

Тамара Вученовић

Универзитет Метрополитан

Факултет за менаџмент, Београд
tamara.vucenovic@metropolitan.ac.rs

Прегледни рад

УДК 028:[316.774:004

07:316.776

<https://doi.org/10.18485/bibliotekar.2022.64.1.2>

ДРУШТВЕНО ЧИТАЊЕ КАО САВРЕМЕНА КОМУНИКАТИВНА ПРАКСА

Сажетак: Као полазна основа за истраживање у раду узети су и укратко приказани нови концепти Читање 2.0 и Усамљени читалац који ће нам помоћи у разумевању промена које технологије данас доносе процесу читања и бољем разумевању концепта друштвеног читања у савременом медијском окружењу. Наведене су дефиниције појма друштвено читање (енгл. *social reading*), указано је на значење у коме се појам користи у раду, као и на комуникацијски аспект, као врло значајан за разумевање дигиталног контекста у коме се одвијају различите активности у вези са читањем и књигама. Такође, представљене су одабране платформе и алатке које омогућавају укључивање технологија у процесе читања, дељења, препоручивања и анализирања књига, а указано је и на новије трендове у овој области. У завршном делу рада врло кратко се указује на будућа кретања и истраживања друштвеног читања.

Кључне речи: друштвено читање, платформе за друштвено читање, комуникације, интернет.

Књије ће остати незаменљиве, не само у књижевности, већ и у свим другим наменама, где је неопходно њажљиво читање, читање које се не своди само на њуки њријем информација, већ њодразумева одговарајуће мишљење и рефлексију. Читање са комјутерског екрана није истио као и читање књије... Након што за комјутерском конзолом њроведем 12 саџи, очи су ми њоуџи њенских лойџи, и свим срцем желим да се удобно сместим у фотелју, да читам новине или добру њоезију. Мислим да комјутери засиурно шире једну нову врсту њисмености, али да нису у стању да задовоље све њињелекџуалне њоџребе које стимулишу.¹ Да ли је 1996. године Умберто Еко био у праву?

¹ Умберто Еко, *Од Инјерњета до Гујенберга*, предавање на Академији за напредне студије у Америци, 12. новембра 1996.

Увод

Читање је, у не тако давној прошлости, доживљавано као процес који карактерише индивидуалност делања и интимност промишљања. Развој технологија мења ове поставке и сам процес читања, уводи могућности за сарадњу и интерактивност, онлајн комуникацију на више нивоа и уређаја истовремено, дељење садржаја са великим бројем корисника/читалаца/ пратилаца. Технолошке иновације и развој информационо-комуникационих технологија омогућавају све више нивое аутоматизације различитих процеса, па и оних креативних, попут читања и писања. „Промене које омогућавају различите технологије вишеструко утичу на процесе писања и читања. Оне повећавају њихову, већ ионако велику, сложеност, увођењем и других ентитета у те процесе, поред традиционално појединачних – читалаца и аутора, чинећи их друштвено зависним у далеко већој мери него што су то они до сада били, али мењајући и саму реализацију процеса померајући фокус са појединца на групу.”²

Наравно, изузев у контексту образовања, јавних читања у оквиру књижевних вечери, клубова, уметничких пројеката, активност читања је и даље доминантно индивидуална. Такође, друштвено/колеktivно читање није новост коју су нам донеле/омогућиле дигиталне технологије, већ је појава која се везује за много раније периоде људске историје. Читаоци су одувек желели да пренесу и размене своје утиске и осећања у вези са прочитаним, са другим читаоцима, и ова потреба представља имплицитни део процеса читања. Ипак, треба имати у виду да су значајне новине које нам доносе технологије, а које се, поред осталог, огледају у могућности за вишеструко интензивирање сарадње и повећање броја учесника у процесима читања, али и писања. Традиционални читалачки клубови, у аналогном окружењу, имају углавном мањи домет, док у дигиталном универзуму комуникација и размена мишљења постаје глобална и може да укључи изузетно велики број корисника/читалаца. Разматрајући нову парадигму друштвеног читања, аутори истичу значај видљивости текстова за продају и лако претраживање јер, поред осталог, пружају могућност читаоцима да препоручују наслове који им се свиђају или да критикују оне који им се не допадају.³

² Adam Sofronijević i Tamara Vučenić, „Nove uloge autora i čitalaca – automatizacija i upravljanje složenim procesima čitanja i pisanja”, *Kultura* 136 (2012): 24–44.

³ Hose-Antonio Kordon-Garsija et al., *Društveno čitanje – platforme, aplikacije, oblaci i tagovi* (Beograd: Narodna biblioteka Srbije, 2017).

Као полазна основа у бољем разумевању промена које технологије доносе процесу читања и концепта друштвеног читања, у савременом медијском окружењу, узети су закључни налази и анализа процеса читања, појмовне одреднице/концепти Читање 2.0 и Усамљени читалац.⁴

Усамљени читалац и Читање 2.0

„Усамљени читалац представља пасивног конзумента садржаја, који тај садржај искључиво интимно доживљава и индивидуално промишља. Усамљени читалац води дијалог са аутором дела путем садржаја дела које представља медијум комуникације... Читање 2.0 представља проширење скупа карактеристика којима смо описали Усамљеног читаоца. Читање 2.0 у односу на Усамљеног читаоца карактеришу интерактивност и сарадња.”⁵ Дакле, комуникација, дијалог, како са другим читаоцима, тако и са самим ауторима текстова/писцима, постала је интерактивна, динамична, често у реалном времену. Комуникација и интерактивност у читању се данас реализује веома лако и једноставно, путем бележака и дописивања, дељења садржаја преко друштвених мрежа, препоручивања садржаја (кроз оцене, лајкове, обележавање делова текста који су се читаоцу допали, дељење цитата из неког дела, информацију о броју читалаца одређеног књижевног дела, рецензије и дискусије итд.). Наравно, читалац одређује са ким ће (и да ли ће) делити своје утиске и учинити их више или мање јавним. Софтверски алати, о којима ће нешто више бити речи у другом делу рада, омогућавају поменуте (и бројне друге) функционалности, али и уређаји и комплетна идеологија друштвеног читања који чине да концепт новог читања, дефинисаног као Читање 2.0, буде реалан.

Друштвено читање

Када данас постављамо питање – шта читање чини друштвеним, онда је у разматрање и тражење одговора неминовно, а можда и првенствено, укључен интернет, тј. онлајн/дигитални контекст процеса читања, и свих других процеса/активности који су у вези са читањем на мрежи.

⁴ Sofronijević i Vučenović, „Nove uloge autora i čitalaca...”

⁵ Sofronijević i Vučenović, „Nove uloge autora i čitalaca...” , 31.

Друштвено читање – заједничко читање, комуникација у вези са читањем и прочитаним, однос медија, масовних комуникација и друштвености, у контексту читања, схваћеног у најширем смислу. Или се реч друштвено односи на повезивање, стварање заједница, социјализацију путем читања?

У ширем смислу, све читалачке праксе увек су биле друштвене, засноване на некој врсти социјалне инфраструктуре. Дигитално друштвено читање би можда био најпрецизнији термин који би се односио на медијум који се користи за комуникацију и разговоре о књигама и читалачким искуствима – платформе, апликације, веб-сајтове, друштвене медије итд. Анализирајући и истражујући значај дигиталног друштвеног читања и коментара читалаца на маргинама, на примеру Ватпеда (Wattpad), једне од највећих платформи за писање и читање прича, романа, поезије итд., група истраживача закључује да друштвено читање постаје истакнуто међу различитим праксама читања, највише захваљујући употреби дигиталних медија.⁶ Разматрајући истраживања у друштвеним медијима и лингвистици, Нора Каплан истиче да су она углавном усмерена на дискурзивне и прагматичне карактеристике интеракција на друштвеним медијима, како у новијим тако и у старијим дигиталним жанровима, те закључује да је проучавање друштвеног читања, као нове комуникативне праксе, ново подручје истраживања.⁷

Вођено софистицираним технологијама и захтевима умрежене културе, значење *друштвеног читања* мења се у свету *уређеном* подацима, где дељење и повезаност имају нову снагу. Наши односи са људима, идеје и речи постају све мобилнији, персонализованији и флуиднији, а садржај који генерише корисник, у вези са читањем и у току читања, постаје саставни део процеса читања. Одређени број истраживача, попут Наоми Барон (Naomi S. Baron), сматра да друштвено читање уопште није усредсређено на читање – „Шта је најпривлачније у друштвеном читању: „део читања” или „друштвени део”? За милионе људи то је друштвена повезаност, а читање у суштини пружа изговор за састанак.”⁸ Наоми Барон верује да овде није питање да ли читамо на екрану или на папиру, већ да ли формулишемо свој став о књизи индивидуално или колективно,

⁶ Nora Kaplan, “Social reading in Spain: A discourse-pragmatic perspective”. *Alabe* 13(2016): 2, DOI: 10.15645/Alabe2016.13.7

⁷ Tony Horova, “Some Reflections on Social Reading”. *Against the Grain* Vol. 27, Iss. 3(2015): 14. DOI: <https://doi.org/10.7771/2380-176X.7079>

⁸ Naomi Baron, *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World* (Oxford University Press: Oxford, 2015), 129.

док други аутори сматрају да се у изразу *друштвено читање*, *друштвено односи* на сусрет утисака и мишљења друге особе у вези са активношћу читања.⁹ Такође, постоје мишљења да се друштвено читање односи и на утицај који нечије искуство читања може да има на туђе искуство читања, а не само на групе за читање, дискусије у учионици или клубове за књиге, односно да је друштвено читање и друштвена формација и друштвени процес.¹⁰ Односно, друштвено читање, осим што се дешава између читалаца и текстова, и између читалаца, такође је и резултат културне, технолошке и друштвене историје.¹¹

У поређењу са традиционалним, аналогним читањем, сматра Хуи,¹² друштвено читање у савременом комуникацијском контексту има четири кључне карактеристике – 1. дигитализација садржаја који се чита; 2. *one-stop-reading-service* – реализација друштвеног читања неодвојива је од развоја технологије примене *big data*; 3. реализација двосмерног интерактивног читања; 4. могућност стварања веће вредности читања. Друштвена функција је главна карактеристика друштвеног читања, закључује овај аутор. Сложени механизми друштвених иновација свакако утичу и на приступ, начине и процесе читања, као и на очекивања савремених читалаца од читања.

Друштвено читање – комуникацијски аспекти

Када разматрамо друштвено читање, ми заправо разматрамо јединствен и специфичан процес дигиталне, Веб 2.0 комуникације која се успоставља међу корисницима/читаоцима са различитим циљевима – да се добију и поделе информације о добрим књигама и занимљивим причама у вези са читањем, књижевношћу, филмовима насталим на основу литеарних дела итд., путем бројних алата – тагова, анотација, дељења, оцена,

⁹ Federico Piazola, "Social reading becomes digital", In *Digital Social Reading: Sharing Fiction in the 21st Century*, <https://wip.mitpress.mit.edu/pub/ujaw8xf8/release/1?readingCollection=a0d97dee> (приступљено 26. 2. 2022).

¹⁰ Danielle Fuller and DeNel Rehberg Sedo, *Reading Beyond the Book: The Social Practices of Contemporary Literary Culture* (Routledge, 2015).

¹¹ Piazola, "Social reading..."

¹² Ziwei Zhou, "Analysis of Characteristics of Social Reading APP Use Behavior of High School Students", In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: International Symposium on Education, Culture and Social Sciences* (ECSS 2019), <https://doi.org/10.2991/ecss-19.2019.32>.

цитирања, савета и питања итд. Ова комуникација је углавном неформалног карактера, а налазимо, ако је о коментарима реч, и позитивне и негативне коментаре о одређеном аутору или делу. Платформе апелују на читаоце да буду активнији и да партиципирају, дају сугестије и учествују у настанку радова, заједно са ауторима, а са друге стране, ове платформе/сајтови за друштвено читање промовишу ауторе и могу стати у *одбрану* аутора и штитити њихове интересе.¹³ Подсетимо се, Џон Лок (John Locke), први аутор који је продао више од милион књига на Амазону, признао је да је преко специјализоване компаније (GettingBookReviews.com) купио/унајмио 300 позитивних постова/објава.

Мајкл Стивенс (Michael Stephens) сматра да је један од фундаменталних принципа Веб 2.0 концепта управо разговор, интерактивни и умрежени дијалог у коме учествују корисници и подстиче се дискусија.¹⁴ Стивен Ебрам (Stephen Abram) такође указује на комуникативни аспект и значај разговора, односно на чињеницу да, када говоримо о Веб 2.0, онда говоримо о специфичном друштвеном феномену који одликује децентрализација ауторитета, отворена комуникација и слобода да се садржај дели.¹⁵

Разматрајући промене у читалачким навикама, настале услед појаве нових уређаја за читање, апликација, Веб 2.0 и Веб 3.0 окружења у коме се савремени читалац информише о књигама, бира, наручује, купује, чита и коментарише, дели своје утиске, белешке и цитате, јасно је да се једна од кључних промена догодила на подручју рецепције књижевног текста. Садржај до сада резервисан за ауторе и уреднике, постао је доступан и читаоцима, те тако данас они могу да интервенишу када је реч о садржају или форми дела, као и на другим нивоима продукције текста, дистрибуције и рецепције. Концепт познат као „reader-friendly” омогућава нам да садржаје на друштвеним мрежама за читаоце или веб-сајтовима за друштвено читање, прилагодимо сопственим читалачким навикама и потребама, да га персонализујемо у погледу формата (величина и врста слова, осветљење, маргине итд.), као и да организујемо садржаје и креирамо их у засебна документа. Оваква врста персонализације специфична је за дигитални контекст и носи један нови квалитет, у поређењу са оним што се могло реализовати оловком на папиру на књигама у кодекс формату.

¹³ Kordon-Garsija et al., *Društveno čitanje – platforme, aplikacije, oblaci i tagovi*, 273–274.

¹⁴ Michael Stephens, “Web 2.0, Library 2.0, and the Hyperlinked Library”, *Collins Serials Review* Vol 33 (26. 10. 2007): 253.

¹⁵ Т. Вученовић, „Библиотека као носилац партиципативних пракси у култури у контексту информационог друштва” (докторска дис., Филолошки факултет, Београд, 2016), 175–176.

Теми, тј. појму друштвеног читања може се приступити из различитих углова – технолошког, социолошког, психолошког, ауторског, читалачког, из угла уредника, издавачких кућа итд. Будући да број штампаних књига расте сваке године,¹⁶ могућност да издања буду видљивија и доступнија, захваљујући онлајн простору, свакако доприноси успеху књиге. Употреба такова је такође веома важна јер управо обележавање чини читање друштвеном, односно јавном активношћу.

Новине су у овом контексту бројне – нови концепти издаваштва, системи самосталног издавања, као они које су лансирани Амазон, Барнс и Нобл, Епл, нови концепти и приступи традиционално, аналогно, схваћеном тексту – као што су флуидни и нано текстови, и многи други, утичу и на нове начине читања, који „одговарају новим начинима стварања у којима је линеарност замењена мултилинеарношћу, синтаксичком кохеренцијом и семантичком комплексношћу и где је употпуњеност коначних текстова замењена интерактивношћу писца и корисника.”¹⁷ Апликације за читање и широк спектар уређаја за читање – електронски читачи, попут Киндла (Kindle), Нука (Nook), таблета, PDA (Personal Digital Assistant) итд. – континуирано доносе нове могућности за интеракцију са другим читаоцима, издавачима, ауторима, персонализацију, тражење (речи или фрагмената текста) и претраживање садржаја (одлазак на одређену страну, трака напредовања (*progress bar*), приступ гласом итд.), организовање колекција, анотације, спољне интеракције које омогућавају/укључују повезивање са друштвеним медијима. Број апликација за читање књига је изузетно велики – Libby, Goodreads, Audible (само аудио-књиге), Apple Book, eBoox, Kindle, ReadEra, Wattpad, FBReader, Aldico Book Reader итд.¹⁸ Такође, изузетна разноликост и бројност апликација и уређаја, води ка развоју напреднијих софтвера који ће унапредити функције и процесе читања.

У раду се ослањамо на дефиницију друштвеног читања којом се наглашава њен комуникацијски аспект – „друштвено читање представља посебну комуникативну праксу која се појавила као резултат нових технолошких развоја, посебно развоја у електронском издаваштву. Учешће читаоца у процесу (пост)продукције (у облику анотација, подвлачења, прегледа,

¹⁶ “Publishers Weekly”, <https://www.publishersweekly.com/pw/home/index.html/> (приступљено 2. 4. 2022).

¹⁷ Kordon-Garsija et al., *Društveno čitanje – platforme, aplikacije, oblaci i tagovi*, 33.

¹⁸ Ria Pandey, “The 18 best reading apps you can download in 2022”, <https://happymag.tv/best-reading-apps/> (приступљено 2. 4. 2022).

процењивања итд.) даје потпуно нову димензију чину читања, када се дели са читаоцима истомишљеницима”.¹⁹ Иако су у употреби различити термини који се односе на сличне појаве, попут „дељеног читања”, „друштвених књига”, „умреженог читања” итд., и ови аутори користе термин „друштвено читање” под којим подразумевају читање остварено у виртуелном окружењу, у коме се фаворизује стварање заједнице и средстава размене. Дакле, на питање по чему се разликују могућности и активности које публика данас има у Веб 2.0 окружењу у односу на претходне периоде, одговор је – по много чему, првенствено „по свом карактеру, обиму, разноврсности и доступности”.²⁰

Платформе друштвеног читања – одабрани примери

У савременом дигиталном окружењу постоје различити уређаји за читање и платформе које нуде велики избор књига, али и многе друге начине за обогаћивање садржаја у складу са потребама и преференцијама корисника, уз бројне могућности да бира услове за начин, време и место читања.

Сајтови/платформе за друштвено читање (Social Reading Sites – SRS) представљају посебне врсте онлајн заједница (Wenger, McDermott у Snyder, 2002), које „расту” заједно са унапређењем технолошких могућности и развијем дигиталног читања, њихове карактеристике и могућности су углавном сличне – партиципација и комуникација у вези са књигама и темама из области књижевности, издаваштва, куповине, продаје и позајмљивања књига, персонализација и социјализација текста, приступ бази података, претрага и једноставно дељење различитог садржаја на друштвеним мрежама, анотације итд.

„Велики потенцијал за обогаћивање читалачког искуства видљив је у дигиталним платформама за друштвено читање, где се кроз интеракцију и креирање нових садржаја негују креативност и нове праксе читања. Ове активности могу допринети бољем разумевању текста, побољшавају комуникацију о тексту, ревитализују садржај, а само читање пребацују из приватне сфере у јавну.”²¹ Комуникацијски аспект друштвеног читања

¹⁹ Kordon-Garsija et al., *Društveno čitanje – platforme, aplikacije, oblaci i tagovi...*

²⁰ Т. Вученовић, „Библиотека као носилац партиципативних пракси...”, 112–113.

²¹ Ivona Despot, Ivana Ljevak Lebeda and Nives Tomašević, “Social reading – the reader on digital margins”, *Libellarium* 9, 1(2016): 185–196. DOI: <http://dx.doi.org/10.15291/libellarium.v9i1.269>.

видљив је и важан готово у свим сегментима. Неке платформе омогућавају преузимање или инкорпорирање књига, пружају могућност да корисници пронађу истомишљенике (кориснике који имају сличан укус као и ми, или су слично коментарисали о одређеним издањима), повезивање у току процеса читања или након што завршимо читање (имамо опцију да дајемо коментаре о прочитаним књигама, о онима које читамо или желимо/планирамо да читамо). „У погледу садржаја, већина апликација за друштвено читање, не производе садржај, већ уместо тога врше агрегацију онлајн информација, обрађују их са циљем да створе „One-Stop” режим читања за кориснике.”²² Додатно, користећи научне алгоритме за преглед садржаја и рударење информација и укрштајући их са корисничким понашањем – дају интелигентне персонализоване препоруке својим корисницима. Укратко, закључује, друштвено читање је врста коегзистенције масовних информација, усредсређена на читаоца, персонализовано заједничко читање.

Платформе друштвеног читања,²³ односно апликације (Social Media Book Sites, Social Networks, Social Networking Sites, Social Cataloging Website Centered around Books итд.) заиста су бројне, поменућемо на овом месту само неке од најпознатијих – Anobii.com, Fable.com, Library.com, Litsy, Library Thing итд. На овим апликацијама/платформама се, пре свега, комуницира, а у средишту пажње су књиге и читање.

Гудридс (Goodreads)

Три најпознатије и најреферентније опште платформе свакако су Amazon, Barnes and Noble, Google Books. У овом кратком прегледу неколико платформи за друштвено читање не можемо да не поменемо Амазон, мултинационалну технолошку компанију, која је 1994. покренута као онлајн књижара, да би данас поседовала и продавала најразличитије производе, попут Киндла, уређаја за читање електронских књига, чија је производња започела 2007. године и донела је велики напредак и успех компанији. Киндл омогућава да белешке и подвлачење, тако омиљене навике многих читалаца, буду јавно видљиви, уколико се корисник определи за ту опцију. По приходу последњих година увек је у светском врху, а према доступним

²² Zhou, “Analysis of Characteristics of Social Reading APP Use Behavior of High School Students”, <https://doi.org/10.2991/ecss-19.2019.32>.

²³ “Six Great Social Networks for Book Lovers”, <https://www.lifewire.com/great-book-social-networks-3486556> (приступљено 2. 4. 2022).

подацима, Амазон је у „пандемијској” 2020. години пријавио рекордних 386 милијарди долара прихода, тачније, повећали су своју добит за готово 38%. Иако није тема овог рада, важно питање представља чињеница да најпознатије технолошке компаније већ годинама имају већи профит и финансијски су моћније од многих држава. Наравно, иако међу првима и најуспешнијима, Амазон већ дуго није и једино место на интернету где можемо да поручимо књигу.

Гудридс (Goodreads) покренут је 2007. године, са намером да помогне корисницима да пронађу књигу коју воле и поделе информацију о томе, као и да унапреде процес читања и учења. Функционалности и могућности које нуди, као и на многим другим, мањим платформама за друштвено читање, дају платформи карактеристике онлајн каталога, друштвене мреже (корисник прави профил, повезује се, комуницира са другим члановима итд.), информативног портала (за сваку књигу, а у тренутку писања рада, према последњим доступним подацима на нашем језику, било је преко 900 милиона књига, могу се пронаћи информације о аутору, синопсис, рејтинг, коментари корисника који су књигу прочитали и остале корисне информације), медиј за дискусије.

Према наводима на овој платформи, овај највећи сајт на свету за читаоце и препоруке књига, на коме можете да видите шта ваши пријатељи читају, „пратите” књиге које читате, које сте прочитали и које желите да прочитате, добијете персонализоване препоруке за читање, прочитате или напишете оцену књиге, да прегледате књиге по жанру и придружите се читалачким групама и саставите списак књига које бисте желели да прочитате једног дана. Моћна и утицајна заједница за читање, платформа која је од средине 2019. године, имала више од 90 милиона регистрованих корисника.

Дакле, са десетинама милиона читалаца који на Гудридсу траже препоруку шта следеће да купе или прочитају, алгоритми овог сајта постају моћна „алатка” за усмеравање читалаца, односно за управљање њиховом куповином књига. „Са затварањем књижара, интернет сајтови су постали кључна места за информисање читаоца о књигама за које би могли бити заинтересовани”, написао је *Њујорк џајмс*, након што је ову платформу купио Амазон. Овај договор додатно јача Амазону моћ да одреди које ауторе ће поставити у „излог” своје онлајн платформе.

Сториграф (The StoryGraph)

Као други пример платформе кратко ћемо представити Сториграф, чија је бета верзија пуштена у рад 2019. године. Ова платформа у одређеној мери представља одговор на извесна ограничења и замерке које корисници упућују Амазоновој платформи – корпоративни монопол у овој области (пored осталог, куповином мањих специјализованих компанија попут BookSurge, Shelfari, BookDepository и многе друге), стагнирање у погледу могућности које се нуде, као и самог дизајна, чињеницу да је постао много више промотивна платформа него форум на којем се окупљају читаоци и расправља о књигама, централно место и значај се даје рецензијама, а можете да их пишете иако уопште нисте прочитали књигу, издавачка индустрија платформу користи као тест-групу и „ухватила” се за ову огромну корисничку базу, превелики број одељака, поједностављена категоризација књига.²⁴ Аутор текста наводи да постоје чак и услуге које можете платити да оставите добре критике о својој књизи.

Сториграф је промишљен, нијансиран поглед на дневник читања на мрежи. На пример, када корисник креира профил на платформи, треба да одговори на одређени број питања која суптилно нијансирају читалачки укус и тичу се расположења, темпа читања, да ли читалац даје предност заплету, карактерима или нивоу развоја ликова, да ли је важно да ликови буду симпатични, комплексни или, рецимо, воли књиге у којима су мане/врлине јунака главни фокус итд. Такође, и када читалац оцењује књигу, одговара на слична питања а одговори су табеларно приказани на страници књиге и дају свеобухватнији поглед и утисак о нечијем читалачком искуству, уместо да представља само основни сажетак који сте могли да прочитате било где на интернету. Као предности бисмо, у овом кратком приказу, могли да наведемо – висококвалитетне, индивидуализоване препоруке књига, унапређена категоризација књига, чињеницу да се рецензијама не придаје толики значај (као што се то чини на бројним сличним платформама).

Основна функционалност Сториграфа је иста као и на већини других платформи – читаоци имају могућност да додају књиге на своју листу за читање, означе оне „тренутно читају” и прегледају књиге које су завршили (или одустали од њих). Постоји подељак „заједнице” на сајту, који

²⁴ “Amazon’s Goodreads”, <https://www.inputmag.com/reviews/amazon-goodreads-books-alternative-the-storygraph> (приступљено 2. 4. 2022).

функционише као *фид* који се може скроловати. Систем оцењивања ове друштвене платформе је суптилнији, даје могућност да поставите сопствене оцене, за разлику од многих платформи које нуде звезде, и то само целе, без могућности да неком делу дате пола звезде. Нијансирање је значајна функционалност приликом оцењивања и омогућава прављење разлике између књиге којој сте дали 4 звезде (јер не постоји могућност да дате 3,5) и оцене која је, у овом случају – 3,6. Сличан принцип се примењује и на проналажење књига за читање, где се нуди опција да наведете да желите да пронађете књигу која је уједно и мрачна и опуштајућа, можете да „укрштате”, и описе и жанровско одређење књиге. Софтвер „учи” и упознаје ваше читалачке навике и склоности, те ускоро добијате прилично добре препоруке за нове књиге, усклађене са вашим потребама.

Буктјуб (BookTube)

Популарне платформе, попут Јутјуба и Тиктока, такође су осмислиле специјализован простор намењен књигама и читању. Буктјуб је специфичан подскуп/подгрупа Јутјуб заједнице, која се издвојила око 2010. године и усмерена је/специјализована за књиге и читање. Буктјуб је, дакле, део Јутјуб колаборативне платформе за објављивање и гледање видео-садржаја, којим се повезују и преко кога комуницирају, првенствено млађи корисници интернета. Читаоци, који се називају буктјуберима, снимају видео-записе у којима износе утиске и мишљење о прочитаним књигама. „Обично се налазе у свом приватном простору, пуном књига, а посебан акценат је на индивидуалном печату, духовитости, а често и необичном наступу уз певање, глуму и екстравагантну визуелну презентацију.”²⁵ Ова врста влогова (видео-блогова) занимљива је и углавном врло пријатна за слушање, а имате и утисак да причате и дружите се са неким познатим.

Буктјуб заједница је до данас достигла стотине хиљада гледалаца широм света; већина је усмерена на књижевност за младе, али се многи баве и другим жанровима. Кристин Ричо (Christine Riccio, PolandBananasBooks) једна је од првих буктјубера са великим бројем пратилаца. Данас неки буктјубери имају стотине хиљада пратилаца, а међу најпопуларнијима су они из Бразила. Значајно је и занимљиво да постоји и канал Буктјуб Србија

²⁵ Д. Јовановић, „Функције савремених медија у унапређењу библиотечко-информационе делатности: упоредна анализа искустава у Србији и Француској” (докторска дис., Филолошки факултет, Београд, 2016), 61.

(*BookTube Serbia*), на коме су се први пут удружиле девојке са српске Јутјуб сцене које деле љубав према књигама путем видео-садржаја.

Најтипичнији видео-записи, који, према правилима добре праксе постављања садржаја увек треба да буду у високој резолуцији, „тура” су кроз полице са књигама, у којој буктјубер показује своје полице са књигама, уз описивање књига и позива гледаоце да је прочитају, приказивање списка књига које планирају да прочитају, видео у коме се сумирају књиге прочитане у одређеном периоду (седмица, месец, година), таговани видео-записи, који се састоје од серије питања/изазова на које буктјубер одговара и тагује онда неког другог буктјубера да одговори, видео-записи са интервјуима са писцима или са дискусијама о темама из области књижевности, читања, издаваштва итд.

Већина буктјубера поставља влогове о читању, а најчешће теме су омиљене књиге и писци, најбоља књига у овој години итд. „Многи буктјубери сарађују па читају исту књигу и онда покрену пренос уживо и тако направе виртуелни књижевни клуб. Гледаоци такође могу да прочитају исту књигу и своје мисли поделе у коментарима па су тако и они део истог клуба.”²⁶ Редакција издавачке куће Лагуна препоручила је у овом тексту неколико домаћих буктјубера, па су се на овом списку нашли заиста занимљиви Јутјуб канали посвећени књигама и читању – Књигатрон, Bookvalisti, Побуњене читатељке, To the lighthouse и Books and Lillies.

Као пример добре праксе из Србије можемо да наведемо и Макарт онлајн књижару, која има свој Буктјуб канал, са препорукама књига, где постављају веома занимљиве, кратке видео-записе са коментарима о књигама и одговорима на различита питања пратилаца. Јасно, добро осмишљено, са привлачним насловима и кључним речима (Најбољи савремени писци, топ 10 књига које се читају за један дан итд.), критички прикази које даје филолог Зорана Карапанџин, показали су се као добар концепт представљања књига, како страних, тако и домаћих, јер привлаче пажњу публике и неретко имају више од десет хиљада прегледа. Макарт има и веома добро осмишљен Инстаграм профил, са „дугмићима” испод описа профила и занимљивим рубрикама – Буктјуб канал, Речник, Цитати, Да ли сте знали итд., на којима се могу наћи различити садржаји у вези са књигама и читањем.

²⁶ Laguna, „Vodič za početnike kroz Buktjub”, <https://www.mala.laguna.rs/laguna-bukmarker-vodic-za-pocetnike-kroz-buktjub-unos-14134.html> (приступљено 2. 4. 2022).

Букток (BookTok) и Букстаграм (#Bukstagram)

Букток је новија апликација (као и платформа у склопу које функционише као мања заједница унутар веће заједнице – Тикток), у чијем су фокусу књиге и читање. Видео-снимци, са приказима књига, дискусијама или шалама о књигама које корисници читају, могу да трају најдуже три минута, што ограничава врсту садржаја, али пружа и много креативних приступа за пласирање. У овој апликацији, која ради само на телефону, функције су обједињене, постоји опција за монтажу, те је једноставнији за коришћење, а садржај, након креирања, може одмах да буде и објављен. Иако су снимци посвећени различитим жанровима, ипак многи корисници (који се називају буктокерси, баве се највише књижевном фикцијом за младе, фантастиком за младе и љубавним романима. На Буктоку су заступљеније емотивне реакције на књиге, прикази и препоруке слични као и на Буктјубу, али се ови краћи формати више ослањају на упечатљиве изрази лица, емотиконе, текст у покрету и популарну музичку подлогу.

Букстаграм

„Букстаграм, све популарнији клуб на друштвеним мрежама... Неки књижевни формалисти кажу да је овај тренд површан, али љубитељи књига на Инстаграму верују да на овај начин подстичу комуникацију између читалаца и охрабрују људе да што више читају.”²⁷ Заједница љубитеља књига на Инстаграму, према овим подацима Делфи књижаре, тренутно има преко 36 милиона постова са хаштагом #букстаграм, и свакодневно расте. На једном од сајтова на којима можете пронаћи најпопуларније хаштагове, предвиђа се да ће трендови за Букстаграм у 2022. години, када је реч о Инстаграму и Тиктоку бити #readersofinstagram #bookshelf #bookworld #readstagram #instaread #booksbooksbooks²⁸ итд. Аутори овог блога предлажу да се користе управо ови хаштагови да би се повећала видљивост и популарност.

²⁷ Delfi knjižare. „Bukstagram: sve popularniji književni klub na društvenim mrežama”, https://www.delfi.rs/vesti/vest/5937_bukstagram_sve_popularniji_knjizevni_klub_na_drustvenim_mrezama_delfi_knjizare.html (приступљено 4. 4. 2022).

²⁸ “Best Popular Hashtag to use with #bookstagram”, <https://top-hashtags.com/hashtag/bookstagram/> (приступљено 4. 4. 2022).

На интернету се могу наћи и препоруке за књижевне клубове славних личности, неки од њих имају специфичан фокус, као што је феминизам или женски аутори романа, док други једноставно представљају занимљиве/забавне зборе наслова књига.²⁹ У овим примерима наведеним на сајту америчке телевизијске мреже Ем-Си-Ен-Би-Си, представљени су Инстаграм налог – књижевни клуб глумице Риз Витерспун,³⁰ која бира књиге које пишу женски аутори. Налог је повезан са глумичиним налогом на Гудридсу, а занимљиви групни дијалози и питања, сортирани су по месецима, па се на једноставнији начин може претраживати садржај. Сара Џесика Паркер преко свог књижевног клуба објашњава зашто бира одређене наслове књига, даје додатне информације о аутору и причи.³¹ Занимљиво је да је у тексту у коме су наведени ови подаци, на крају стоји да позната глумица увек успева да изабере публикације које су кандидати за књижевну награду или најзанимљивије у току те године, и у том смислу, било би занимљиво истражити однос/утицај који књижевни/читалачки онлајн клубови на друштвеним медијима имају на каснији пласман, продају и успех књижевног дела. Овде можемо да додамо и примере књижевних клубова чувене телевизијске водитељке Опре Винфри³² или глумице Еме Вотсон,³³ која дели информације о књигама о феминизму које чита, уз дискусије о књигама и догађајима из ове области.

Често већ на самој платформи имамо опцију да поставимо питање током читања, као што је на пример на Амазону повезивање читалаца и писаца (@author:Connecting Readers and Writers). Издавач ХарперКолинс (HarperCollins) је направио веб-сајт Букперк (Bookperk)³⁴ где читаоци могу да, кроз директну комуникацију са издавачем и аутором, добију посебне понуде и попусте, позивнице за специјалне догађаје, потписане књиге итд. Још 2010. године писац Скот Вестерфелд (Scott Westerfeld), када је примио једну од награда за свој књижевни рад, рекао је да је у великој мери унапре-

²⁹ “Six celebrity book clubs you should join now”, <https://www.msnbc.com/know-your-value/6-celebrity-book-clubs-you-should-join-now-n1070766> (приступљено 4. 4. 2022).

³⁰ Reese’s Book Club, <https://www.instagram.com/reesesbookclub/> (приступљено 4. 4. 2022).

³¹ Sarah Jessica Parker’s Book Club List, <https://booksandnooks.ca/collections/sarah-jessica-parkers-book-club-list> (приступљено 4. 4. 2022).

³² Oprah’s New Book Club Pick, <https://www.oprah.com/oprahsbookclub/oprahs-new-book-club-pick-the-water-dancer-by-ta-nehisi-coates> (приступљено 4. 4. 2022).

³³ Emma’s Our Shared, <https://www.instagram.com/oursharedshelf/> (приступљено 4. 4. 2022).

³⁴ HarperCollins, Bookperk, <https://www.harpercollins.com/blogs/press-releases/bookperk-delivers-insider-access-to-the-world-of-books> (приступљено 8. 4. 2022).

дио свој начин и стил писања, захваљујући комуникацији и имејловима које је примио од својих читалаца (у том тренутку, преко 30.000 имејлова).

Иако физичке књиге можда и јесу на путу у заборав, упркос чињеници да се сваке године штампа све више књига, али тај пут ће готово сигурно бити дуг и завојит. Наставак постојања кодекса, увезане књиге, иако можда донесе радост библиофилима, не мења чињеницу да су књиге и читање књига, барем онако како смо их дефинисали у прошлости, на свом културном заласку. У контексту социјализације читања занимљиве су, и свакако важне, иницијативе за позајмљивање књига међу члановима заједнице, корисницима различитих уређаја за читање.³⁵

Закључак

Друштвено читање, као савремена комуникативна пракса, има занимљив и широк потенцијал, како се види из кратког приказа одређеног броја платформи/апликација које га подржавају. Иако је у раду углавном указано на предности ове врсте комуникација, у једном целовитијем осврту свакако не би требало занемарити и друге аспекте попут питања безбедности, заштите података о личности, права на слободу избора и анонимност, етичке дилеме које технологије са собом нужно носе, моћ и доминацију водећих технолошких компанија, итд.

За даља истраживања друштвеног читања може да буде посебно занимљив аспект односа читалаца и аутора дела, будући да је интернет *приближио* читаоце и писце, омогућио комуникацију у реалном времену (иако не можемо увек бити сасвим сигурни, осим у видео-разговору, да ли се дописујемо са омиљеним писцем или његовим пи-аром). Али, свакако, на неколико кликова је могућност да као читаоци постављамо питања, коментаришемо, да *уђи*чемо на дело у оквиру заједнице која се ствара и одржава онлајн и која, у времену Тиктока и Инстаграма, може да комуницира још брже, динамичније и директније. Такође, као важно поље за даље анализе посебно је значајан економски утицај платформи на издаваштво, као и образовни аспект, будући да друштвено читање одговара савременим моделима учења – путем истраживања, повезивања и дељења. Иако друштвена компонента није постала доминантна у начину на који читамо,

³⁵ Неки примери таквих иницијатива су: BookLending.com, Ebookfling.com, ownself.com.

из наведених примера, као и теоријских разматрања, која велики део простора посвећују управо друштвеном читању, јасно је да ће ова компонента бити веома важна у будућности.

Literatura i izvori:

1. “Amazon’s Goodreads”. <https://www.inputmag.com/reviews/amazon-goodreads-books-alternative-the-storygraph> (приступљено 2. 4. 2022).
2. “Best Popular Hashtag to use with #bookstagram”, <https://top-hashtags.com/hashtag/bookstagram/> (приступљено 4. 4. 2022).
3. Baron, Naomi. *Words Onscreen: The Fate of Reading in a Digital World*. Oxford University Press: Oxford, 2015.
4. Delfi knjižare. „Bukstagram: sve popularniji književni klub na društvenim mrežama”, https://www.delfi.rs/vesti/vest/5937_bukstagram_sve_popularniji_knjizevni_klub_na_drustvenim_mrezama_delfi_knjizare.html (приступљено 4. 4. 2022).
5. Despot, Ivona, Ivana Ljevak Lebeda and Nives Tomašević. “Social reading – the reader on digital margins”, *Libellarium* 9, 1(2016):185–196. DOI: <http://dx.doi.org/10.15291/libellarium.v9i1.269>.
6. Eko, Umberto. *Od Interneta do Gutenberga*. Predavanje na Akademiji za napredne studije u Americi, 12. novembra 1996.
7. Emma’s Our Shared, <https://www.instagram.com/oursharedshelf/> (приступљено 4. 4. 2022).
8. Fuller, Danielle and DeNel Rehberg Sedo. *Reading Beyond the Book: The Social Practices of Contemporary Literary Culture*. Routledge, 2015.
9. HarperCollins, Bookperk, <https://www.harpercollins.com/blogs/press-releases/bookperk-delivers-insider-access-to-the-world-of-books> (приступљено 8. 4. 2022).
10. Horova, Tony. “Some Reflections on Social Reading”. *Against the Grain* Vol. 27, Iss. 3 (2015): 13–16, DOI: <https://doi.org/10.7771/2380-176X.7079>.
11. Jovanović, D. „Funkcije savremenih medija u unapređenju bibliotečko-informacione delatnosti: uporedna analiza iskustava u Srbiji i Francuskoj.” Doktorska dis., Filološki fakultet, Beograd, 2016. (na ćirilici)
12. Kaplan, Nora. “Social reading in Spain: A discourse-pragmatic perspective”. *Alabe* 13 (2016): 1–21, DOI: <https://10.15645/Alabe2016.13.7>.
13. Kordon-Garsija, Hose-Antonio, Hulo Alonso-Arevala, Rakel Gomes-Dijas i Danijel Linder. *Društveno čitanje – platforme, aplikacije, oblaci i tagovi*. Beograd: Narodna biblioteka Srbije, 2017.

14. Laguna. „Vodič za početnike kroz Buktjub” <https://www.mala.laguna.rs/laguna-bukmarker-vodic-za-pocetnike-kroz-buktjub-unos-14134.html> (pristupljeno 2. 4. 2022).
15. Oprah’s New Book Club Pick, <https://www.oprah.com/oprahsbookclub/oprahs-new-book-club-pick-the-water-dancer-by-ta-nehisi-coates> (pristupljeno 4. 4. 2022).
16. “Publishers Weekly”, <https://www.publishersweekly.com/pw/home/index.html/> (pristupljeno 2. 4. 2022).
17. Pandey, Ria. “The 18 best reading apps you can download in 2022”, <https://happy-mag.tv/best-reading-apps/> (pristupljeno 2. 4. 2022).
18. Pianzola, Federico, Simone Rebor, Gerhard Lauer. “Wattpad as a resource for literary studies. Quantitative and qualitative examples of the importance of digital social reading and readers’ comments in the margins”. *PLoS ONE* 15, 1(2020): 39, DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0226708>.
19. Pianzola, Federico. “Social reading becomes digital”. In *Digital Social Reading: Sharing Fiction in the 21st Century*, <https://wip.mitpress.mit.edu/pub/ujaw8xf8/release/1?readingCollection=a0d97dee> (pristupljeno 26. 2. 2022).
20. Reese’s Book Club, <https://www.instagram.com/reesesbookclub/> (pristupljeno 4. 4. 2022).
21. Sarah Jessica Parker’s Book Club List, <https://booksandnooks.ca/collections/sarah-jessica-parkers-book-club-list> (pristupljeno 4. 4. 2022).
22. “Six celebrity book clubs you should join now”, <https://www.msnbc.com/know-your-value/6-celebrity-book-clubs-you-should-join-now-n1070766> (pristupljeno 4. 4. 2022).
23. “Six Great Social Networks for Book Lovers”, <https://www.lifewire.com/great-book-social-networks-3486556> (pristupljeno 2. 4. 2022).
24. Sofronijević, Adam i Tamara Vučenović. „Nove uloge autora i čitalaca – automatizacija i upravljanje složenim procesima čitanja i pisanja”. *Kultura* 136 (2012): 24–44.
25. Vučenović, T. „Biblioteka kao nosilac participativnih praksi u kulturi u kontekstu informacionog društva.” Doktorska dis., Filološki fakultet, Beograd, 2016.
26. Zhou, Ziwei. “Analysis of Characteristics of Social Reading APP Use Behavior of High School Students”. In *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: International Symposium on Education, Culture and Social Sciences*. ECSS 2019, DOI: <https://doi.org/10.2991/ecss-19.2019.32>.

Tamara Vučenović
Metropolitan University
Faculty of Management, Belgrade
tamara.vucenovic@metropolitan.ac.rs

SOCIAL READING AS A CONTEMPORARY COMMUNICATIVE PRACTICE

Summary: Reading 2.0 and the Lonely Reader, the new concepts that will help us better understand the idea of social reading in contemporary media environments, are taken as a starting point for the research. The definitions of the term *social reading* are given and the importance of this term used in the paper is pointed out, as well as the communication aspect that is very important for understanding the digital context of the various activities related to the reading and books. Also, this paper presents the selected platforms and tools that enable the incorporation of technologies in the reading processes, sharing, analyzing, and recommending of books, as well as the recent trends in this area. In the final part of the paper, future trends and research in social reading are briefly pointed out.

Keywords: social reading, social reading platforms, communications, internet.

Примљено: 20. априла 2022.

Исправке: 20. маја 2022.

Прихваћено: 6. јуна 2022.