции социальным сетям и личным блогам. Таким образом, начинается новый виток литературного процесса, который постепенно перемещается в социальные медиа.

Подобная медиатизация отразилась на привычках читателей, способах поиска контента, связанного с литературой, материалов для чтения, а также на практике общения по поводу литературы. В 2005 году разработчиком электронных книг первого поколения Д. Грибовым и создателями первых электронных библиотек – А. Барановским (Альдебаран) и А. Кузьминым (Litportal) был основан самый крупный магазин легальных русскоязычных электронных и аудиокниг LitRes.ru (Schmidt, online: 263). Чуть позже, в 2010 году, была основана компания Bookmate – сервис, который работал как приложение для чтения и прослушивания книг по подписке, предоставляющее доступ к книгам и на иностранных

языках. Подобным образом, например, работает и сервис MyBook, запущенный компанией Litres в 2012 году.

В последнее десятилетие широкое распространение получили платформы, предназначенные для так называемого «социального онлайн-чтения» (Beck-Pristed, online: 400) и основанные на технических характеристиках и концепции социальных сетей. Такие платформы специализируются на продвижении книг и обеспечивают интерактивную коммуникацию среди пользователей внутри платформы. Подобные практики онлайн-чтения являются следствием технического прогресса конца 2000-х годов и повсеместного распространения планшетов, портативных компьютеров и смартфонов, изменивших прежние формы «уединенного» чтения. Само устройство для чтения стало местом активного взаимодействия, позволяющим читателям мгновенно, иногда синхронно, обмениваться контентом в процессе чтения.

Самой крупной и популярной социальной сетью для читающих в русскоязычном пространстве является *LiveLib.ru*. Социальная сеть LiveLib была основана в 2007 году и развивалась параллельно американскому сайту *Goodreads.com*. Платформа LiveLib способствует общению пользователей на тему книг в режиме онлайн, то есть цифровому обмену, происходящему за пределами конкретной книги³. С целью структурирования огромного количества контента и оптимизации коммуникации с аудиторией подобные сервисы не только предлагают площадки для общения, но и организуют системы поощрения чтения, например, списки рекомендаций, отзывы критиков и читателей, рейтинги и премии. За счет чего происходит объединение функций, которые ранее были распределены между различными институтами (онлайн-библиотеки, журналы, премии и др.). Именно читательские рейтинги и рекомендации становятся одним из инструментов распределения символического капитала (Vadde, online).

В качестве примера приведем историю успеха одного из самых известных романов современной русской литературы. В 2016 году Алексей Сальников, на тот момент более известный как поэт из Екатеринбурга, опубликовал свой роман *Петровы в гриппе и вокруг него* в литературном журнале «Волга». Один из членов экспертного совета литературной премии «Большая книга» обратил внимание на него, и роман сначала попал в длинный список премии, а позже в короткий. Однако даже после этого роман не был издан отдельной книгой и продолжал существовать в неудобном для чтения и распространения формате литературного журнала:

Петровы в гриппе и вокруг него Алексея Сальникова – самый неожиданный роман короткого списка «Большой книги». Во-первых, имя автора у публики пока не на слуху, во-вторых, книги пока нет, роман опубликован в журнале «Волга», у которого не слишком широкая аудитория. Поэтому отдельная благодарность экспертам, которые прочи-

³ Исследовательница русского языка и литературы, а также истории медиа и книги Биргитте Бек-Пристед предлагает расширить понятие «эпитекта» Жерара Женетта как литературного произведения и понимать социальное чтение как процесс формирования цифрового «эпитекта», создаваемого читателем/пользователем и выступающего неформальным откликом на данное произведение (Beck-Pristed, online: 408).

тали и оценили незаурядный, оригинальный текст. К тому же автор известен скорее как поэт (Пульсон, online).

Поскольку предложений от издателей о публикации романа не последовало, Сальников выложил произведение в открытом доступе на сайте Bookmate, где оно начало стремительно набирать популярность среди читателей. Литературный критик Г. Юзефович рассказала, что по просьбам восхищенных творчеством Сальникова читателей критики обратили внимание на роман и стали публиковать на него свои отзывы, и лишь после этого текстом заинтересовались издатели (Юзефович, online). В данном случае мы наблюдаем распространенную для цифровой эпохи ситуацию, когда инициаторами признания литературного текста выступают читатели, а издатели реагируют на уже сформировавшуюся популярность. Как видим, прежняя модель вхождения литературного текста в поле литературы, основанная на цепочке «писатель – издатель – критик», в условиях глобальной медиатизации и цифровизации более не является единственно возможной. Появляется новая последовательность, которая выглядит как «читатель – критик – издатель», где читательская аудитория, а затем уже литературные критики, служат популяризации произведения и его последующей легитимации.

К важным тенденциям современного книжного рынка относится активно развивающийся сегмент самостоятельного издательства⁴. Главными преимуществами цифрового самоиздания являются доступность и оперативность, что сделало этот способ публикации достаточно популярным у непрофессиональных или начинающих авторов. В русскоязычном литературном пространстве лидерами в области «самоиздательства» являются компании Rideró и Litres. Однако и другие крупные игроки в сфере легального книжного контента предлагают подобные услуги. К примеру, сервис Litres назвал такую опцию «Самиздат»⁵, сделав отсылку к традиции советского времени, периода сильной государственной цензуры. И если изначально такое название было лишено политического значения, то после вторжения России в Украину в феврале 2022 года историческое значение снова стало актуальным, поскольку авторы начали самостоятельно публиковать свои тексты, обходя цензурируемые издательства и блокируемые режимом платформы. Сегодня к самиздату прибегают не только начинающие авторы, но и те, кто противостоит режиму и потерял возможность публиковаться иным способом.

Помимо этого, все чаще говорят о феномене так называемого «нового тамиздата». Понятие «новый тамиздат» воспринимается как альтернативное поле культурного производства, противопоставляемое современному российскому политическому режиму и цензуре, но при этом обладающее собственной иерархией. Именно такая ситуация делает современное русскоязычное литературное поле особенно важным и интересным объектом исследования. Во времена Со-

⁴ По данным группы компаний Litres, во втором квартале 2024 года книги самиздата впервые заняли половину рынка цифровых книг (Мамиконян, online).

⁵ Первым ресурсом в Рулинете, предложившим подобную функцию с названием «Самиздат», была библиотека М. Машкова Lib.ru.

ветского Союза понятия тамиздата и других форм литературных ограничений были связаны преимущественно с печатной литературой. Однако в настоящий момент, в эпоху медиатизации, механизмы публикации и распространения литературного текста функционируют иначе. Новые механизмы также включаются в процесс формирования символического капитала. Усиление цензуры способствовало укреплению роли самого писателя как общественно значимой фигуры. В современной России Министерство юстиции РФ объявляет неудобных режиму авторов «иностранными агентами» и «террористами и экстремистами». Например, книги популярного русского писателя Б. Акунина, после признания его «иностранным агентом» и «террористом и экстремистом», внутри страны продаются завернутыми в непрозрачную бумагу. На фоне репрессий Б. Акунин, который давно активно использует интернет-пространство для продвижения своего творчества (На июнь 2025 года у него в Facebook насчитывается 329 тыс. подписчиков), в июне 2023 года активизировал деятельность своего интернет-сайта Babook (Библиотека Бориса Акунина). Постепенно сайт Babook превратился в пространство существования нового тамиздата. Через него распространяются запрещенные в России книги (иногда по частям, в виде отдельных литературных текстов, доступных бесплатно), публикуются рецензии и ведется активная коммуникация между читателями и авторами, часто затрагивающая и политический контекст. Можно сказать, что сейчас сайт функционирует как литературный блог, литературное сообщество, издательство и книжный магазин одновременно. Именно медиатизация литературного поля сделала возможным существование этого «литературного клуба», как называет его сам Б. Акунин.

Появление платформ самиздата, личных сайтов, социальных сетей и книжных онлайн-сервисов дало писателям возможность выходить на аудиторию без посредников. Сегодня писатель получает возможность самостоятельно публиковать свои тексты, в его распоряжении оказываются новые способы их продвижения, что позволяет ему самому формировать актуальные писательские стратегии и практики, которые находят отклик у читателей.

Новые агенты в поле литературы: книжные блогеры и искусственный интеллект

Благодаря новым технологиям процесс литературной критики также начал переход в электронный формат. Таким образом появляется сетевая книжная критика, которая изначально публиковалась в «Русском журнале» (старейший российский сетевой журнал, выходивший с 1997 года), где критик А. Агеев вел критическую колонку под названием «Голод», а Андрей Немзер занимался рекомендательной критикой.

Сетевую рекомендательную книжную критику можно назвать «прекритикой» (ее девиз: «Я вам сейчас все расскажу»), то есть читатель получает информацию о книге еще до ее прочтения (Жучкова, online).

Формат сетевой рекомендательной критики и самого критика как медиа-деятели остаются актуальными и сегодня. Яркими представителями данного направления являются Г. Юзефович и К. Мильчин (к нему также относят А. Наринскую и Л. Данилкина). В качестве характеристики этого направления приведем слова К. Мильчина:

Я 20 лет читаю книги и рассказываю о них всеми доступными способами (рецензии, книжные фестивали, подкасты, встречи с читателем). Сейчас основными каналами критической коммуникации является Facebook, личный блог и канал в Telegram (Мильчин, online).

Исторически литературные критики наделены легитимным правом решать, какое произведение достойно признания. Таким образом, как полагал Бурдье, каждый критик обладает своим символическим капиталом, который может быть использован для продвижения писателя и конкретного литературного текста. Однако в современном медиатизированном литературном поле в борьбу за право легитимации вступают новые агенты – книжные блогеры. В большинстве своем ими являются активные читатели, которые публично высказываются по поводу литературных текстов и литературного процесса. Однако, в большинстве своем, они не изучали критическое дело профессионально. В современном интернет-пространстве непрофессиональных отзывов на литературные тексты значительно больше, чем профессиональных, тем не менее сегмент книжного блогерства не вытеснил литературную критику. Критик в современном понимании – это, прежде всего, профессионал (Жучкова, online).

Книжные блогеры оценивают книги, рассуждают о новинках, любимых авторах и литературе, а также привлекают к этому обсуждению свою аудиторию. Зачастую их посты и видеоролики поощряют дискуссии о литературном процессе. В своих обзорах они активно используют привычный для современного читателя мультимодальный код коммуникации, что делает передачу информации более естественной и близкой для современного читателя (подробнее см.: Макарова, online). Аудитория некоторых русскоязычных блогеров превышает 100 тысяч подписчиков, что указывает на серьезную популярность такого контента, авторы которого способны играть не менее важную роль в литературном поле, чем профессиональные критики или обозреватели. В качестве примера, иллюстрирующего влияние книжных блогеров на успех литературных текстов, можно привести случай, когда в 2024 году повесть Ф.М. Достоевского *Белые ночи* неожиданно вошла в список самых продаваемых переведенных книг в Великобритании. Это событие связывают с резко возросшей популярностью повести в социальных сетях TikTok и Instagram, где книжные блогеры в своих отзывах активно романтизировали описанную Достоевским историю любви (West-Knights, online).

Другим важным новым агентом литературного поля, способным оказывать значительное влияние на успех литературных текстов, является искусственный интеллект (далее – ИИ), который достаточно давно внедрен в самые разные области человеческой деятельности. Распространение доступных широким масс моделей генеративного искусственного интеллекта (далее – ГИИ) и боль-

ших языковых моделей, наподобие ChatGPT изменило общее поле массовой коммуникации, в котором возник новый агент, способный коммуницировать на естественном языке наравне с человеком, что оказало значительное влияние и на литературный процесс. ИИ постепенно проникает во все сферы литературной деятельности. При помощи ГИИ создаются иллюстрации и обложки к книгам, выполняется редактирование и/или озвучивание, создаются рецензии.

В поле литературы формируется новое понятие – *assisted writing*, когда писатель посредством промптов (запросов) обращается к ГИИ за идеями для сюжета или проработки диалогов и т. д. В качестве примера, иллюстрирующего вызовы, с которыми сегодня сталкивается сфера литературы, можно привести случай японской писательницы Риэ Кудан. В январе 2024 года писательнице была присуждена престижная премия имени Рюноске Акутагавы за роман *Tōkyō-to Dōjō Tō* (*Токийская башня сострадания*). Во время церемонии награждения Кудан призналась, что около 5 % текста было создано с помощью большой языковой модели ChatGPT. Организаторы премии и члены жюри в течение нескольких месяцев обсуждали, как следует поступить в подобной ситуации. Поскольку в тот момент не существовало четко установленных правил, они решили не менять первоначального решения. Премия не была отозвана, однако это событие вызвало волну общественного недовольства, часть читателей потребовала вернуть деньги за приобретенную книгу (Yuzefovich, online). Подобные ситуации заставляют задуматься о том, что такое литература и насколько для нас важно, кто стоит за художественным произведением – человек или ИИ. Несмотря на то, что сегодня ИИ может работать как «ассистент» писателя, пока он не способен его заменить. Инициатива все еще за человеком – сам по себе ИИ не имеет внутренней потребности писать литературные тексты. Однако уже сейчас возникают вопросы, связанные с проблемой авторства. В правовой системе только начинают обсуждаться вопросы, касающиеся авторских прав на произведения, созданные с помощью ИИ. Некоторые участники литературного процесса считают ИИ всего лишь инструментом, помогающим ускорить процесс написания или редактирования. Другие видят в ИИ полноценного соавтора, способного генерировать сюжеты, сами тексты или даже проводить научные исследования. В июне 2025 года в литературном журнале «Знамя» впервые в русскоязычном интернет-пространстве была опубликована исследовательская статья, написанная в соавторстве с ИИ (Сонетов и Эпштейн, online).

Следующий важный аспект взаимодействия ИИ и литературы касается его способности анализировать тексты. Алгоритмы, основанные на ИИ, способны с особой эффективностью регулировать то, что пользователи (читатели) «видят» и «находят» в перенасыщенном информацией пространстве новых медиа, в том числе социальных сетей. Подобные алгоритмы обрабатывают огромные корпуса данных о нашей активности в цифровом пространстве. Более того, выбирая контент, мы одновременно обучаем алгоритмы, ориентируя их на наши предпочтения, и тем самым способствуем формированию информационных пузырей. С одной стороны, алгоритмы предоставляют интересующий нас контент, а с другой ограничивают наше информационное поле (Jebaselvi et al., online: 57). Поэтому, вопрос влияния информационных пузырей на присвоение

символического капитала литературному произведению и его легитимацию становится особенно актуальным. Очень часто контент, популярный в одном поле, в другом может быть совершенно неизвестным. Алгоритмы также отвечают за продвижение книжного контента целевой аудитории. Деятельность ИИ влияет на весь наш медиатизированный опыт, однако за алгоритмами по-прежнему стоит человек, задающий параметры и фильтры. Таким образом, ИИ, выступая в качестве одного из агентов литературного поля, играет важную роль в распределении символического капитала (активно конвертируемого в экономический капитал) среди литературных текстов и их легитимацию.

Заключение

Итак, в настоящее время, в медиатизированном литературном поле, в сравнении с традиционным, появляются совершенно новые агенты, например, книжные блоггеры и ИИ, а также новые платформы и, вместе с ними, современные способы распределения символического капитала и легитимации. Процесс медиатизации отразился на повседневных привычках читателей, начиная с поиска литературных текстов и информации о них, и заканчивая новыми способами обсуждения прочитанного. Рейтинги и рекомендации от читателей становятся одним из инструментов распределения символического капитала и легитимации в поле литературы. Одной из заметных тенденций современного книжного рынка является стремительное развитие сегментов современного самиздата и нового тамиздата. Сегодня в условиях тотальной медиатизации, проявляющейся, среди прочего, в доступности медиа и перенасыщенности медиaprостранства литературными текстами, произошло перераспределение ролей так называемых «агентов» и «институтов» власти.

Таким образом, ведущая роль в легитимации произведения перешла: а) к аудитории, которая в современном медиaprостранстве может активно участвовать в распространении, оценивании и выражении прочих реакций на текст; б) к алгоритмам, которые в пространстве новых медиа (и социальных сетей в том числе) стали оказывать значительное влияние на то, что читатель «видит» и «находит» в перенасыщенном информацией пространстве. Если раньше распределение символического капитала в поле литературы было связано в первую очередь с агентами и институтами, имеющими авторитет в субполе «высокой» литературы (коллеги, критики, издатели и т. д.), то внедрение в литературное поле массовой интернет-аудитории привело к тому, что зачастую ведущую роль в легитимации литературного текста (активно конвертируемой в экономический капитал) играют не традиционные агенты и институты литературного поля, а читатели, книжные блоггеры, алгоритмы и так далее.

Библиография / References

Beck-Pristed, B. (2020). *Social Reading in Contemporary Russia*. In: Rebecchini, D. and Vassena, R. (Ed.). *Reading Russia. A History of Reading in Modern Russia*. Vol. 3: 407–432. Milano: Ledizio-

- ni. edu/43154929/Reading_Russia_A_History_of_Reading_in_odern_Russia_Vol_3 (accessed 24.05.2025).
- Berg, M. (2000). *Literaturokратиā. Problema prisvoeniā i pereraspredeleniā vlasti v literature*. Moskva: Novoe literaturnoe obozrenie [Берг, М., (2000). *Литературократия. Проблема присвоения и перераспределения власти в литературе*. Москва: Новое литературное обозрение].
- Bourdieu, P., Wacquant, L.G.D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Les Règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. Paris – Seuil: Point-Essais.
- Burđe, P. (2000). Pole literary. Per. s fr. M. Gronasa. *Novoe literaturnoe obozrenie*, 45: 22–87 [Бурдые, П. (2000). Поле литературы. Пер. с фр. М. Гронаса. *Новое литературное обозрение*, 45: 22–87].
- Burđe, P. (1993). Rynok simboličeskoj produkcii. Per. s fr. E.D. Voznesenskoj. *Voprosy sociologii*, 1–2: 49–62 [Бурдые, П. (1993). Рынок символической продукции. Пер. с фр. Е.Д. Вознесенской. *Вопросы социологии*, 1–2: 49–62].
- Golovneva, A.V. (2015). «Miry legitimnosti»: strategii legitimacii pisatelej-prozaikov v rossijskom pole literary. *Ėkonomičeskaā sociologiā*, 16(1): 38–62 [Головнева, А.В. (2015). «Миры легитимности»: стратегии легитимации писателей-прозаиков в российском поле литературы. *Экономическая социология*, 16(1): 38–62].
- Jebaselvi, C.A.E., Anitha, T., Mohanraj, K. (2024). The Rise of AI in English Language and Literature. *Shanlax International Journal of English*, 12(2): 53–58.
- Kolomic, V.P. (2020). *Mediatizaciā media*. Moskva: Izd-vo Moskovskogo universiteta [Коломиец, В.П. (2020). *Медиатизация медиа*. Москва: Изд-во Московского университета].
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of communication*, 59(1); 1–18. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>.
- Luhmann, N. (2004). *Die Realitat der Massenmedien*. Wiesbaden: Springer VS.
- Makarova, A. (2024). Knižnyj videokontent: k voprosu o mul'timodal'nosti mediatizirovannogo literaturnogo polā. *Vilnius University Open Series*: 101–111. DOI: <https://doi.org/10.15388/SV-I-II.2024.9> [Макарова, А. (2024). Книжный видеоконтент: к вопросу о мультимодальности медиатизированного литературного поля. *Vilnius University Open Series*: 101–111. DOI: <https://doi.org/10.15388/SV-I-II.2024.9>].
- Mamikonān, O. (2024). Samizdat v pervye zanal polovinu rynka ēlektronnyh knig v Rossii. *Forbes.ru*. <https://www.forbes.ru/forbeslife/520145-samizdat-vpervye-zanal-polovinu-rynka-elektronnyh-knig-v-rossii> (dostup 28.04.2024) [Мамиконян, О. (2024). Самиздат впервые занял половину рынка электронных книг в России. *Forbes.ru*. <https://www.forbes.ru/forbeslife/520145-samizdat-vpervye-zanal-polovinu-rynka-elektronnyh-knig-v-rossii> (доступ 28.04.2024)].
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. London – New York: MIT Press Ltd.
- Mil'čin, K. (2021). Konstantin Mil'čin: Čto ne tak v knižnoj industrii? *RBK Тренды*. https://www.youtube.com/watch?v=rw0KM3dPZ_E&list=PL1FHn2LYiyah0KALw7xQ9WaBooxT5bjz&index=59 (dostup 29.04.2025) [Мильчин, К. (2021). Константин Мильчин: Что не так в книжной индустрии? *РБК Тренды*. https://www.youtube.com/watch?v=rw0KM3dPZ_E&list=PL1FHn2LYiyah0KALw7xQ9WaBooxT5bjz&index=59 (доступ 29.04.2025)].
- Pul'son, K. (2018). Petrovy v grippe i vokrug nego. Samyj neožidannyj roman Alekseā Saľnikova. *www.livelib.ru*. <https://www.livelib.ru/news/post/33000-petrovy-v-grippe-i-vokrug-nego-samyj-neozhidannyj-roman-alekseya-salnikova> (dostup 10.06.2025) [Пульсон, К. (2018). Петровы в гриппе и вокруг него. Самый неожиданный роман Алексея Сальникова. *www.livelib.ru*. <https://www.livelib.ru/news/post/33000-petrovy-v-grippe-i-vokrug-nego-samyj-neozhidannyj-roman-alekseya-salnikova> (доступ 10.06. 2025)].

- Râzancev, A.P. (2025). *Literaturnai reputaciâ v cifrovui èpohu: polâ, aktory, mehanizmy vosproizvodstva*. Dissertaciâ na soiskanie uĉ. stepeni kandidata sociologičeskikh nauk. Moskva. https://www.hse.ru/data/xf/038/643/0160/Рязанцев%20А.П.%20Диссертация_5.pdf (dostup 30.09.2025) [Рязанцев, А.П. (2025). *Литературная репутация в цифровую эпоху: поля, акторы, механизмы воспроизводства*. Диссертация на соискание уч. степени кандидата социологических наук. Москва. https://www.hse.ru/data/xf/038/643/0160/Рязанцев%20А.П.%20Диссертация_5.pdf (доступ 30.09.2025)].
- Salgaro, M. (2022). Literary value in the era of big data. Operationalizing critical distance in professional and non-professional reviews. *Journal of Cultural Analytics*, 7(2). DOI: <https://doi.org/10.22148/001c.36446>.
- Schmidt, H. (2021). From Samizdat to New Sincerity. Digital Literature on the Russian-Language Internet. *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*: 255–275. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-42855-6>.
- Sonetov, K., Èpštejn, M.N. (2025). Ubijstvo Nastas'i Filippovny v *Idiote* F.M. Dostoevskogo. Opyt rekonstrukcii v desâti versiâh. *Znamâ*, 6. <https://znamlit.ru/publication.php?id=9430> (dostup 2025.07.12) [Сонетов, К., Эпштейн, М.Н. (2025). Убийство Настасьи Филипповны в *Идиоте* Ф.М. Достоевского. Опыт реконструкции в десяти версиях. *Зная*, 6. <https://znamlit.ru/publication.php?id=9430> (доступ 2025.07.12)].
- Stasel'ko, K.I. (2017). Sociologiâ literatury Përa Burdë. *Sociologičeskij al'manah*, 8: 259–266. [Стаселько, К.И. (2017). Социология литературы Пьера Бурдьё. *Социологический альманах*, 8: 259–266].
- Vadde, A. 2017. Amateur Creativity: Contemporary Literature and the Digital Publishing Scene. *New Literary History*, 48(1): 27–51. DOI: <https://doi.org/10.1353/nlh.2017.0001>.
- West-Knights, I. (2024). Fyodor fever: how Dostoevsky became a social media sensation. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/books/2024/dec/17/white-nights-fyodor-dostoevsky-social-media-instagram-booktok-tiktok> (accessed 26.05.2025).
- Ûzefoviĉ, G. (2018). Kak pisatel' prihodit k uspehu. *Meduza*. https://www.youtube.com/watch?v=tm5_NxjUPe4 (dostup 20.05.2025) [Юзефович, Г. (2018). Как писатель приходит к успеху. *Медуза*: https://www.youtube.com/watch?v=tm5_NxjUPe4 (доступ 20.05.2025)].
- Ûzefoviĉ, G. (2020). Ot obožaniâ do nisproverženiâ: tipy ĉitateľ'skoj recepcii populârnoj knigi. *Âzyki psihiatrii*. <https://www.youtube.com/watch?v=kvTnl4grPw> (dostup 10.03.2025) [Юзефович, Г. (2020). От обожания до ниспровержения: типы читательской рецепции популярной книги. *Языки психиатрии*. <https://www.youtube.com/watch?v=kvTnl4grPw> (доступ 10.03.2025)].
- Yuzefovich, G. (2024). Impact of AI to literature: Galina Yuzefovich: TEDxEletheriaSquare. *TEDx Talks*. <https://www.youtube.com/watch?v=jkXVDp6heCU> (accessed 29.05.2025).
- Žučkova, A. (2020). O sovremennom formate literaturnoj kritiki. *Voprosy literatury*, 5. <https://voplit.ru/column-post/o-sovremennomformate-literaturnoj-kritiki/> (dostup 26.04.2025) [Жучкова, А. (2020). О современном формате литературной критики. *Вопросы литературы*, 5. <https://voplit.ru/column-post/o-sovremennomformate-literaturnoj-kritiki/> (доступ 26.04.2025)].
- Žučkova, A. (2021). Russkaâ literatura XXI veka. *Voprosy literatury*. <https://www.youtube.com/watch?v=Gbtu2gGt9cA> (dostup 26.04.2025) [Жучкова, А. (2021). Русская литература XXI века. *Вопросы литературы*. <https://www.youtube.com/watch?v=Gbtu2gGt9cA> (доступ 26.04.2025)].