

Успех кластера невозможен без плотных кооперационных связей с исследовательскими институтами и университетами, которые закладывают научный потенциал в коммерческий успех создаваемых инноваций.

Управление развитием кластера невозможно без современных бизнес-моделей и научных подходов к управлению потоками ресурсов, активно перемещаемых через границы кластера. Это артикулирует ориентацию участников кластера на интеграцию и координацию в рамках нескольких подотраслей одного сектора. Совместное сосуществование множества компаний с разной целеориентацией и производственными возможностями предполагает формулирование долгосрочной стратегии экономического развития. Планирование совместных усилий по разработке и продвижению уникальных продуктов и услуг. Особая значимость инновационных кластеров как уникальных высокотехнологичных площадок, определяющих точки роста конкурентоспособности национальной экономики, артикулирует важность изучения особенностей инновационного процесса компаний-участников межорганизационного образования.

#### Список литературы

1. Портер М. Конкуренция. М., 2005. 608 с.
2. Смородинская Н. В. Тройная спираль как новая матрица экономических систем // Инновации. 2011. № 4. С. 1–18.
3. Смородинская Н. В. Территориальные инновационные кластеры: мировые ориентиры и российские // Тезисы докладов XIV международной научной конференции. М., 2013. С. 389-403.
4. Никулина О. В. Становление инновационных кластеров как фактор ускорения инновационного развития // Тезисы докладов VI Всероссийской научно-практической конференции. М., 2010. С. 240–243.
5. Бек М. А., Бек Н. Н., Бузулукова Е. В. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса. М., 2014. 446 с.

## **БУКТЬЮБИНГ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЫ**

***А. Е. Ефимова***

*Волгоградский государственный технический университет*

Виртуализация повседневных практик в современном обществе является повсеместным явлением. Развитие интернет-коммуникаций и новых носителей информации привело к трансформации или исчезновению многих привычных еще несколько десятков лет назад социальных феноменов. Особенно ярко контраст проявляется при сравнении советского и современного периода развития государства, поскольку отражает разницу ценностных установок различных возрастных групп, сформированных различными институционализированными практиками.

В данной статье мы рассмотрим трансформацию книжной культуры, ее виртуализацию и формирование в виде такого направления как буктьюбинг (booktube) в сети Youtube.

Тема формирования книжной культуры в СССР достаточно полно представлена в многочисленных работах по социальной истории (Ш. Фитцпатрик [9], Н.Б. Лебина [4] и др.), а также в профильной литературе по библиотечному делу (К. И. Абрамов [1]). В целом, можно отметить существование нескольких ключевых точек, поддерживающих данную культуру: библиотеки, книжные магазины и социальные практики (в форме кружков, клубов и т. д.). После распада СССР, который не только ознаменовал разрушение политической системы, но означал переход нашей страны к информационному обществу, все эти элементы претерпели трансформацию. С одной стороны, количество библиотек и домов культуры ежегодно сокращается, равно как и тиражи издаваемых книг. С другой стороны, многие библиотеки реорганизуются и перепрофилируются, а ассортимент изданий становится более разнообразным. Данные трансформации отразились и на социальных практиках, связанных с коммуникациями субъектов книжной культуры. Одной из таких новых форм стал буктьюбинг – направление в области видеоблогинга, специализирующиеся на книжной культуре [3].

В России главной площадкой буктьюбинга является YouTube – многоканальная сеть, предназначенная для размещения мультимедийного контента. В конце 2015 г. эта сеть содержала более трех млн видеороликов при среднем показателе загрузки 300 видеороликов в минуту [12]. В совокупности эти данные образуют «коллективную память», при этом также формируя общественное мнение, как социальных групп, так и общества в целом (через традиционные медиа) [13].

Анализ роликов буктьюберов в данной социальной интернет-сети (см. табл. 1) позволил нам описать их структуру и основные стратегии социальных практик. Всего было проанализировано 26 роликов.

Таблица 1

Популярные каналы буктьюберов в сети Youtube

<i>Название</i>	<i>Просмотры</i>	<i>Подписчики</i>
RedAutumnBooks	1 239 403	39 026
UncleShurik	4 190 894	41 943
Людмила Личи	1 054 261	9142
Cutebookmess	2 557 824	36 037
Mara Book	482 489	4878
Tania from Espana	378 511	5952
Gingerrr Starr	657 476	8020
Читалочка/Полина Парс	1 058 364	23 613
КНАLET SKY	348 877	32 552

Мы можем выделить два направления развития каналов буктьюбинга: социальный и технический. Техническое направление включает в себя:

1) технические данные книги; 2) цены и места покупок; 3) обзор сюжета; 4) мнение об авторе. В целом буктьюберы не делают существенного акцента на качестве книги, игнорируют ценовые характеристики и места покупок, стараются избегать данных о сюжете, информацию об авторе дают только при необходимости. В целом техническая составляющая приносится в жертву социальной, но при этом заметно существование внутренних норм.

Социальное направление развития каналов буктьюбинга включает в себя следующие элементы: 1) модель повествования; 2) формат ролика; 3) обратная связь. Модель повествования предусматривает создание стратегии разговора со зрителем. Несмотря на авторский стиль в аспектах стилистики и эмоциональности, в целом речь авторов отличается грамотностью, минимальным использованием жаргона и четкой дикцией. Формат роликов в подавляющем большинстве не предусматривает наличие анимации или каких-либо вставок. В большинстве случаев ролики – это имитация беседы «один на один». Обратная связь присутствует в виде конкурсов, фактов об авторе-буктьюбере, чтение и ответ на комментарии подписчиков.

Можно сделать вывод, что большинство каналов с книжной тематикой представляют лишь сжатое описание сюжета и популяризованное мнение о самой книге или авторе. Многим видео не хватало сценария, интересной подачи или элементарной заставки. Но, так или иначе, через такие каналы осуществляются попытки привить культуру чтения у своей целевой аудитории.

Особенностью российского буктьюба является его гендерная структура: все популярные блогеры – женщины. Это является закономерным, учитывая, что большая часть аудитории социальных сетей – женщины. Наибольшая доля женской аудитории – в сети «Одноклассники» (57 %) [8, с. 30]. Некоторые из популярных буктьюберов одновременно ведут каналы с beauty-тематикой.

На первый взгляд, сообщество буктьюберов может показаться вторичным по сравнению с уже существующими центрами книжной культуры. Буктьюбинг как движение напоминает зарождение библиотечного дела в XIX в., когда шло создание общественных библиотек, появлявшихся на средства меценатов и энтузиастов. Они не обладали большим количеством читателей, но при этом формировали собственную субкультуру и играли значительную роль в просветительской деятельности в земствах [6]. Более того, современные библиотеки активно осваивают виртуальное пространство и, на первый взгляд, осуществляют те же функции в рамках книжной культуры, что и буктьюберы [7]. Ключевым отличием здесь выступает фигура самого буктьюбера. В отличие от институционализированных практик формирования книжной культуры библиотеками, в которых минимальна степень персонификации при коммуникации с потребителем, именно личность буктьюбера и его мнение становятся решающим фактором популярности канала. Безусловно, при этом происходит «неизбежное насилие над читательским воображением» [10], навязывание субъективного вос-

приятия той или иной книги, но именно это делает этот формат таким привлекательным и создает внутреннюю сегментацию буктьюба на персонализированные сообщества. Трансформация традиционных институционализированных практик, связанных с чтением, не отменяет самой востребованности в чтении как форме как форме получения информации. Меняется культура чтения [2] и нарастание объемов текстов вызывает необходимость появления источников информации, целью которых является навигация в мире книжной культуры и помощь в формировании у индивида механизмов селекции текстовой информации. Библиотека не может адекватно реагировать на запросы различных социальных групп, и эту функцию в сетевом пространстве выполняют буктьюберы.

Весь буктьюбинг построен на анализе книги в ее традиционном, «твердом» варианте, игнорируя альтернативные формы ее распространения. В сообществе буктьюберов нет ярко выраженной рекламной составляющей, делается акцент не на местах продаж, а на издательствах, причем достаточно редко. Тем не менее, латентной функцией данной субкультуры является поддержка книжного дела. Развитие книжных магазинов в России на современном этапе нельзя назвать успешным, поскольку существует целый ряд негативных факторов социального и экономического порядка, тормозящих их развитие. Одним из них выступает снижение интереса к книгам и том числе именно к их печатным версиям. Здесь важно отметить, что именно коммерциализация данного сообщества является трендом во всем мире. В тех странах, где сообщество буктьюберов существует давно, все успешные авторы сотрудничают с издательствами и книжными магазинами и прямо или косвенно ведут рекламную деятельность. Наряду с этим продолжают существовать каналы с небольшой группой постоянных фанатов, которые придерживаются консервативной линии развития, без рекламы и акцента на монетаризации бизнеса. Третье направление – расширение форматов каналов с акцентом на обзоры (помимо книг) фильмов, игр и т. д. [13].

Анализ социальной составляющей буктьюбинга позволяет нам говорить о том, что эта форма книжной культуры является сформировавшейся частью виртуального городского пространства. Виртуализация буктьюбинга подтверждается отсутствием у большинства авторов каналов обратной социальной связи с подписчиками: все общение проходит в пространстве социальных сетей. При этом данное направление не коммерциализировано, что выгодно отличает его от других сегментов российского интернет-блоггинга. Функцией буктьюбинга является распространение книжной культуры, и это фактически самоорганизованная культура оказывается в некоторых аспектах более успешной, чем акции, организованные при поддержке государства. Буктьюбинг не дублирует существующие формы книжной культуры, а является самостоятельным структурным элементом, необходимым для ее развития в условиях информационного общества.

### Список литературы

1. Абрамов К. И. История библиотечного дела. М. : Книга, 1980. 354 с.
2. Азарова Л. И., Курганская Л. М. Чтение как социокультурное явление // Наука. Искусство. Культура. 2013. № 2. С. 163–168.
3. Кто такой буктьюбер? Интервью с Ольгой Миклошевской. URL: <http://www.rewizor.ru/literature/interviews/kto-takoy-buktuber>.
4. Лебина Н. Б. Повседневная жизнь советского города: 1920–1930-е гг. Нормы и аномалии. СПб. : Нева, 1999. 286 с.
5. Нейвирт Н. И. Анализ тенденций развития современного книжного рынка России // Science Time. 2015. № 2 (14). С. 140–143.
6. Перебейнос А. Е. Толстиков В. С. Общественные библиотеки в повседневной жизни городского населения Урала (вторая половина XIX – начало XX века) // Вестник ЧГАКИ. 2011. № 4 (28). С. 234–238.
7. Пилко И. С., Роот Е. В. Виртуальное пространство библиотеки в эпоху web 2.0 // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2015. № 4 (33–2). С. 77–84.
8. Продвижение чтения в социальных медиа // Университетская книга. 2013. № 2 (2). С. 30–33.
9. Фицпатрик Ш. Повседневный сталинизм. Социальная история Советской России в 30-е годы: город. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН); Фонд Первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2008. 336 с.
10. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. URL: <http://magazines.russ.ru/voplit/2012/3/s8.html> (дата обращения: 18.09.2015).
11. Beatriz D.C. Análisis del fenómeno BookTube en España. Trabajo final de grado. URL: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/>
12. Horsti K. Communicative memory of irregular migration: The re-circulation of news images on YouTube (Preprint). URL: <https://www.researchgate.net/publication>.
13. Vonderau P. The video bubble: Multichannel networks and the transformation of YouTube // Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies. 2016. V. 22. P. 361–375.

## МИГРАЦИОННАЯ СИТУАЦИЯ В ВОЛГОГРАДСКОМ РЕГИОНЕ

*Г. В. Исаян*

*Волгоградский государственный университет*

В настоящее время на территории всей Российской Федерации, а также Волгоградской области наблюдается процесс культурной, социальной, экономической интеграции коренного населения и разнообразных миграционных этнических групп.

Важно понимать, что население территории – это общность людей, которая постоянно обновляется и наделена определенными взаимосвязанными признаками, а также проживающая в пределах данной определенной территории [5, с. 92].

Отметим, что Волгоградская область обладает сбалансированной структурой хозяйства. Благодаря индустриальному профилю экономики душевой ВРП Волгоградской области выше, чем в других регионах ЮФО. Но важно отметить, что в последнее время темпы роста ВРП региона за-