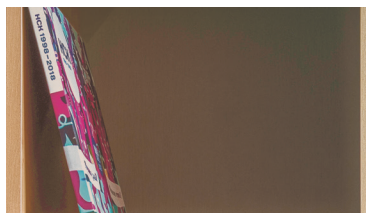


БИБЛИО СФЕРА

ISSN 1815-3186

Научный журнал

ДИСКУССИИ



МИР
БИБЛИОТЕК



НАУКА
В ЦИФРАХ



КНИЖНАЯ
КУЛЬТУРА



ОБЗОРЫ



Книга в системе медиа.
Трансформация книги
в условиях медийных
революций

5

Анализ скорости
публикации научных
статей с использовани-
ем CRIS-системы SciAct

83

Рынок электронных
книг в Польше.
Увлечения немногих
хороших людей
в нечитающем
обществе

93

2020
№ 1
(60)

БИБЛИОСФЕРА BIBLIOSPHERE

Научный журнал Scientific Journal

№ 1 ■ Январь – март ■ 2020

№1 ■ January – March ■ 2020

Издаётся с января 2005 г. Выходит четыре раза в год

Published since January 2005. Issued four times a year

Главный редактор

О. Л. Лаврик, д-р пед. наук, проф., ГПНТБ СО РАН
(Россия, Новосибирск)

Chief Editor

O. L. Lavrik, Dr, Professor SPSTL SB RAS
(Russia, Novosibirsk)

Редколлегия

И. В. Лизунова, д-р ист. наук, доц., ГПНТБ СО РАН
(Россия, Новосибирск) – зам. гл. редактора
Е. Б. Артемьева, д-р пед. наук, ГПНТБ СО РАН (Россия, Новосибирск)
Л. К. Бобров, д-р техн. наук, проф., НГУЭУ (Россия, Новосибирск)
А. Ю. Бородихин, канд. филол. наук,
ГПНТБ СО РАН (Россия, Новосибирск)
Ц. П. Ванчикова, д-р ист. наук, ИМБТ СО РАН (Россия, Улан-Удэ)
Г. В. Варганова, д-р пед. наук, проф.,
СПбГИК (Россия, Санкт-Петербург)
Н. И. Гендина, д-р пед. наук, проф., КемГИК (Россия, Кемерово)
А. И. Груша, д-р ист. наук, доцент,
ЦНБ НАН Беларуси (Беларусь, Минск)
А. Е. Гуськов, канд. техн. наук, ГПНТБ СО РАН
(Россия, Новосибирск)
М. Я. Дворкина, д-р пед. наук, проф., РГБ (Россия, Москва)
В. А. Есипова, д-р пед. наук, проф., ТГУ (Россия, Томск)
Н. Е. Каленов, д-р техн. наук, проф., Межведомственный
суперкомпьютерный центр РАН (Россия, Москва)
В. К. Ключев, канд. пед. наук, проф., МГИК (Россия, Химки)
М. Н. Колесникова, д-р пед. наук, проф.,
СПбГИК (Россия, Санкт-Петербург)
С. Н. Лютов, д-р ист. наук, проф., ГПНТБ СО РАН
(Россия, Новосибирск)
Ю. П. Мелентьева, член-корреспондент РАО, д-р пед. наук,
профессор, НЦ исследований истории книжной культуры при ИПО
«Изд-во "Наука"» РАН (Россия, Москва)
Е. Ю. Павловска, канд. техн. наук, проф., Ун-т библиотечного
и информационных технологий (Болгария, София)
И. С. Пилко, д-р пед. наук, проф., СПбГИК (Россия, Санкт-Петербург)
А. Л. Посадсков, д-р ист. наук, проф., ГПНТБ СО РАН
(Россия, Новосибирск)
М. А. Рахматуллаев, д-р техн. наук, проф., ТУИТ
(Узбекистан, Ташкент)
Н. С. Редькина, д-р пед. наук, ГПНТБ СО РАН (Россия, Новосибирск)
И. Л. Скипор, канд. пед. наук, КемГИК (Россия, Кемерово)
П. П. Трескова, канд. пед. наук, ЦНБ УрО РАН (Россия, Екатеринбург)
S. Auer, д-р наук, проф., Национальная научно-техническая
б-ка Германии (Германия, Ганновер)
А. Knoll, магистр, Национальная библиотека
Чешской республики (Чехия, Прага)
М. A. Laitinen, спец. по планированию,
Национальная б-ка Финляндии (Финляндия, Хельсинки)
D. Nicholas, проф., Исследовательский центр «CIBER research Ltd.»
(Великобритания, Ньюбери)
N. Singh, PhD, Ун-т сельского хозяйства и технологий
им. Г. Б. Панта (Индия, Пантнагар)
A. M. Tammaro, проф., Пармский ун-т (Италия, Парма)
T. S. Welsh, PhD, проф., Ун-т южного Миссисипи
(Хаттисберг, США)

Ответственный секретарь

Т. А. Калужная, канд. пед. наук,
ГПНТБ СО РАН (Россия, Новосибирск)

Editorial Board

I. V. Lizunova, Dr., SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk) – deputy chief editor
E. B. Artemyeva, Dr., SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
S. Auer, Dr., Professor, TIB Leibniz Information Centre for Science &
Technology (Germany, Hannover)
L. K. Bobrov, Dr., Professor, Novosibirsk State University of Economics and
Management (Russia, Novosibirsk)
A. Yu. Borodikhin, PhD, SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
N. I. Gendina, Dr., Professor, Kemerovo State Institute of Culture
(Russia, Kemerovo)
A. I. Grusha, Dr., Central National Library of the National Academy
of Sciences of Belarus (Belarus, Minsk)
A. E. Guskov, PhD, SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
M. Ya. Dvorkina, Dr., Professor, Russian State Library (Russia, Moscow)
V. A. Esipova, Dr., Tomsk State University (Russia, Tomsk)
N. E. Kalyonov, Dr., Professor, Interdepartmental Supercomputer
Center RAS (Russia, Moscow)
V. K. Klyuev, PhD, Professor, Moscow State Institute of Culture
(Russia, Khimki)
A. Knoll, mgr, National Library of the Czech Republic
(Czech Republic, Prague)
M. N. Kolesnikova, Dr., Professor, St. Petersburg State Institute of Culture
(Russia, St. Petersburg)
M. A. Laitinen, Planning Officer, The National Library of Finland
(Finland, Helsinki)
S. N. Lyutov, Dr., Professor, SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
Yu. P. Melentyeva, Corresponding member of the Russian Academy of
Education, Dr., Professor, Research Center of Studying the book culture history,
Co «Publishing house "Science"» RAS (Russia, Moscow)
D. Nicholas, Professor, Research Center «CIBER research Ltd.»
(Great Britain, Newbury)
E. Yu. Pavlovskaya, PhD, Professor, University of Library Studies and
Information Technologies (Bulgaria, Sofia)
I. S. Pilko, Dr., Professor, St. Petersburg State Institute of Culture
(Russia, St. Petersburg)
A. L. Posadskov, Dr., Professor, SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
M. A. Rakhmatullaev, Dr., Professor, Tashkent University
of Information Technologies (Uzbekistan, Tashkent)
N. S. Redkina, Dr., SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)
N. Singh, PhD, Pant University of Agriculture and Technology (India, Pantnagar)
I. L. Skipor, PhD, Kemerovo State Institute of the Culture (Russia, Kemerovo)
A. M. Tammaro, Professor, University of Parma (Italy, Parma)
P. P. Treskova, PhD, Central Scientific Library of the Ural Branch of the
Russian Academy of Sciences (Russia, Ekaterinburg)
Ts. P. Vanchikova, Dr., Institute of Mongolian Buddhist and Tibetan Studies of
SB RAS (Russia, Ulan-Ude)
G. V. Varganova, Dr., Professor, Saint-Petersburg Institute of Culture and Arts
(Russia, St. Petersburg)
T. S. Welsh, MLIS, PhD, Professor, The University of Southern
Mississippi (Hattiesburg, USA)

Executive Secretary

T. A. Kalyuzhnaya, PhD,
SPSTL SB RAS (Russia, Novosibirsk)

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-78244
от 27 марта 2020 г.

выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

© Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук
(ГПНТБ СО РАН), 2020
Подписной индекс по каталогу «Пресса России» E81521

БИБЛИОСФЕРА

Научный журнал

Номер 1, 2020

BIBLIOSPHERE

Scientific journal

Number 1, 2020

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

От редактора

Книга, библиотека и медиа в ретроспективе
и современной проблематике

И. В. Лизунова

3

EDITOR'S COLUMN

From the editor

The book, library and media in retrospective
and modern problems

I. V. Lizunova

ДИСКУССИИ

Научная статья

Книга в системе медиа

М. Г. Вохрышева

5

DISCUSSIONS

Article

Book in the media system

M. G. Vokhrysheva

Научная статья

Трансформация книги
в условиях медийных революций

И. В. Лизунова, С. В. Павленко

12

Article

The Book Transformations in the Context
of Media Revolutions

I. V. Lizunova, S. V. Pavlenko

КНИЖНАЯ КУЛЬТУРА

Научная статья

Книги-дорожники типографии Высоцких

Н. П. Дворцова

25

BOOK CULTURE

Article

Itinerary books (itineraria) of the Vysotskys'
printing house

N. P. Dvortsova

Научная статья

Издательства и издающие организации Сибири
и Дальнего Востока как популяризаторы
историко-культурного наследия региона

И. С. Трояк

32

Article

Publishing houses and publishing organizations
in Siberia and the Far East as popularizers of the
historical and cultural heritage of the region

I. S. Troyak

Научная статья

Книжные паблики в «Инстаграме»

Т. Д. Рубанова

39

Article

Book public pages in Instagram

T. D. Rubanova

Научная статья

Использование медиа старшим поколением
сахалинских репатриантов в Японии

С. Л. Сакума

46

Article

Communication and media usage of the older
generation of Sakhalin repatriates in Japan

S. L. Sakuma,

Научная статья

Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал –
новые форматы медиапространства

В. Ю. Баль

56

Article

Audiobook, audio podcast, audio series –
modern formats of the media space

V. Yu. Bal

МИР БИБЛИОТЕК		WORLD OF LIBRARIES	
<i>Научная статья</i>		<i>Article</i>	
Формирование коллекции русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа в 1832–1850 гг.		Creating the collection of Russian books in the Library of the Warsaw Educational District in 1832–1850	
З. Ольчак	65	Z. Olczak	
<i>Научная статья</i>		<i>Article</i>	
Современная библиотека – организатор чтения в мультимедийном пространстве		Modern library and reading in multimedia environment	
В. Я. Аскарова	73	V. Ya. Askarova	
НАУКА В ЦИФРАХ		SCIENCE IN FIGURES	
<i>Научная статья</i>		<i>Article</i>	
Анализ скорости публикации научных статей с использованием CRIS-системы SciAct		Analysis of scholarly articles' publication speed with SciAct CRIS-system	
Б. Л. Альперин, И. В. Зибарева, А. А. Ведягин	83	B. L. Alperin, I. V. Zibareva, A. A. Vedyagin	
ОБЗОРЫ		REVIEWS	
<i>Обзорная статья</i>		<i>Review</i>	
Рынок электронных книг в Польше. Увлечения немногих хороших людей в нечитающем обществе		E-books market in Poland. A few good men's passion in a non-reading society	
Б. Хмелевска	93	B. Chmielewska	
<i>Обзорная статья</i>		<i>Review</i>	
Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия		Literary blogs and podcasts as formats of book media events	
Г. М. Агеева	102	G. M. Ageeva	
ОБМЕН ОПЫТОМ		EXCHANGE OF EXPERIENCE	
<i>Обзорная статья</i>		<i>Review</i>	
Информационная культура и медиаграмотность в структуре культурно-образовательной деятельности библиотеки		Information culture and media literacy in the structure of the library cultural and educational activities	
Т. Б. Кавалерчик	109	T. B. Kavalarchik	
ИНФОРМАЦИЯ		INFORMATION	
<i>Информация</i>		<i>Information</i>	
III Международный библиографический конгресс	24, 108	3rd International Bibliographic Congress	
Международная научно-практическая конференция «Наука, технологии и информация в библиотеках (LIBWAY-2020)»	121	International Scientific-Practical Conference «Science, Technology and Information in Libraries (LIBWAY-2020)»	



КНИГА, БИБЛИОТЕКА И МЕДИА В РЕТРОСПЕКТИВЕ И СОВРЕМЕННОЙ ПРОБЛЕМАТИКЕ

THE BOOK, LIBRARY AND MEDIA IN RETROSPECTIVE AND MODERN PROBLEMS

Дорогие друзья! Могли ли мы представить 15 лет назад, когда вышел в свет первый номер журнала «Библиосфера», что скорости медийно-технологических процессов лавинообразно возрастут, а коммуникационные потоки окажутся глобальными, практически безграничными? К 2020 г. к интернету подключилось почти 60% населения земли, 47% – зарегистрировалось в социальных сетях. Большая часть жителей планеты – 67% – владеет мобильными устройствами; количество времени, затрачиваемое на медиапотребление, продолжает увеличиваться.

Медиа как многоаспектный феномен, имеющий сложную и противоречивую природу, сопровождает человечество на протяжении всей истории. Медиа прошли сложный путь эволюции, постоянно совершенствуясь, развиваясь технологически, социально и культурно расширяя свое влияние на жизнь социума

в целом и на каждого индивида в отдельности. В основе человеческой цивилизации лежит устная, живая речь. Но в ходе медийных революций в безраздельное господство речевых медиа вторглось письменное слово, возможности которого ограничивались среди прочего и материалом, на котором оно было начертано. Самыми благодатными носителями текстов стали папирус и бумага, приблизившие смену медийных приоритетов и лидерство письменных коммуникаций. В ходе книгопечатной революции произошла, пожалуй, самая внушительная смена ментальных ориентиров: с речевых медиа на письменные, и наступила эпоха безраздельной власти Её Величества книги! Сегодня мы переживаем очередную трансформацию медийной природы книги, связанную с появлением новых характеристик, совершенно не свойственных книге ранее: гипертекстовости, многоформатности,

мультимедийности, глобальности, мобильности, оперативности, изменчивости. В настоящее время модифицируется издательская практика, видоизменяется книжная дистрибуция, расширяются читательские возможности и приоритеты. Стремительно формируются новые компетенции производителей контента и его потребителей. Миллионы талантов, известных и непризнанных поэтов и писателей, популярных и новоявленных блогеров взрывают медиасферу, вбрасывая в виртуальное пространство оригинальные произведения, путевые заметки, размышления, фото- и видеопосты. Новые феноменальные возможности воспроизводства, репродуцирования, фиксации книги, ее доступность во времени и пространстве, любые форматы (традиционный, цифровой, аудио), наряду со стихийным тиражированием и распространением книжного контента, активизацией сетевого пиратства, игнорированием авторского права, свидетельствуют о трудностях, с которыми сталкивается книга в начале XXI в. Эти проблемы волнуют многих ученых и активизируют исследования коммуникационных возможностей книги в современной расширяющейся медиасреде при обостряющейся конкуренции, борьбе различных типов и моделей медиа за свободное время потребителей; потенциала и перспектив развития электронного текста; назначения библиотеки в условиях глубочайшей трансформации письменной культуры.

Поэтому юбилейный 60-й номер «Библиосферы» мы решили посвятить вопросам многообразия проявления книги как медиа во всех ее аспектах и моделях. Избыточность и насыщенность медиапотребления, многоканальность и непредсказуемость медиасреды, скорость технологических прорывов и изменений современных медиа, к числу которых мы относим традиционные институты книги и библиотеки, требуют от нас такой же быстрой, адекватной, своевременной и точной оценки происходящих перемен. Именно это демонстрируют наши уважаемые авторы, предлагая множество определений и характеристик, необходимых для понимания медиа, представляя медийную природу книги и библиотеки в ретроспективе и в современной проблематике.

В заключение приносим благодарность за деятельное участие и помощь в подготовке выпуска А. Р. Абдулхаковой, Е. Б. Артемьевой, А. Ю. Бородихину, Г. М. Вихревой, А. И. Груше, А. Е. Гуськову, Н. П. Дворцовой, Н. И. Каленову, О. Н. Катионову, Г. М. Кормишиной, Е. В. Косолаповой, Д. В. Косякову, О. Л. Лаврик, Е. М. Лбовой, О. В. Макеевой, Л. К. Островскому, С. С. Пайчадзе, А. М. Панченко, Г. Б. Паршуковой, Н. И. Подкорытовой, А. Л. Посадскову, В. А. Прошину, Н. С. Редькиной, Т. Д. Рубановой, Е. Н. Савенко, Ю. В. Тимофеевой, В. В. Рыковой, И. С. Трояк, О. П. Федотовой.



С уважением,
выпускающий редактор номера,
заместитель главного редактора журнала «Библиосфера»

Ирина Владимировна Лизунова

КНИГА В СИСТЕМЕ МЕДИА

М. Г. Вохрышева

Самарский государственный институт культуры, Самара, Россия;
e-mail: mgvohr@mail.ru



**Вохрышева
Маргарита
Георгиевна,**
доктор
педагогических наук,
профессор кафедры
документоведения
и библиографоведения
СГИК

ORCID: [0000-0001-5110-1782](https://orcid.org/0000-0001-5110-1782)

e-mail: mgvohr@mail.ru

Аннотация. Функционирование книги в современном обществе, обозначаемом исследователями не только как информационное, но и как медийное, существенно изменилось. Книга и медиа рассматриваются как уникальные явления культуры, сущность которых отражена в понятиях, нагруженных глубокими смыслами. Цель работы – раскрыть место книги в медийном пространстве. В статье поставлен ряд задач: 1) на основе отечественных и зарубежных словарей и энциклопедий современности показать разницу в подходах к определениям и раскрыть содержание понятий «книга» и «медиа»; 2) продемонстрировать специфику вхождения книги в современную медийную сферу как на уровне ее превращения в новые формы существования в электронной среде, так и на уровне ее существования в качестве самостоятельной единицы в виде печатной книги; 3) установить возможные методологические подходы к исследованию проблемы и предложить методологию трансдисциплинарности в качестве основной. Используются методы теоретического анализа и обобщения, терминологического анализа, трансдисциплинарный подход. Термин «медиа» описывает всю сферу деятельности («медиа-сфера»), в центре которой находятся средства информации и коммуникации, социальные институты, связанные с производством контента и доведением его до общественности. Книга входит в эту сферу, трансформируя свою форму в новую электронную и получая выгоды от разнообразия электронных ресурсов, виртуальности, нового языка и коммуникативных форматов. Печатная книга, обладающая множеством ценных свойств, в первую очередь способностью влиять на структуры внутреннего когнитивного и психологического восприятия при чтении, сталкивается со значительными трудностями при ее публикации и распространении. Таким образом, методологически важно рассматривать книгу в любой форме ее существования как значительный элемент современной медиасистемы. Перспективно использовать междисциплинарный подход к исследованию книги, когда она изучается не поаспектно с позиции той или иной отдельной дисциплины, а как целостный объект, с использованием всех приобретенных знаний.

Ключевые слова: книга, медиа, медиасредства, коммуникация, трансдисциплинарное исследование

Для цитирования: Вохрышева М. Г. Книга в системе медиа // Библиосфера. 2020. № 1. С. 5–11. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-5-11.

BOOK IN THE MEDIA SYSTEM

Margarita G. Vokhrysheva

Samara State Institute of Culture, Samara, Russia;
e-mail: mgvohr@mail.ru

Vokhrysheva Margarita Georgievna,
Doctor of Pedagogical Sciences,
Professor, Professor of the
Department of Documentation and
Bibliography, Samara State Institute
of Culture;
ORCID: [0000-0001-5110-1782](https://orcid.org/0000-0001-5110-1782)
e-mail: mgvohr@mail.ru

Abstract. Book functioning in the modern society, called by the researchers not only as an information but also a media one, has changed. Book and media are considered as unique phenomena the essence of which being reflected in sense-filled notions. The aim of the article is to reveal the place of book in the media space. Its tasks are: 1) on the base of modern home and foreign dictionaries and encyclopedias to show the difference in approaches to definitions and expose the content of the concepts “book” and “media”; 2) to demonstrate the specifics of the book entering into contemporary media sphere both on the level of its transformation into new existence forms in the electronic environment and on the level of its being as an independent unit in the form of a printed book; 3) to establish the possible methodological approaches to the investigation of the problem and suggest the methodology of transdisciplinarity as the basic one. Methods used are: theoretical analysis and generalization, terminological analysis, transdisciplinary approach. The term “media” describes the whole sphere of activity (“media sphere”) in the centre of which are means of information and communication, social institutes, dealing with the content production and delivering it to the public. The book is included into this sphere transforming its form into a new electronic one and getting benefits through the variability of electronic resources, virtuality, a new language and communicative formats. A printed book with its great number of valuable properties, first of all ability to influence inner cognitive and psychological perception structures while reading faces significant difficulties in its publishing and dissemination; it’s transferred into the second row of information policy and mass cognition. Thus, it’s methodologically important to consider book in any form as a significant element in the modern media sphere. It’s promising to use the transdisciplinary approach to book research when it is studied not by aspects from the viewpoint of this or that discipline but as a whole using all acquired knowledge.

Keywords: book, media, media means, communication, a transdisciplinary research

Citation: Vokhrysheva M. G. Book in the media system. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 5–11. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-5-11.

Received 14.01.2020
Revised 10.02.2020
Accepted 12.02.2020

Введение

Современное общество по-разному обозначается исследователями и общественными деятелями: «постиндустриальное», «информационное», «общество знания». Но все чаще оно определяется как общество «медийное», «медиаинформационное», «медиакоммуникационное», связанное с феноменом массовых коммуникаций – медиа. Человек XXI в. живет не только в информационном, но и в медиатизированном пространстве, которое составляет его новую среду обитания, реальность современной культуры. Библиотеки, библиография, книжное дело выработали и накопили большой опыт создания, сохранения, переработки и распространения информации. В последние десятилетия они развиваются под мощным влиянием новых информационно-коммуникационных технологий. Серьезные

изменения произошли в книжном мире. Книга приобрела дополнительный способ существования, который может стать основным, – в электронной форме. В связи с этим возникает необходимость в понимании того, какое место занимает книга в новой медийной среде. Важно уточнение содержания различных понятий, и прежде всего понятия «книга», в соотношении с понятием «медиа», что имеет значение как теоретическое, так и практическое: для формирования научного знания и его применения в образовательной среде, а также в контексте реального функционирования книги в обществе.

Книга и медиа: сущность понятий

Базовые понятия отвечают представлениям о тех смыслах, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают

содержание опыта и знания. Они формируются в процессе построения информации об объектах и их свойствах, тем самым позволяют разнообразие наблюдаемых явлений свести к чему-то единому, на основе чего разворачиваются концептуальные построения. По утверждению известного французского социолога и культуролога А. Моля, определения понятий не являются абсолютными, точными на все времена. Они возникают нередко как результат конвенциональных решений профессионального сообщества, представляют собой примеры «ситуационных осмыслений» определяемого слова (Моль, 2008, с. 35–36).

Подходы к определению понятия «книга» достаточно разнообразны и в значительной степени обусловлены изменениями в технологии изготовления и распространения книжной продукции. Обращаясь к словарям, содержащим, на наш взгляд, наиболее устоявшиеся и нередко конвенционально выработанные дефиниции, можно обнаружить две основные позиции, отражающие принципы выявления специфики феномена. Они связаны либо с формальным фактором, либо с полиаспектным раскрытием сущности книги со стороны формы и содержания. Первая позиция подтверждается определением, предложенным в «Международной энциклопедии по информатике и библиотековедению», где «книга есть средство фиксирования информации в форме письма или изображений, как правило, составленных из большого числа страниц, выполненных на папирусе, пергаменте, коже или бумаге, переплетенных вместе и объединенных обложкой» (International..., 2003, p. 41).

Близкое по смыслу определение дается в энциклопедии «Британика»: «Книга – это написанное или напечатанное произведение или ряд произведений, занимающих несколько листов бумаги или другого материала, которые скреплены вместе и составляют материальное целое»¹.

В словаре Макмиллана дается более краткое, но учитывающее современные реалии определение, в котором книга представлена как письменное произведение, опубликованное в печатной форме в виде страниц с обложкой либо в электронной форме².

Вторая позиция, связанная со стремлением многоаспектного раскрытия сущности книги, представлена в отечественной энциклопедии «Книга», где книга определяется как «важнейшая исторически сложившаяся форма закрепления и передачи во времени и пространстве многообразной информации в виде текстового и (или) иллюстрационного материала» (Книга, 1999, с. 299).

В дополнение к этому она представлена в разных ракурсах: семиотическом (как знаковая система), коммуникологическом (как форма распространения семантической информации), форматно-статистическом (как произведение печати в форме кодекса объемом свыше трех печатных листов) и др. Любое краткое определение не может включить в себя многообразие смыслов, которое заключено в понятии. Отсюда возникает необходимость методологии контекстов, использованной авторами определения в энциклопедии «Книга». Указанными аспектами не ограничивается контекстуальное окружение понятия. В частности, необходимо отражение культурологического аспекта, поскольку книга – это не только материальная, но и духовная ценность, которая образуется благодаря содержанию и оформлению как произведения культуры. При культурологическом подходе книга предстает как артефакт культуры, отражающий ценности общества определенного исторического периода. В связи с этим не представляется случайным интерес ученых к проблеме книжной культуры, исследование которой привело к формированию одного из важных направлений в развитии современного книговедения.

Кроме того, современное определение книги должно, на наш взгляд, синтезировать ключевые моменты, отраженные в имеющихся определениях, и дополнить элементами, связанными с включением ее в современную медийную систему. Для того чтобы понять место книги в новой реальности, необходимо рассмотреть содержание понятия «медиа». Понятие «медиа» (от лат. media, medium) появилось в значении «посредника» впервые в английском языке в XVI в. В современном смысле употребляется с середины XIX в., когда получили развитие технические средства передачи сообщения. Для обозначения общего процесса передачи сообщения используется понятие «коммуникации» (лат. kommunikare – «делать общим»). С начала XX в. возникает понятие «массмедиа» (mass-media), под которым стали понимать печатные и электронные средства массовой информации (СМИ) (Шарков, 2013). В настоящее время все большее распространение получают понятия «средства массовой коммуникации» и «медиакоммуникации», которые включают в себя и те средства, которые обозначаются как средства массовой информации (Вартанова, 2018). Они соотносятся с признанными во всем мире терминами «media» («медиа») и «mass-media», соотносятся с «медиа» как часть и целое и являются объектом изучения коммуникологии, журналистики.

Медиасредства разделяют на «старые», традиционные (книгопечатание, пресса, радио, звукозапись, кинематограф, телевидение), и современные, или «новые» (видео, мобильные

¹ Book. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/search?query=Book> (accessed 25.12.2019).

² (2009) Book. Macmillan Dictionary/ Free English Dictionary and Thesaurus On Line. URL: http://www.macmillandictionary/british/book_1 (accessed 25.12.2019).

телефоны, CD, DVD, компьютер, интернет и др.) (Новые медиа..., 2016). Эволюция возможностей электронной коммуникации выглядит так: от электронных копий к электронным версиям; от электронных версий к самостоятельным интернет-изданиям; следующий этап – блоги, «Живой журнал», социальные сети, «Твиттер» (Рогалева, 2015). Состав медиасредств постоянно расширяется, и уже входит в употребление термин «новейшие медиа».

В определениях медиа выделяются два подхода: интегративный и узкофункциональный – информационно-коммуникационный. Первый охватывает средства коммуникации, содержание сообщений (контент), процессы взаимодействия человека с информацией в медиaprостранстве. Во втором случае медиа определяются как средства коммуникации и информации.

Предельно широкое понимание медиа демонстрируют философы. В. В. Савчук в статье «Философия эпохи новых медиа» включает в предметное поле медиафилософии такое явление, как «медиареальность»: средства массовой информации, средства связи и коммуникации, цифровые и экранные технологии; язык, система знаков, символов, понятий; сообщения, печатный текст, вербальный язык. Медиареальность рассматривается как «новая всеобщность», «новое качественное образование, порожденное медиа» (Савчук, 2012). С широких общегуманитарных позиций подходит к осмыслению медиа И. В. Жилавская (Жилавская, 2016). Столь широкому подходу соответствуют понятия «медиа-система», «медиафера».

Авторитетный в среде исследователей медиа канадский ученый М. Маклюэн в своей работе «Понимание медиа» выделял следующие их виды: устное слово, письменное слово, дороги и маршруты, числа, одежда, жилище, деньги, часы, печать, пресса, фотография, рекламные объявления, игры, телеграф, пишущая машинка, телефон, фонограф, кино, радио, телевидение, оружие, автомобиль, автоматизация (Маклюэн, 2014, с. 463–464).

Наиболее развернутое определение медиа представил Е. В. Колесников, отразив в нем разные составляющие: средства медиа, функции, взаимодействие субъектов, социальные институты и содержание информации (Колесников, 2017). Информационно-коммуникационное представление о медиа как посреднике в передаче информационных сообщений присутствует в новейшем отечественном словаре, где медиа определяется как «средство коммуникации, в том числе массмедиа» (Шагалова, 2011).

В некоторых зарубежных источниках термин соотносится с компьютерными технологиями и средствами массовой коммуникации, включающими печатные медиа и издательства,

новостные медиа, фотографии, кинематограф, радио, телевидение, рекламу (Liester et al., 2009, p. 9). В Business dictionary медиа определяются как средство коммуникации, используемое для хранения и доставки информации и данных³.

В ряде источников дается указание на материальный носитель информации. Так, «Словарь новых медиа, нового цифрового мира» (Monaco, 1999, p. 159) и «Словарь медиа и коммуникаций» (Chandler, 2011, p. 261, 270–271) определяют медиа как «агенты или каналы обмена, передачи и распространения информации» (первый аспект), а также как «физические формы их выражения – бумага, аудиокассета, магнитный или оптический диск» (второй аспект).

Некоторое разнообразие в определение вносится в словаре Мерриам Уэбстер: «Медиа – это канал, система коммуникации, информации или развлечения»⁴.

Во всех определениях коммуникация и информация представляются в неразрывной связи: средство массовой коммуникации всегда является и средством массовой информации, поскольку способно передавать массовую информацию, а средство массовой информации всегда является средством массовой коммуникации, так как обязательно предполагает коммуникацию. Существует также употребление термина «медиа» в понимании «социальный институт» (редакция журнала, телевизионного канала, радио и т. д.) (Головлева, 2009).

Таким образом, медиа в широком понимании термина – это культурная универсалия, относящаяся к целостному информационно-коммуникационному пространству, несущая в себе комплекс смыслов. Приведенные определения медиа и книги позволяют утверждать, что книга со всем ее смысловым многообразием правомерно относится к системе медиа, занимая в ней вполне определенную и значимую нишу. Современное определение книги дополняется указанием на ее функционирование в медийной среде и культуре: книга – это явление культуры, средство коммуникации и распространения информации в печатной и электронной формах.

Проблема взаимосвязи книги и медиа в нашей стране имеет свою историю. Она видоизменяется по мере того, как в систему коммуникации включаются новые средства. Радио успешно использовалось для популяризации книги, в частности, посредством художественного чтения и инсценировок художественных произведений. Телевидение благодаря

³ Media. Business dictionary. URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/media.html> (accessed 04.01.2020).

⁴ Medium. Merriam-Webster Dictionary – online-version. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/medium> (accessed 17.08.2019).

изобразительному ряду стало привлекательным способом досуга, в связи с чем появились опасения по поводу будущего книги, чтения, театра, кино. Как видим, все эти институты выстояли, заняв каждый определенное место в пространстве культуры и структуре досуга людей. Библиотеки в 60-е гг. XX в. активно включились в подготовку и проведение книжных передач на телевидении. Известен опыт Алтайской краевой, Бурятской республиканской, Горьковской, Куйбышевской, Оренбургской, Псковской, Смоленской, Челябинской, Ярославской областных библиотек. Автор статьи также принимал участие в этой работе и имел возможность убедиться в том, насколько новое средство информации – оперативное, зрелищное, способное привлечь большую аудиторию заинтересованных в чтении зрителей – эффективно по сравнению с библиографическими пособиями, которые рассматривались в 60–70-х гг. XX в. в качестве основного звена рекомендательной библиографии, призванной популяризировать книгу. Все эти передачи представляли собой обзоры литературы. Неплохо было бы увеличить распространение подобных форм в новых условиях, тем более что обстоятельно разработанная методология создания систематических обзоров (Лаврик и др., 2019).

Развитие так называемых новых медиа, особенно интернета, предложило новые вызовы книге. Но книга адаптировалась к новой ситуации. Она стала не только печатной, но и электронной, кроме того, – звучащей, что значительно расширяет возможности доступа к ней. Электронная книга закономерно стала объектом книговедения. Наиболее развернутый сравнительный анализ печатной (бумажной) и электронной книги представил К. Н. Костюк. Подробно рассмотрев технологию создания и функционирования электронной книги, он предсказывает ей победу в будущем благодаря массовости, общедоступности, дешевизне. Рассуждая о судьбе библиотеки в контексте ее связи с книгой, он рассматривает как желательную версию сохранения «медийного плюрализма» в библиотечном развитии, но допускает постепенное исчезновение бумажной книги в цифровую эпоху (Костюк, 2015, с. 341).

На наш взгляд, такой пессимистический прогноз не является фатальным. Основания для оптимизма связаны с рядом обстоятельств. Печатная книга имеет свои достоинства, которые не могут быть замещены каким-то иным средством коммуникации. Среди них – возможность долговременного сохранения информации. Книга «работает» на время и поэтому представляет собой стратегический информационный продукт. Книга – надежный способ сохранения культурного наследия. Кроме того, мир печатной

продукции должен сохраниться потому, что он представляет собой более человеческий способ извлечения и переживания информации в процессе чтения. Этот фактор может серьезно повлиять на предпочтения потребителя. Электронная среда «дематериализует» книгу, лишает ее «вещности», ценности как явления культуры в целостном единстве содержания и формы.

К сожалению, тиражи печатной продукции падают, книгоиздание переживает серьезные трудности (Сухоруков, 2018). Но если рассматривать печатные средства коммуникации как полноправное звено целостной медиасистемы, то можно ожидать количественных колебаний в соотношении печатной и электронной книги, изменения их статуса и роли на разных этапах развития общества. В любом случае важно достижение равноправного существования разных средств коммуникации, чтобы, функционируя в едином медийном пространстве, они усиливали преимущества друг друга и взаимно компенсировали недостатки. Для этого институты производства и распространения книги, библиотеки и система образования призваны вести более активную работу по продвижению книги, используя все имеющиеся средства коммуникации, влияя на изменение управленческой политики относительно книги и чтения, на развитие новых технологий, удешевляющих печатную продукцию.

Возможности трансдисциплинарного исследования проблемы

Современная наука добавляет в систему монодисциплинарных проблем новый тип – трансдисциплинарные проблемы, изучение которых представляется перспективным с использованием знаний разных научных дисциплин, без акцентирования их границ. Они обладают широким контекстом с точки зрения их исследования, мотивируют применение трансдисциплинарно ориентированной методологии. К их числу правомерно относится и проблема «книга в системе медиа».

Трансдисциплинарный подход в исследовании – это примета науки нового времени (Трансдисциплинарность..., 2015). Он зиждется на философии и методологии единого центра, создания научного пространства без стабильных границ между дисциплинами (Мокий, 2017). Трансдисциплинарный подход перспективен также для изучения научных проблем библиотековедения, библиографоведения и книговедения (Вохрышева, 2018). Он интегрирует различные приемы исследования, обеспечивает единство знания, формирует новое интеллектуальное пространство. При таком подходе возникает новый объект исследования, изучаемый не аспекто-

логически, с позиции той или иной научной дисциплины в отдельности, а как нечто целостное, с привлечением всего имеющегося знания.

Специалисты книговедения осознают необходимость комплексного осмысления ведущих проблем. Необходимость выхода за пределы фрагментарных, аспектологических представлений неоднократно отмечалась В. И. Васильевым (Васильев, 2009). В. В. Добровольский считает полезным расширение диапазона книговедческих исследований, проведения комплексных исследований с использованием широкого спектра методов самых различных наук (Книга..., 2014, с. 454).

На первом этапе трансдисциплинарного исследования осуществляется декомпозиция проблемы, то есть вычленение из нее элементов, которые могут быть изучены с привлечением знания из других областей науки. На втором этапе реализуется контекстуализация проблемы с обозначением направлений исследования. Следующая процедура – синтез контекстуальных знаний и формулирование интегративных методов трансдисциплинарного исследования.

Декомпозиция проблемы «книга в системе медиа» может быть осуществлена по следующим направлениям: специфическая область деятельности человека, связанная с производством, хранением и распространением книги; книга и современные медиасредства; система социальных институтов, обеспечивающих функционирование книги; содержание сообщаемой информации; взаимодействие человека с книгой в современном медийном пространстве.

Множественность контекстов понятий «книга» и «медиа» означает, что сформулированная в интегративном ключе проблема в целостном виде может быть изучена лишь с дополнительным привлечением знаний целого ряда других наук: философии, истории, коммунологии, журналистики, педагогики, психологии, этики, теории менеджмента, маркетинга и др. Содержательные взаимосвязи науки о медиа с другими научными областями привели к формированию целого ряда новых научных дисциплин и направлений: медиалогия, медиаэкология, медиапедагогика, медиаобразование, медиафилософия, медиакультурология, – в рамках которых реализуется аспектологический анализ медиа как общественного феномена. Не исключено, что в будущем сформируется и медиакниговедение. Если учесть уже имеющиеся знания, достигнутые научными дисциплинами, традиционно осваивающими систему производства и распространения книги и чтения, то нетрудно представить, что интеграция знания из разных научных областей в процессе исследования

книги позволит выйти на новую ступень взаимодействия наук и появления нового результата в виде теоретических систем и реализуемых практик.

Заключение

Рассмотрение дефиниций понятия «книга» показывает, что они соответствуют представлениям о медиа как средствах коммуникации и информации, но в современных условиях целесообразно акцентировать культурологический аспект, связанный с пониманием книги как культурной ценности, самостоятельного явления культуры.

Термином «медиа» в широком его понимании очерчивается целостная сфера деятельности («медиафера»), в центре которой средства коммуникации и информации, социальные институты, связанные с созданием содержания (контента) и донесением его до потребителей. Книга включается в эту сферу, преобразовываясь в новые формы существования в электронной среде и получая определенные преимущества за счет электронных ресурсов, виртуальности, нового языка и многообразия средств коммуникации. Вместе с тем печатная (бумажная) книга, обладая определенными ценными свойствами, способностью влиять на глубинные когнитивные и психологические структуры восприятия ее человеком в процессе чтения, испытывает серьезные трудности издания и распространения, в определенной степени оттесняется во второй ряд информационной политики и массового сознания. В связи с этим методологически важным является рассмотрение книги в любой форме ее существования как одного из важных звеньев современной медиасистемы. Актуальной становится проблема гармонизации взаимоотношений различных социальных институтов в медийном пространстве, включающем книгу, сохранения в нем печатного сегмента.

Существует потребность в формировании нового теоретического осмысления книги с учетом современной реальности, что будет способствовать устранению рассогласованности между развивающимся рынком труда, научными и образовательными сообществами, поможет выстроить новые подходы к содержанию учебных программ по информационно-коммуникационным наукам, в том числе по книговедению. При этом несомненна перспективность трансдисциплинарного подхода к изучению книги.

Список источников / References

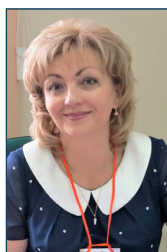
- Вартанова Е. Л. Меняющаяся российская медиасреда: теоретические подходы // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Язык и литература. 2018. Т. 15, № 2. С. 186–196 ; Vartanova EL (2018) Changing Russian media environment: theoretical approaches. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya. Yazyk i literatura*, 15(2): 186-196. (In Russ.).
- Васильев В. И. О «рамках» книговедческой науки в современных условиях и развитии новых научных направлений // Наука о книге: традиции и инновации. Москва, 2009. С. 232–235 ; Vasil'ev VI (2009) On the frames of bibliology in modern conditions and development of new scientific trends. *Nauka o knige: traditsii i innovatsii*. Moscow, pp. 232-235. (In Russ.).
- Вохрышева М. Г. Трансдисциплинарность в библиотековедении, библиографоведении и книговедении. Самара : СГИК, 2018. 150 с. ; Vohrysheva MG (2018) *Transdisciplinarity in librarianship, bibliography and bibliology* [Transdisciplinarnost' v bibliotekovedenii, bibliografovedenii i knigovedenii: monografiya]. Samara, SGIK. (In Russ.).
- Головлева Е. Л. Массовые коммуникации и медиопланирование : учеб. пособие. Москва : Акад. проект; Деловая кн., 2009. 352 с. ; Golovleva EL (2009) *Mass communication and media planning: manual* [Massovye kommunikatsii i medioplanirovanie: uchebnoe posobie]. Moscow, Akad. projekt, Delovaya kniga. (In Russ.).
- Жилавская И. В. Классификация медиа. Проблемы, понятия, критерии // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2016. Т. 2, № 4. С. 1–8 ; Zhilavskaya IV (2016) Media classification. Problems, notions, criteria. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishcheva*, 4(2): 1-8. (In Russ.).
- Книга : энциклопедия. Москва : Большая Рос. энциклопедия. 1999. 800 с. ; (1999) *Book: encyclopedia* [Kniga: entsiklopediya]. Moscow, Bol'shaya Ros. entsikl. (In Russ.).
- Книга в информационном обществе. Ч. 1. Москва : Наука, 2014. 561 с. ; (2014) *Book in the information society* [Kniga v informacionnom obshchestve]. Pt. 1. Moscow, Nauka. (In Russ.).
- Колесников Е. В. Понятие «медиа»: критический анализ // Молодой ученый. 2017. № 18. С. 292–296 ; Kolesnikov EV (2017) The concept “media”: critical analysis. *Molodoi uchenyi*, 18: 292-296. (In Russ.).
- Костюк К. Н. Книга в новой медийной среде. Москва : Директ-Медиа, 2015. 432 с. ; Kostyuk KN (2015) *Book in new media environment* [Kniga v novoi mediinoi srede]. Moscow, Direkt-Media. (In Russ.).
- Лаврик О. Л., Калужная Т. А., Плешакова М. А. Систематический обзор как вид обзорно-аналитических продуктов // Библиосфера. 2019. № 2. С. 33–51 ; Lavrik OL, Kalyuzhnaya TA and Pleshakova MA (2019) A systematic review as a type of review-analytical products. *Bibliosfera*, 2: 33-51. (In Russ.).
- Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека. Москва : Кучково поле, 2014. 464 с. ; Maklyuen GM (2014) *Understanding media: human extensions* [Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka]. Moscow, Kuchkovo pole. (In Russ.).
- Мокий В. С. Методология трансдисциплинарности-4. Нальчик : АНОИТ, 2017. 112 с. ; Mokii VS (2017) *The methodology of transdisciplinarity-4* [Metodologiya transdisciplinarnosti-4]. Nal'chik, ANOIT. (In Russ.).
- Моль А. Социодинамика культуры. Москва : ЛКИ, 2008. 416 с. ; Mol' A (2008) *Culture sociodynamics* [Sotsiodinamika kul'tury]. Moskva, LKI. (In Russ.).
- Новые медиа: социальная теория и методология исследований: словарь-справочник / отв. ред. О. В. Сергеева, О. В. Терещенко. Санкт-Петербург : Алетейя, 2016. 264 с. ; Sergeeva OV and Tereshchenko OV (eds.) (2016) *New media: social theory and research methodology: guide-dictionary* [Novye media: sotsial'naya teoriya i metodologiya issledovaniy: slovar'-spravochnik]. Saint Petersburg, Aleteiya. (In Russ.).
- Рогалева О. С., Шкайдерова Т. В. Новые медиа: эволюция понятия. (Аналитический обзор) // Вестник Омского университета. 2015. № 1. С. 222–225 ; Rogaleva OS and Shkaiderova TV (2015) New media: the concept evolution. (Analytical review). *Vestnik Omskogo universiteta*, 1: 222-225. (In Russ.).
- Савчук В. В. Философия эпохи новых медиа // Вопросы философии. 2012. № 10. С. 33–42 ; Savchuk VV (2012) New media epoch philosophy. *Voprosy filosofii*, 10: 33-42. (In Russ.).
- Сухоруков К. М. Российский книжный рынок: современное состояние // Библиография и книговедение. 2018. № 3. С. 19–39 ; Sukhorukov KM (2018) Russian book market: modern state. *Bibliografiya i knigovedenie*, 3: 19-39. (In Russ.).
- Трансдисциплинарность в философии и науке: подходы, проблемы, перспективы / под ред. В. Бажанова, Р. В. Шольца. Москва : Навигатор, 2015. 564 с. ; Bazhanov V and Shol'ts RV (eds.) (2015) *Transdisciplinarity in philosophy and science: approaches, problems, perspectives* [Transdisciplinarnost' v filosofii i nauke: podkhody, problemy, perspektivy]. Moscow, Navigator. (In Russ.).
- Шагалова Е. Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века. Около 1500 слов. Москва : АСТ: Астрель, 2011. 413 с. ; Shagalova E. N. (2011) *The newest XXI century dictionary of the Russian language. About 1500 words* [Samyi noveishii tolkovyi slovar' russkogo yazyka XXI veka. Okolo 1500 slov] Moskva: AST: Astrel'. URL: <https://info.wikireading.ru/71053> (дата обращения = accessed 25.12.2019). (In Russ.).
- Шарков Ф. И. Коммуникология : энцикл. словарь-справ. Москва : Дашков и Ко, 2013. 768 с. ; Sharkov FI (2013) *Communicology: encyclopedic dictionary-reference book* [Kommunikologiya: entsiklopedicheskii slovar'-spravochnik]. Moscow, Dashkov i Ko. (In Russ.).
- Chandler D and Munday R (2011) *A dictionary of media and communication*. Oxford, Oxford Univ. Press. 480 p.
- Feather J and Sturges P (eds.) (2003) *International encyclopedia of information and library science*. London, New York, Routledge. 688 p.
- Liester M, Dovey J, Giddings S, Grant I and Kelly K (2009) *New media: a critical introduction*. London, New York, Routledge. 463 p.
- Monaco J (1999) *The dictionary of new media – the new digital world: video, audio, print: film, television, DVD, home theatre, satellite, digital photography, wireless, super CD, internet*. New York, Harbor Electron. Publ. 282 p.

ТРАНСФОРМАЦИЯ КНИГИ В УСЛОВИЯХ МЕДИЙНЫХ РЕВОЛЮЦИЙ

И. В. Лизунова¹, С. В. Павленко²

¹ Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук, Новосибирск, Россия;
e-mail: 2004liv@ngs.ru

² Центр по работе с пожилыми людьми, Эдмонтон, Канада



Лизунова Ирина Владимировна,
доктор исторических наук, доцент,
заведующий лабораторией
книговедения ГПНТБ
СО РАН

ORCID: [0000-0001-7761-9459](https://orcid.org/0000-0001-7761-9459)

e-mail: 2004liv@ngs.ru



Павленко Светлана Вениаминовна,
кандидат философских наук, исполнительный директор Центра по работе с пожилыми людьми

ORCID: [0000-0002-6542-0562](https://orcid.org/0000-0002-6542-0562)

e-mail: pavlenkosv@yahoo.com

Аннотация. Статья посвящена изучению трансформации книги как одного из старейших и наиболее влиятельных типов медиа в историческом контексте медиареволюций. Характеризуются основные атрибуты медиа, подчеркиваются общие черты книги и других медиа. Рассматривается эволюция и смена речевых, письменных и электронных носителей информации. Анализируются исторические условия и современные тенденции видоизменения книги в аудио и электронном форматах, декларируется влияние этих изменений на классические взаимоотношения между всеми участниками процесса производства и потребления книг.

Масштабные перемены природы книги происходили в условиях четырех медийных революций. Сегодня трансформируются мировой и отечественный книжный рынок, формируются его новые сегменты, проявляются новые возможности и коммуникационные свойства книги как медиа.

Рассматриваются процессы медиатизации, которые изменяют ментальные ориентиры современников и формируют умения и навыки, необходимые для эффективного участия в коммуникационном процессе. Взаимовлияние и видоизменение канала и самого сообщения ведут к модификации восприятия текстов. Эти процессы требуют развития новых медийных компетенций у авторов, книжников, читателей, пользователей и меняют коммуникационные возможности и приоритеты медиапотребителей.

Подчеркивается необходимость создания и применения трансдисциплинарного медиалогического подхода к изучению книги и книжного дела в пространственно-временном контексте.

Ключевые слова: книга, медиа, коммуникация, медиасреда, медийная революция, книжная культура, трансмедиа, цифровизация, электронный книжный рынок

Для цитирования: Лизунова И. В., Павленко С. В. Трансформация книги в условиях медийных революций // Библиосфера. 2020. № 1. С. 12–23. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-12-23.

THE BOOK TRANSFORMATIONS IN THE CONTEXT OF MEDIA REVOLUTIONS

Irina V. Lizunova¹, Svetlana V. Pavlenko²

¹ State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Novosibirsk, Russia;

e-mail: 2004liv@ngs.ru

² Jewish Senior Citizen's Centre: Edmonton, Alberta, Canada

Lizunova Irina Vladimirovna,
doctor of historical sciences,
associate professor, head
of Laboratory of Bibliology
SPSTL SB RAS;

ORCID: [0000-0001-7761-9459](https://orcid.org/0000-0001-7761-9459)

e-mail: 2004liv@ngs.ru

Pavlenko Svetlana Veniaminovna,
candidate of philosophical sciences,
Director of JDIC Seniors' Centre;

ORCID: [0000-0002-6542-0562](https://orcid.org/0000-0002-6542-0562)

e-mail: pavlenkosv@yahoo.com

Abstract. The article is devoted to the analysis of book transformation as one of the oldest and the most influential types of media in the historical context of media revolutions. It characterizes the main attributes of media, underlining common features of the book and other types of media.

The article explores the evolution and specific changes of oral, written and electronic information carriers and other types of media in the context of time and space. It analyses historical conditions and the modern tendency to reproduce a book in audio and electronic formats. The article also claims that such transformations make a significant impact on the classical relationship between all participants and stakeholders in book creation, production, distribution and usage.

The authors emphasize the importance and further impact of large-scale changes in the nature of book in the context of media revolutions. The history of humankind has undergone four media revolutions. At present one can observe transforming the world and domestic book markets: new market segments are being formed and continue to develop. The most important trend is the transformation of the book as medium and the appearance of its new features and communication opportunities.

The article considers the processes of mediatization that transform mental landmarks of contemporaries, and form new skills and techniques that are essential in modern communication. Mutual influence and modification of information channels and message itself, lead to the modification the perception of texts. All these processes require the development of new media authors', text creators', publishers', editors', readers/users', media consumers' competences, and ultimately change communication abilities and the priorities of all media consumers.

The authors underline the necessity to create and use a new transdisciplinary mediological approach to book research and its industry in space-time context.

Keywords: book, media, communication, media environment, media revolution, book culture, transmedia, digitalization, electronic book market

Citation: Lizunova I. V., Pavlenko S. V. The Book Transformations in the Context of Media Revolutions. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 12–23. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-12-23.

Received 01.03.2020

Revised 01.04.2020

Accepted 07.04.2020

Введение

Различные типы, исторические модели, сферы применения, технологические вариации медиа сопровождают человечество на всех этапах цивилизационного развития. Медиа – это «средства связи и передачи информации – от самых древних (языки жестов, дымы, барабанов, наскальных рисунков и др.) до наисовременнейших, образующих глобальные информационные супермагистрали» (Землянова, 2004, с. 200), от рукописных текстов до социальных сетей. Медиа включают в себя широкий круг явлений и процессов, они многочисленны и многомерны. По мнению английских исследователей А. Бриггз и П. Кобли, за этим понятием

«стоит сложная и разнообразная совокупность структур и видов деятельности, каждая со своим собственным способом коммуникации, своей экономикой, своими границами и своей аудиторией» (Медиа..., 2005, с. 14).

Территория медиа или медийное поле в последние годы неуклонно расширяется. Это связано с лавинообразным распространением информационных технологий для осуществления коммуникаций между людьми, с более интенсивным, чем когда-либо внедрением медиа в социальные процессы, с изменением под их воздействием качества жизни. Современный период развития цивилизации, с подачи М. Маклюэна часто сравниваемый с «глобальной деревней» (Маклюэн, 2005), имеет свои

определенные уникальные характеристики. Одна из них – продолжающаяся *медиа́тизация* общества. Действительно, мир сегодня не просто опосредован медиа, мир сегодня медиатизирован, а по убеждению Ю. Хабермаса, «полностью колонизирован массмедиа» (Habermas, 1984, p. 117). В зарубежной научной литературе существуют четкие различия между дефинициями *медиа́ция* и *медиа́тизация*. Первая означает посредничество, обмен информацией, процесс коммуникации, вторая подразумевает более высокий уровень социальных преобразований, возникающих вследствие коммуникаций на разных этапах жизнедеятельности общества (Couldry, Hepp, 2017, p. 27). Процесс *медиа́ции* был присущ социуму всегда. *Медиа́* являются информационным каналом общества к самому себе. По меткому определению известного немецкого социолога Н. Лумана, «общество – это коммуникация» (Луман, 2005, с. 123). В настоящий момент человечество переживает следующую ступень развития, связанную с *медиа́тизацией* – процессом, когда медиа перестают быть просто посредниками и превращаются в некую среду, «в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды» (Кириллова, 2005, с. 21), а преобразования всех социальных практик тесным образом зависят от коммуникационных потоков и инфраструктур в масштабах от местных до глобальных. Все эти трансформации неизбежно отражаются и на «концепте книги в окружающем нас информационном обществе» (Эльяшевич, 2018, с. 73).

В связи с этим актуальна идея французского историка культуры Р. Шартье: «Книги, рукописные или печатные (а ныне электронные), своей физической формой определяют возможную апроприацию дискурсов. Дискурсы всегда материальны: они записаны на страницах книги, их произносит чей-то голос, их можно услышать со сцены; и каждая из этих форм подчиняется собственным правилам и ограничениям. <...> Процессы производства, распространения и чтения текстов неодинаковы в эпоху свитка, кодекса и компьютерного экрана. Порядок книг – это не надысторический инвариант» (Шартье, 2006, с. 17).

Сегодня невозможно игнорировать тот факт, что книга как медиа «значительных социальных масштабов, культурно значимой и информационно емкой коммуникации» (Костюк, 2015, с. 31) претерпевает серьезные изменения. Причем кардинальные трансформации медиа письменного сообщения, его физической природы всегда приходились на медийные революции. Каким образом менялись сущностные характеристики книги в ходе медиареволюций? Как это отражалось на модификации процессов производства и потреблении текста, моделировании/

создании новых каналов коммуникаций? С какими вызовами *медиа́ тысячелетий* – книга – сталкивается сегодня в условиях новой цифровой медиареволюции?

Феномен медиа: проблема осмысления

Теории медиа исторически зародились еще в середине XX в. В изучении феномена медиа можно говорить о нескольких основополагающих междисциплинарных подходах: социологическом, философском, историческом, культурологическом, лингвистическом. Использование различных методов, разработка собственных концепций, обобщение исторических фактов позволили ученым (Ф. Барбье, Р. Барт, У. Бернстайн, Н. Болц, П. Бурдьё, Э. Буринг, Р. Дебрэ, Я. Занден, Г. Иннис, Г. Лассуэлл, Н. Луман, М. Маклюэн, Ю. Хабермас, Р. Шартье, У. Эко) выйти на понимание специфики функционирования медиа, и в том числе особенностей бытования книги во времени и пространстве. Несмотря на многочисленные медиаисследования, открытие центров, департаментов и факультетов по изучению медиа и коммуникаций в престижных университетах, говорить о создании единой теоретической базы науки о медиа пока еще не приходится в силу разных причин: различия методов изучения, отсутствия общего инструментария. Поэтому вполне объясним наблюдаемый сегодня всплеск интереса к наследию М. Маклюэна. Канадские исследователи, обращаясь к архивам родоначальника Торонтской школы коммуникаций, заново переосмысливают предложенные им концепции, ищут в его трудах и «замечках на полях» подсказки для применения трансдисциплинарных методов в современных исследованиях, пытаются найти золотую середину в подходах точных и гуманитарных наук к феномену медиа, обоснования важных для современного социума характеристик и явлений, объяснения медиа́тизации общества, возможных последствий при переходе к цифровым видам фиксации текста (McEwen, 2019).

Открытый доступ к личной библиотеке, подаренной М. Маклюэном Центру культуры и технологии (The Centre for Culture and Technology), созданному им же при Университете Торонто в 1963 г., позволил увидеть, что работа с текстами, комментарии на полях для него самого были особой формой медиапрактики. Архив дает возможность переосмысления концепций «человека печатающего», «галактики Гутенберга», «галактики Маркони», понимания роли в этих процессах печатных и электронных медиа, вдохновляет исследователей на выдвижение новых концепций (Young, 2019).

Отечественные ученые, соглашаясь с утверждением М. Маклюэна, что жизнь социума

детерминирована медиа, изучают различные стороны и аспекты их деятельности, пытаются понять их природу, функции и назначение в современном мире, выявить в этой связи характеристики книги как медиа.

При этом книговедческий подход к изучению книги как медиа в российской науке лишь только начинает формироваться. Одним из первых к медийной природе книги в ее исторической динамике обратился директор издательства «Директ-Медиа» К. Н. Костюк, издатель, практик, ученый, автор монографии «Книга в новой медийной среде». Рассматривая медийную природу книги в ретроспективе, К. Н. Костюк приходит к интересным выводам о ее прошлом и настоящем, делится своими соображениями о развитии рынка электронных книг, перспективах книги в новой медиасреде, уделяет внимание будущему традиционных и электронных библиотек. «Совершенно новаторское для отечественного дискурса исследование», по мнению профессора Д. А. Эльяшевича, представителя Санкт-Петербургской школы книговедения, «...позволяет наконец приступить к изложению позитивной программы развития теоретического раздела науки о книге и нашего видения перспектив ее “жизни после смерти”» (Эльяшевич, 2018, с. 73). В статье «Книговедение: жизнь после смерти» Д. А. Эльяшевич поднимает сегодняшние проблемы существования книговедения (оторванность от мировой исследовательской практики, ошибочность документологического подхода), говорит о необходимости, перспективности и полифоничности медиалогического трактовки книговедения. Медиалогический подход к изучению книги и книжного дела «позволит снять многие проблемы и превратить книговедческое знание в более или менее стройную непротиворечивую систему» (Эльяшевич, 2018, с. 77).

Постепенно и отечественные книговеды приходят к пониманию медийной природы книги. О коммуникационной сущности книги как культурно-исторического явления в свое время писала А. А. Беловицкая (Беловицкая, 1987, с. 167). О книжности как специфическом типе коммуникативной культуры говорит А. В. Соколов (Соколов, 2010). В трактовке А. В. Штолера смена технологических платформ и десакрализация книги превращает ее в средство массовой коммуникации (Штолер, 2011).

Профессор Б. В. Ленский, анализируя современный уровень развития книжного дела в стране, утверждает, что книга по-прежнему остается важнейшим средством коммуникации. В условиях стремительного распространения цифровых технологий, книга больше не конкурирует, а видоизменяясь и конвергируя с другими медиа, обретает новые возможности, становится доступнее читателю (Ленский, 2019).

Осознание того, что традиционную книгу необходимо изучать с позиций медийного подхода, сегодня начинает превалировать в широкой научной среде. Об этом, в частности, пишет О. В. Сергеева, утверждая, что исследование книги как медиа крайне важно, поскольку цифровизация вызвала к жизни экранные тексты и повлияла на специфические характеристики книги (Сергеева, 2011).

Книга как медиа

Интерес к медиа в целом, к особенностям их функционирования и книги как «первородного» медиа, во всем мире сегодня чрезвычайно широк и обусловлен их ролью и влиянием на социальные процессы, коммуникационные практики и потребности людей. При этом само понятие продолжает оставаться дискуссионным, толковаться либо слишком узко, либо, напротив, преподносится достаточно широко. Так, в российской научной традиции сформировался и продолжает вносить некую путаницу известный стереотип, будто медиа – это всего лишь другое название средств массовой информации. В реальности и пресса, и радио, и телевидение являются лишь одними из типов медиа (точнее массмедиа, если следовать отечественной традиции), охватывающих самые разные способы коммуникации (Лизунова, 2018). Книги, газеты, журналы, радио, телевидение сближают общие черты (обращенность к массовой аудитории, доступность большинству людей, корпоративный характер производства и распространения контента, возможность организации свободного времени и борьба за внимание социума) и подтверждают их общую медийную сущность (Лизунова, 2018, с. 201).

Под термином «медиа» подразумевается конкретный носитель информации, канал, который используется для передачи и производств сообщения, контента. Книга является таким каналом, посредством которого транслируются тексты, культурные коды, нарративы и дискурсы. Канадский социолог Д. Холл сравнивал книгу с «диалоговым устройством хранения и прямого доступа к информации в реальном масштабе времени» (Hall, 1979, p. 27). Книга, будучи медиа, меняет свою физическую природу: формат, способы фиксации, воспроизводства и репродуцируемости в зависимости от коммуникационных потребностей, технологических возможностей и пространственно-временных характеристик (хронотопа) социума. Эти характеристики сближают книгу с другими типами медиа: речевыми, письменными, электронными. Изменчивость, текучесть, моделирование медиа, развитие новых компетенций в процессе кодирования, медиации и декодирования текста,

необходимых для кодификации правил и общения (Кирия, Новикова, 2017, с. 28), для создания и потребления книги в историческом хронотопе, последовательно влияют на динамику развития книжного дела в историческом контексте различных социумов. Через призму коммуникационного понимания книжное дело видится медиатором – организатором создания текстов – совокупности культурных кодов/смыслов, выраженных в знаковой форме, их трансляции, конвергенции, тиражирования и потребления целевой аудиторией. Моделирование формата, способов сохранения, тиражирования и распространения книги как медиа неизбежно изменяет и саму коммуникацию, и медиатора коммуникации текстов – книжное дело. «Канал моделирует сообщение, сообщение моделирует канал. Такой взгляд на книгу позволяет рассмотреть в рамках одного широкого подхода не только все ее исторические формы, от наскального рисунка до находящихся под напряжением кристаллов на экране ридера, но и медиаторов – камнетеса, писца, типографа, издателя, веб-мастера, – и приблизиться к пониманию причин их смены и дальнейшей эволюции» (Ельашевич, 2018, с. 76).

Влияние медийных революций на книгу и социум

Поскольку книга является медиа, коммуникационным каналом, изменение физической природы медиа неизбежно влияет на трансформацию книги, на приобретение последней новых, неизведанных ранее возможностей. Процессы медиатизации, цифровизации, глобализации мира, рождение новых и масштабных изменений многочисленных медиа, и в том числе книги, происходят на наших глазах. Подобные кардинальные перемены медийной природы книги в истории человечества уже известны. Они осуществлялись в ходе так называемых *медийных революций*,

то есть качественных скачков в трансформации способов производства, передачи и потребления сообщений, преобразования каналов коммуникации, изменения функционирования медиа.

Первая медиареволюция, как известно, была обусловлена возникновением речи. Устная речь возникла в процессе эволюции коммуникативных форм (из жестов) в доисторический период (в 40–35 тыс. до н. э.) и, по всей видимости, была обусловлена усложнением быта, коллективной жизнедеятельности людей, созданием первых социальных образований (микрогосударств). Речь является конвергентным медиа, так как включает в себя само сообщение (смысл), способы его произнесения (звук, голос), инструменты интерактива (к кому обращена). Речевые медиа первичны, они являются главным носителем языка и основой письменности. Древнегреческие города-полисы стали образцом построения микрогосударств именно на речевой коммуникации, поскольку вся публичная жизнь общества проходила на собраниях, в открытых выступлениях с устной аргументацией. В Древней Греции, а позднее и в Древнем Риме зародилось ораторское искусство, оформилась архитектура публичных пространств для осуществления речевых практик: амфитеатры, залы судов, лекционные аудитории. Речевые медиа сопровождают человечество всю жизнь, устные сообщения составляют основу социальной коммуникации. В целях большего воздействия на аудиторию голос усиливался при помощи глашатаев, а много позже и через акустические системы, микрофоны и т. п. Эволюция речевых медиа продолжилась в XX в. с изобретением новых возможностей передачи речи на расстоянии, а затем и сохранения во времени: телефона, фонографа, граммофона, радио, магнитофона, аудиокниги (табл. 1).

Технические изобретения позволили ликвидировать уязвимость устных медиа, расширить

Таблица 1. Эволюция речевых медиа*

Table 1. Evolution of speech media

Носители звука	Воспроизводство	Репродуцируемость	Фиксация	Доступность во времени	Доступность в пространстве
Устная речь	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
Телефон	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Высокая
Фонограф	Низкое	Высокая	Высокая	Низкая	Высокая
Радио	Высокое	Высокая	Низкая	Низкая	Высокая
Магнитная запись	Высокое	Высокая	Низкая	Высокая	Высокая
Цифровая запись	Высокое	Высокая	Высокая	Высокая	Высокая

* Таблица составлена авторами статьи с использованием данных (Кирия, Новикова, 2017, с. 80).

границы голоса как медиа и ограниченность (краткосрочность) человеческой памяти, повысив их основные свойства: сохраняемость, тиражируемость и доступность во времени и пространстве.

Последнее обстоятельство, но главное, совершенствование коммуникаций, потребности в фиксации слова и передачи его удаленным адресатам, стали предтечей свершения *второй медийной революции – зарождения письменности*. Письменность возникла в IV тыс. до н. э. и долгое время являлась смысловым аналогом речи. Дальнейшее развитие письменных медиа определили (табл. 2): совершенствование систем письменности (от пиктографии, идеографии к алфавитному письму), эволюция носителей (от камня, глиняных табличек и папируса, до пергамента и бумаги), развитие формы и организации книги (от свитка к кодексу) и, наконец, изменение способов воспроизводства (от рукописного к печатному).

Фактически до XV столетия книга оставалась произведением устной культуры. Книжное дело было специфическим и закрытым видом деятельности, а копирование книг являлось трудоемким процессом. Однако со временем именно письменная речь стала доминировать в культуре, увеличилось количество выпускаемых книг. Это подтверждают данные французского историка книги Ф. Барбье, по подсчетам которого количество изготавливаемых в Европе книг за восемь столетий – с VIII по XV – возросло почти в 30 раз (Barbier, 2006, p. 49–53) (рис. 1). На возрастающую динамику производства книг указывают и другие исследования европейских ученых (Buringh, Zanden, 2009, p. 416–417) (рис. 2).

По мнению Г. Инниса, еще одного яркого представителя Торонтской школы коммуникаций, именно письменные медиа способствовали возникновению социальных иерархий,

обусловили формирование общественных и государственных институтов. Письменность сформировала монополию знаний, а книга приобрела роль основополагающего проводника знаний (Innis, 2008, p. 35).

Изобретение книгопечатания в XV в. – третья революция – повлекла за собой колоссальные медийные и социальные преобразования. Это привело к быстрому распространению печатных прессов по Европе, увеличению объемов книгопроизводства и разнообразия печатной продукции. Массовое тиражирование книг повлияло на сохранение знаний, доступность книг населению – на их дальнейшее распространение. Оформился типографский промысел, преобразовались книгопечатные профессии, появился подлинный автор рукописи (не тот, кто диктует текст, и не переписчик) и издатель.

Эволюция книги как медиа прежде всего коснулась ее структуры. Тиражирование потребовало изменения печатной формы, введения практики стандартизации и унификации (разбивки текста на страницы, появления титульного листа, заголовков, иллюстраций). М. Маклюэн утверждал, что именно визуальная организация текста не просто превратила его в самостоятельное произведение, а изменила ментальные практики читателей (Маклюэн, 2005).

Книгоиздание повлекло за собой фундаментальные социальные изменения: духовные (Реформацию) и культурные (эпоха Возрождения, эпоха Просвещения). Оно дало толчок повышению уровня грамотности народов Европы, развитию литературы на национальных языках, становлению науки, формированию национальных государств.

Галактика Гутенберга одержала верх над галактикой устной культуры. В эпоху книгопечатной революции письменные медиа получили приоритет над речевыми. Третья медиареволюция

Таблица 2. Эволюция письменных медиа*

Table 2. Evolution of written media

Носители текста	Воспроизводство	Репродуцируемость	Фиксация	Доступность во времени	Доступность в пространстве
Камень	Низкое	Низкая	Высокая	Высокая	Низкая
Глина	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Воск	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Ткань	Низкое	Низкая	Низкая	Низкая	Низкая
Береста	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Папирус	Низкое	Высокая	Низкая	Низкая	Низкая
Пергамент	Низкое	Низкая	Высокая	Высокая	Низкая
Бумага	Высокое	Высокая	Высокая	Высокая	Высокая

* Таблица составлена авторами статьи.

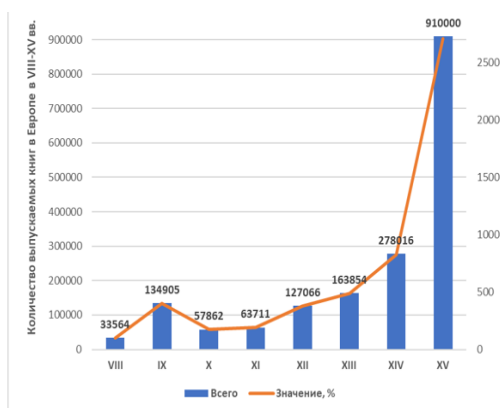


Рис. 1. Количество выпускаемых книг в Европе в VIII–XV вв. (по подсчетам Ф. Барбье)*
Fig. 1. Number of books published in Europe in the 8–15th centuries (according to F. Barbier)

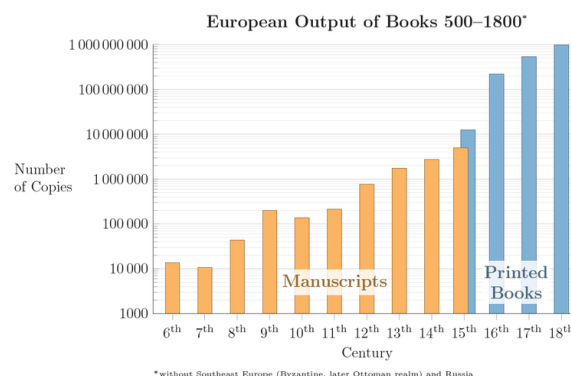


Рис. 2. Количество выпускаемых книг в Европе в VI–XVIII вв. (по подсчетам Э. Буринга и Я. Зандена)**
Fig. 2. Number of books published in Europe in the 6th–18th centuries (according to E. Buring and J. Zanden)

* Под книгой исследователями понимается письменный материал, содержащий более 49 страниц.

** Без данных Юго-Востока Европы (территорий Византии, позднее Османского царства) и Руси.

способствовала лавинообразному росту количества книжной продукции. По подсчетам нидерландских исследователей, репродуцируемость книг с VI по XVIII в. в Европе возросла в 10 000 раз, причем основной всплеск книгопроизводства пришелся на внедрение печатного прессы, механизацию труда книжников (Buringh, Zanden, 2009, с. 416–417) (рис. 2). «Индустриальная эпоха наконец принесла письменному слову полновластие. Ничего не изменив в процессе подготовки сообщения, она, создав технологии удаленного восприятия, радикально расширила возможности его транслирования..., радикально умножила потенциальность смыслов. Первенство письменного абстрактного слова позволило обосновать самооценку и самодостаточность областей, созданных этим словом, сделать их базовой частью современной культуры» (Костюк, 2015, с. 57).

По данным польского исследователя Б. Ивиньского, динамика мирового книгоиздания в XVI–XIX вв. продолжала нарастать, только за четыре столетия, в XVI–XIX вв., выпуск книг в мире увеличился в 30 раз (рис. 3) (Ивиньский, 1968). Эта тенденция сохранилась и в XX в., и традиционный бумажный издательский мир вступил в пору новых медийных потрясений, на путь нового коммуникационного этапа развития цивилизации.

В условиях четвертой медийной революции, свидетелями которой мы являемся, с печатным словом начинают конкурировать электронные медиа. С повсеместным внедрением «цифры» приоритет традиционной печатной книги впервые оспаривается. Инновации XX–XXI вв., связанные с развитием электрических и электронных коммуникаций, прогрессом средств связи, созданием телеграфа, телефона, радио,

телевидения, компьютерных технологий, изобретением машиночитаемой записи текста породили новые технологии создания, хранения, обработки, поиска и передачи сообщений в мировом масштабе. Научно-технический прогресс XX в., механизация и компьютеризация книгопроизводства сказалась на темпах роста книжного выпуска. По подсчетам Б. В. Ленского, к 2000 г. ежегодный мировой выпуск книг и брошюр за пятьдесят прошедших лет увеличился в пять раз, а по сравнению с 1900 – почти в десять раз (Ленский, 2017, с. 34) (рис. 4). Как это ни парадоксально, но цифровизация способствует развитию традиционного книгоиздания. Рост мирового книжного рынка столь значителен, что статистические организации не успевают за его становлением и не располагают реальными цифрами не только существующих в XXI в. издающих организаций (по данным Международной ассоциации издателей, в 2015 г. насчитывалось более 1 млн активных издателей в более чем двухстах странах) (Ленский, 1999, с. 52), но и реально выпускаемых в мире печатных книг и брошюр (в первые годы XXI в. выпуск книг странами лидерами мирового книгоиздания Китаем, США, Великобританией и Германией суммарно превышал 1 млн по наименованиям в год) (Ивиньский, 1968, с. 36). В XXI в. параллельно развиваются тенденции: сохраняющиеся высокие темпы развития традиционного книгопроизводства, появление новых издательств, всплеск альтернативного книгоиздания и самиздата при одновременном бурном расцвете электронного книжного рынка. И хотя говорить о закате галактики Гутенберга еще не приходится, тем не менее можно констатировать не просто рождение, а реальное

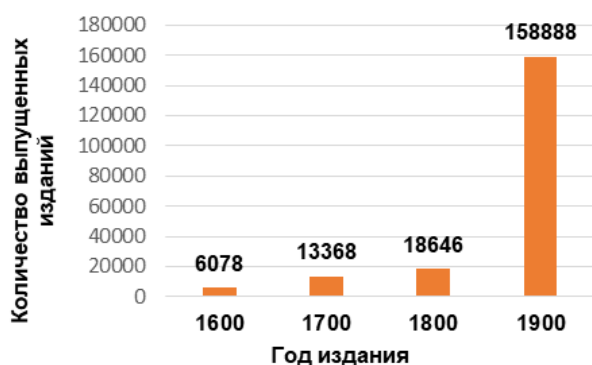


Рис. 3. Количество выпускаемых книг в мире в XVI–XIX вв. (по подсчетам Б. Ивиньского)

Fig. 3. Number of books published in the world in the 16th–19th centuries (according to B. Ivinsky)

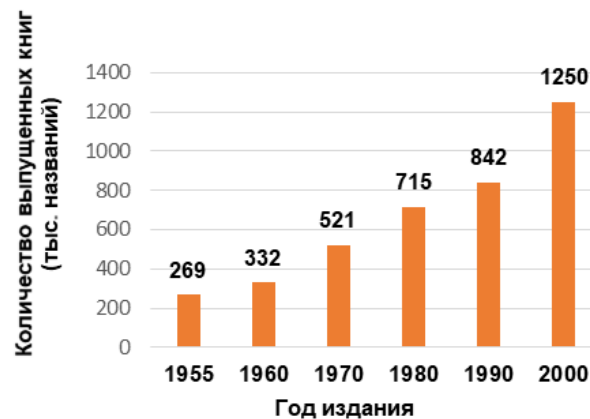


Рис. 4. Количество выпускаемых книг в мире в XX в. (по подсчетам Б. В. Ленского)

Fig. 4. Number of books published in the world in the 20th century (according to B.V. Lensky)

присутствие и мощное влияние на современников нового, изменчивого, многомерного, мультимедийного и трансмедийного цифрового мира. Цифровизация как объективный процесс вытеснения всего аналогового из технологий, культуры, экономики, перехода печатных и аудиовизуальных медиа в онлайн-формат формирует интерактивную и взаимозависимую глобальную медиасферу. Она влияет и на медиапотребителей, формируя у них новые медийные навыки читателя/слушателя/пользователя/юзера/геймера/блогера, погружая в виртуальные и когнитивные пространства медиасреды. Медиатизация общества меняет ментальные ориентиры современников, формирует новые умения и компетенции.

Цифровая медиареволюция. Трансмедиа – основа электронного книжного рынка

Цифровая трансформация, модификация носителей контента привели к трансформации книги как медиа. Р. Шартье рассуждает об этом: «Если раньше книга, письменный текст, чтение противостояли экрану и изображению, то теперь сложилась новая ситуация: у письменной культуры появился новый носитель, а у книги – новая форма» (Шартье, 2006, с. 230). Значительному влиянию, по его мнению, подвергается и само привычное для нас определение «книги». «Цифровая техника заставляет нас пересмотреть это определение: все тексты становятся подвижными, пластичными, открытыми, а любая письменная продукция – электронная почта, базы данных, интернет-сайты, книги и тому подобное – приобретает почти одинаковую форму» (Шартье, 2009).

Электронные медиа, ориентированные на коммуникации и существующие внутри них, создают сетевые коммуникации. Электронная книга, приобретая свойства цифровых медиа,

значительным образом расширяет свои возможности. Она уже не просто является каналом информационного сообщения, e-книга создает свою коммуникативную сеть между автором, издателем и читателем, в которой возможна замена ролей субъектов коммуникаций, но главное, сам текст уже не является единственным и ценным содержанием сообщения. Электронная книга приобретает новые, неизвестные ей ранее коммуникационные свойства.

По мнению М. Колмана, президента Международной ассоциации издателей (API) и вице-президента издательского дома Elsevier, представление о том, что книга имеет один формат, больше не соответствует реальности (Колман, 2019). В конце второго десятилетия XXI в. реальностью стали различные рынки и различные способы создания, тиражирования, распространения и потребления книжного контента. Цифровая среда расширяет потенциал электронной книги: ее можно слушать, читать с экрана устройства для чтения, компьютера, планшета, мобильного телефона, она полностью меняет издательский мир, формирует новые глобальные тенденции развития.

О разрушении привычных издательских традиций говорит и крупнейший российский издатель О. Новиков: «Платформы, самиздат, подписная модель – для традиционного издательского бизнеса это, с одной стороны, возможность донести контент до читателя, а с другой, и угроза, ведь завтра автор может начать работать напрямую с платформой, отстранив издателей от цепочки создания книги» (Колман, 2019). И хотя объемы потребления бумажных, аудио и электронных книг в последние годы растут, другие виды цифрового контента, конкурирующие с книгами, развиваются более динамично. Это подтверждают данные соцопросов о времяпрепровождении современников.



Рис. 5. Структура медиапотребления россиян в 2008 г., в %

Fig. 5. Structure of media consumption in Russia in 2008, per cent

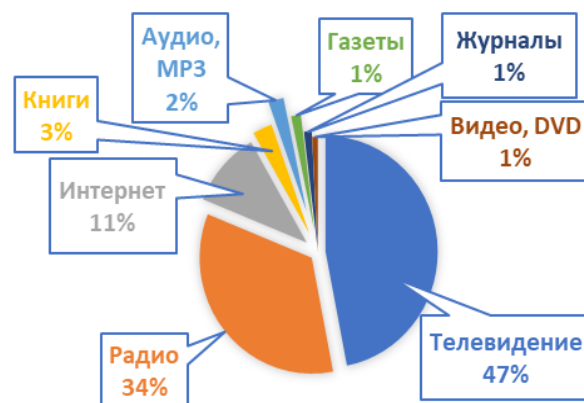


Рис. 6. Структура медиапотребления россиян в 2018 г., в %

Fig. 6. Structure of media consumption in Russia in 2018, per cent

В последнее десятилетие у россиян устойчиво растет потребление телевидения, радио и интернета. Причем благодаря последнему фактору, усиливается конкуренция за свободное время граждан между медиа в электронном пространстве (Книгоиздание..., 2009; Книжный..., 2019) (рис. 5, 6). Наряду с этим растет и доля соотечественников, любящих читать, причем драйвером увеличения количества читателей являются именно электронные книги (Книжный..., 2019).

Положительную динамику в последние годы демонстрирует также и оборот отечественного книжного рынка (Книгоиздание..., 2009) (рис. 7). Но особенно впечатляющим остается рост электронного книгоиздания (35% в 2018 г. по сравнению с 2017 г.), который по самым оптимистичным оценкам экспертов в ближайшие годы только продолжится (Колман, 2019).

И хотя расширение электронного книжного рынка в отдельных странах мира приостановилось, самиздат и аудиокниги остаются драйверами его роста. Несмотря на то что реальных цифр по самиздату не существует, специалисты многих стран уверены, что объем его потребления сопоставим с продажей электронных книг. Так, аналитики американского сайта Author Earnings утверждают, что статистика недооценивает рынок самиздата. По данным Nielsen BookScan, в Великобритании книги независимых авторов составили в 2015 г. 22% от штучных продаж электронных изданий в 2015 г. по сравнению с 16% в 2014 г. (Дела..., 2016).

Но особенно впечатляющим во всем мире остается рост популярности у читателей аудиокниг. Например, в странах Северной Америки наблюдается стабильный рост интереса к аудиокнигам, который объясняется возможностью «чтения без использования глаз», что немало важно для людей старшего возраста и людей с ограниченными физическими возможностями;

простотой прослушивания книг при вождении автомобиля, более низкой стоимостью по сравнению с печатными изданиями. The New York Times печатает еженедельные рецензии на книги с 1896 г., а с марта 2018 г. начала публиковать воскресную рецензию на наиболее продаваемые аудиокниги. Редактор The New York Times Book Review, П. Поул объясняет эту тенденцию ростом спроса на аудиокниги и необходимостью обеспечения читателей газеты проверенной информацией о новинках книжного рынка в целом (Ha, Cohen, 2018). Интересной тенденцией в североамериканском книгопроизводстве становится желание многих успешно издаваемых авторов выпускать свои новые книги только в аудиоформате, минуя печатный и электронный формат.

Основываясь на статистических данных Ассоциации американских издателей, можно наблюдать тенденцию, которая демонстрирует, что с 2013 по 2018 г. продажа электронных книг снизилась, печатных книг осталась на том же уровне, а аудиокниг утроилась (Alter, 2018).

Мировой книжный рынок продолжает модифицироваться. Согласно данным информационно-консалтингового агентства We are social, 58,7% жителей планеты (4,57 млрд человек) к 2020 г. были подключены к интернету¹; мобильными устройствами пользовалась больше половины населения земли – 66,77% (5,17 млрд человек)²; в соцсетях было зарегистрировано более 47% (3,66 млрд человек)³. Издательский продукт все глубже интегрируется

¹ World Internet users and 2020 population stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> (accessed 03.03.2020).

² Доклад о состоянии цифровых технологий в мире в 2019 году URL: <https://hootsuite.com/pages/digital-in-2019> (дата обращения: 03.03.2020).

³ Сколько смартфонов в мире? URL: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world> (дата обращения: 03.03.2020).

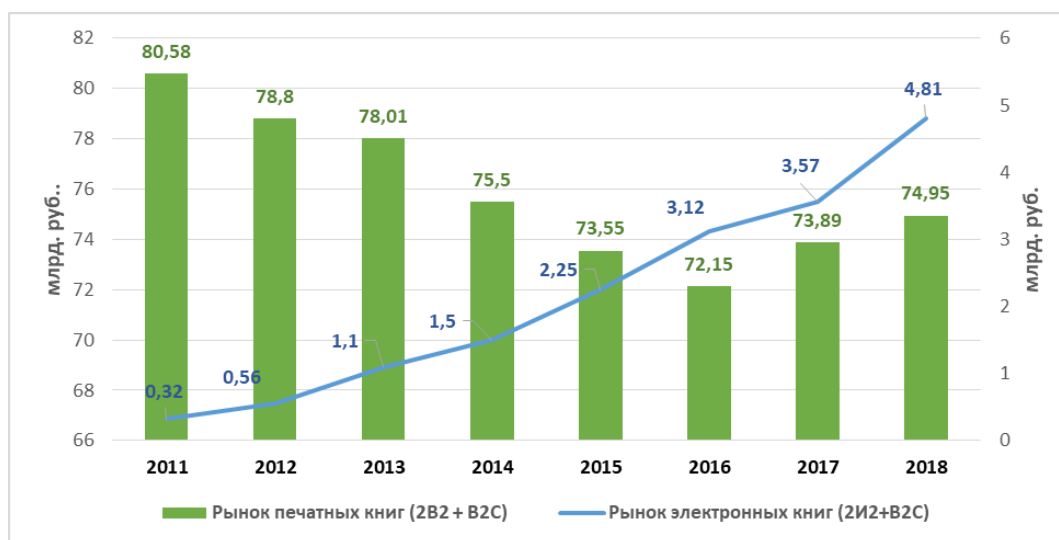


Рис. 7. Динамика рынка традиционных и электронных книг в России в 2011–2018 гг.

Fig. 7. Dynamics of the traditional book and e-book market in Russia in 2011–2018

с социальными медиа, в крупнейших мировых социальных сетях возникают издательские, читательские сообщества (Лизунова, 2016). Вызовы цифрового века заставляют издателей меняться, осваивать новые технологии и информационные каналы, осваивать разнообразные коммуникации с читателями по предпочитаемым ими каналам связи (соцсети, мессенджеры, интернет-ресурсы о книгах, аудио- и видеоподкасты).

Сегодня достаточно большое количество западных исследователей говорит о том, что будущее книг, в том числе и электронных, лежит в плоскости трансмедиа, через их превращение в некую комбинированную систему с элементами телевидения (видеовставки), интерактивными картинками и играми (Baekdal, 2011). Вводимое ими понятие *трансмедиа* предполагает использование различных медиа для продвижения определенного контента и вовлечения широкой аудитории, которая при воспроизводстве лишь одного медиа не будет охвачена. Основным критерием успешного формирования *трансмедиа* считается экономический результат (прибыль) (Jenkins, 2006).

Примеров применения трансмедиа в современной коммуникации можно найти достаточно много. Например, корпорация Marvel Entertainment LLC, владеющая авторскими правами на брэнд «Человек-паук», издает дополнительные выпуски к классическому комиксу с оттенком романтизма для привлечения женской аудитории («Мэри Джейн любит Человека-паука»); книги-раскраски и игрушки для привлечения детской аудитории; художественные фильмы, телевизионные шоу и компьютерные игры для привлечения более широкой аудитории. Помимо этого, компания использует данный брэнд в музыкальной сфере и в рекламных целях для продвижения продовольственных

и хозяйственных товаров по всему миру (Freeman, Gambarato, 2019).

По мнению О. Новикова, сегодня в руках издателя сосредоточены удивительные возможности, позволяющие, проанализировав поведение читателей того или иного стиля жизни, с большой точностью предсказать, какие книги придется им по вкусу и предложить им эти книги. «Современный книжный бизнес уникален тем, что можно с точностью определить емкость той или иной ниши и в кратчайшие сроки пройти этап от проекта до запуска, отработав по самому широкому спектру потребностей читателя» (Новиков и др., 2020). Этот потенциал работы с читателями появился у современных издателей благодаря новым цифровым технологиям. Вопрос теперь в том, как, имея огромный арсенал средств общения и влияния на медиапотребителей, издатели смогут им распорядиться. Ведь не так важно, в каком формате предстанет перед нами книга, как насколько ценны ее содержание и способность соответствовать запросам времени, читательским интересам современников.

Выводы

Книга, являясь одной из старейших форм медиа, в ходе медийных революций трансформировалась сама, модифицировала социум и пространство вокруг. Сегодня мы наблюдаем одну из самых кардинальных медиареволюций в истории человечества. Четвертая революция не сопоставима с предыдущими по скорости распространения и влияния на трансформацию книги: видоизменяются форматы книги, формируются новые уникальные сегменты книжного рынка, расширяются и усложняются практики медиапотребления, возникают и развиваются новые медийные компетенции у всех

участников кодирования, медиации и раскодирования текстов. В цифровое пространство уходит не только сама книга, но и коммуникационная среда, существующая вокруг книги, формируется ее новая инфраструктура.

Глобальные изменения в способах создания, производства, фиксации и репродуцирования книг, появление электронных текстов неизбежно влекут за собой фундаментальные культурные и социальные последствия. Происходящая медийная революция трансформирует наши умения и навыки, связанные с письменной культурой и культурой коммуникации в целом.

Переворот в системе восприятия текстов (цифрового контента) и работы с ними (смещение роли автора-издателя-читателя), требует и формирует новые, совершенно иные компетенции, на наших глазах рождает новую конвергентную, трансмедийную культуру, трансформирует

свойства и возможности книги в цифровом медиaprостранстве.

Будущее традиционной и электронной книги сегодня невозможно предугадать: возникает много новых вопросов, требующих дальнейшего изучения, например, перейдет ли традиционный формат книги в плоскость трансмедиа или возникнет принципиально новая структура медиапотребления; как изменится взаимодействие автора и издателя при бурном росте платформ для электронных и аудиокниг в виртуальном пространстве; сумеет ли спрогнозировать книжный рынок грядущие тенденции в сферах медиапроизводства и медиапотребления? В очередной раз книга находится в эпицентре медийной революции, последствия которой будут масштабными как для нее самой, ее инфраструктуры, коммуникационной среды, так и для всего социума, и для каждого медиапотребителя.

Список источников / References

- Беловицкая А. А. Общее книговедение : учебное пособие. Москва : Книга, 1987. 256 с. ; Belovitskaya AA (1987) *General bibliography: a manual* [Obshchee knigovedenie: ucheb. posobie]. Moscow: Kniga. (In Russ.).
- Дела на рынке: глобальный рынок электронных книг 2014–2015 // Книжная индустрия. 2016 ; (2016) Situation in the market: global market for electronic books 2014–2015. *Knizhnaya industriya*. URL: <https://www.bookind.ru/categories/abroad/3975/> (дата обращения = accessed 20.06.2016). (In Russ.).
- Землянова Л. М. Коммуникативистика и средства информации : англо-русский толковый словарь концепций и терминов. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 2004. 416 с. ; Zemlyanova LM (2004) *Communication science and media: English-Russian explanatory dictionary of concepts and terms* [Kommunikativistika i sredstva informatsii: anglo-russkii tolkovyi slovar' kontseptsii i terminov]. Moscow: Moscow Univ. Publ. (In Russ.).
- Ивинский Б. Из доклада польского библиографа Болеслава Ивинского на Международном библиографическом конгрессе в 1910 г. в Брюсселе // Книга. Исследования и материалы. Москва, 1968. Сб. 16. С. 86–87 ; Ivin'skii B (1968) From the report of the Polish bibliographer Boleslav Ivinsky at the International Bibliographic Congress in 1910 in Brussels. *Kniga. Issledovanie i materialy*, 16: 86–87. (In Russ.).
- Кириллова Н. Б. Медиакultura: от модерна к постмодерну. Москва : Акад. проект, 2005. 448 с. ; Kirillova NB (2005) *Media culture: from modern to postmodern* [Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu]. Moscow: Acad. project. (In Russ.).
- Кирия И. В., Новикова А. А. История и теория медиа. Москва : ВШЭ, 2017. 423 с. ; Kiriya IV and Novikova AA (2017) *History and theory of media* [Istoriya i teoriya media]. Moscow: VShE. (In Russ.).

- Книгоиздание в России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой аналитический доклад. Москва, 2009. 119 с. ; (2009) *Book publishing in Russia. Status, trends and development prospects. Industry analytical report* [Knigoizdaniye v Rossii. Sostoyaniye, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrasleyoy analiticheskiy doklad]. Moscow. (In Russ.).
- Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой отчет. Москва, 2019. 89 с. ; (2019) *Book market of Russia. Status, trends and development prospects. Industry report* [Knizhnyi rynek Rossii. Sostoyanie, tendentsii i perspektivy razvitiya. Otrasleyoy otchet]. Moscow. (In Russ.).
- Колман М. Книжная индустрия и вызовы цифровой эпохи // Книжная индустрия. 2019 ; Kolman M (2019) *Book industry and the digital age challenges. Knizhnaya industriya*. URL: <https://www.bookind.ru/events/8405/> (дата обращения = accessed 13.04.2019). (In Russ.).
- Костюк К. Книга в новой медийной среде. Москва : Директ-Медиа, 2015. 432 с. ; Kostyuk K (2015) *Book in a new media environment* [Kniga v novoi mediinoi srede]. Moscow: Direct Media. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Книга и книжное дело в XXI веке: первые 15 лет // Книга: Сибирь-Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. Новосибирск, 2017. Т. 1. С. 31–38 ; Lenskii BV (2017) *Book and book business in the XXI century: the first 15 years. Kniga: Sibir' – Evraziya : tr. I Mezhdunar. nauch. kongr. Novosibirsk*, vol. 1, pp. 31–38. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Книжная культура и культура книги: диалектика слова и жеста // Современные проблемы книжной культуры: основные тенденции и перспективы развития. Минск ; Москва, 2019. С. 80–86 ; Lensky BV (2019) *Book culture and culture of book: the dialectics of words and gestures. Sovremennye problemy knizhnoi kul'tury: osnovnye tendentsii i perspektivy razvitiya*. Minsk ; Moskva, pp. 80–86. (In Russ.).
- Ленский Б. В. Россия в мировом книгоиздании // Книга. Исследования и материалы. Москва, 1999.

- Сб. 77. С. 40–59 ; Lenskii BV (1999) Russia in the world book publishing. *Kniga. Issledovanie i materialy*, 77: 40–59. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Книга как медиа: эволюция в цифровую эпоху // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 112–115 ; Lizunova IV (2018) Book as a media: evolution in the digital age. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 217: 112–115. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Социальные медиа как интерактивная цифровая среда популяризации книги и чтения // Книга: Сибирь-Евразия : тр. I Междунар. науч. конгр. . Новосибирск, 2016. Т. 3. С. 92–108 ; Lizunova IV (2016) Social media as an interactive digital environment for popularizing books and reading. *Kniga: Sibir'-Evraziya: tr. I Mezhdunar. nauch. kongr. Novosibirsk*, vol. 3, pp. 92–108. (In Russ.).
- Луман Н. Реальность массмедиа. Москва : Праксис, 2005. 256 с. ; Luman N (2005) *The reality of mass media* [Real'nost' massmedia]. Moscow: Praxis. (In Russ.).
- Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление целовека печатающего. Москва : Акад. проект, 2005. 496 с. ; McLuhan M (2005) *The Gutenberg galaxy. Forming a man typing* [Galaktika Gutenberga. Stanovlenie cheloveka pechatayushchego]. Moscow: Acad. project. (In Russ.).
- Медиа. Введение : учеб. пособие / ред.: А. Бриггз, П. Кобли. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 505 с. ; Briggs A and Cobley P (eds) (2005) *Media. Introduction: a manual* [Media. Vvedenie: ucheb. posobie]. Moscow: UNITY-DANA. (In Russ.).
- Новиков О., Дуда В., Дымов В., Анурьев С. Что происходит с книжным рынком // ReadRate. 2020 ; Novikov O, Duda V, Dymov V, Anur'ev S (2020) What happens to the book market. *ReadRate*. URL: <https://readrate.com/rus/news/chto-proiskhodit-s-knizhnym-rynkom> (дата обращения = accessed 10.10.2019). (In Russ.).
- Сергеева О. В. Книги как медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия. 7. Философия. 2011. № 1. С. 68–74 ; Sergeeva OV (2011) Books as media. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya. 7. Filosofiya*, 1: 68–74. (In Russ.).
- Соколов А. В. Книжность. Интернет. Интеллигентность // Библиотекосведение. 2010. № 3. С. 21–27 ; Sokolov AV (2010) Bookness. The Internet. Intelligence. *Bibliotekovedenie*, 3: 21–27. (In Russ.).
- Шартье Р. Письменная культура и общество. Москва : Нов. изд-во 2006. 272 с. ; Shart'e R (2006) *Written culture and society* [Pis'mennaya kul'tura i obshchestvo]. Moscow: Nov. izd-vo. (In Russ.).
- Шартье Р. Читатель в постоянно меняющемся мире // Иностранная литература. 2009. № 7 ; Shart'e R (2009) A reader in an ever-changing world. *Inostrannaya literatura*, 7. URL: <https://magazines.gorky.media/inostran/2009/7/chitatel-v-postoyanno-menyayushhemsya-mire.html> (дата обращения = accessed 13.04.2019). (In Russ.).
- Штолер А. В. Технологические аспекты эволюции книжной культуры // Труды ГПНТБ СО РАН. 2011. Вып. 2. С. 64–70 ; Shtoler AV (2011) Technological aspects of the evolution of book culture. *Trudy GPNTB SO RAN*, 2: 64–70. (In Russ.).
- Эльяшевич Д. А. Книговедение: жизнь после смерти // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 55–81 ; Elyashevich DA (2018) Bibliology: life after death. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 217: 55–81. (In Russ.).
- Alter A (2018) Want to read Michael Lewis's next work? You'll be able to listen to it first. *The New York Times*. URL: <https://www.nytimes.com/2018/06/02/books/audible-michael-lewis-audiobooks.html> (accessed 20.06.2018).
- Baekdal T (2011) Why books are still a powerful media? *Baekdal Plus*. URL: <https://www.baekdal.com/trends/why-books-are-still-a-powerful-media> (accessed 21.02. 2020).
- Barbier F (2006) *Histoires du livre*. Paris: Armand Collin. 433 p.
- Buringh E and Zanden J (2009) Charting the «Rise of the West»: manuscripts and printed books in Europe, a long-term perspective from the sixth through eighteenth centuries. *The Journal of Economic History*, 69(2): 409–445.
- Couldry N and Hepp A (2017) *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press. 256 p.
- Freeman M and Gambarato R (2019) *The Routledge companion to transmedia studies*. Routledge: Taylor & Francis Group, 2019. 492 p.
- Ha DR and Cohen J (2018) The New York Times to launch monthly audiobook best-seller lists. *The New York Times*. URL: <https://investors.nytc.com/press/press-releases/press-release-details/2018/The-New-York-Times-to-Launch-Monthly-Audiobook-Best-Seller-Lists/default.aspx> (accessed 03.05.2018).
- Habermas J (1984) *The theory of communicative action – reason and rationalization of society. Vol. 1*. Boston: Beacon Press. 465 p.
- Hall J (1979) *The sociology of literature*. New York: Longman. 162 p.
- Innis H (2008) *The bias of communication*. Toronto: Univ. of Toronto Press. 304 p.
- Jenkins H (2006) *Convergence culture where old and new media collide*. New York, London: New York Univ. Press. 308 p.
- McEwen RN (2019) Flash, spirit, plex, stretch: a transdisciplinary view of the media sensorium. *Canadian Journal of Communication*, 44(4). URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/3727> (accessed 13.12.2019). DOI: 10.22230/cjc.2019v44n4a3727.
- Young LC (2019) The McLuhan-Innis field: in search of media theory. *Canadian Journal of Communication*, 44(4). URL: <https://www.cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/3719> (accessed 13.12.2019). DOI: 10.22230/cjc.2019v44n4a3719.



Информация о конгрессе	Information about the congress
Уважаемые коллеги! Приглашаем вас принять участие в III Международном библиографическом конгрессе, который состоится в Новосибирске 14–17 сентября 2020 г.	Dear colleagues! It is our pleasure to invite you to the 3rd International Bibliographic Congress Novosibirsk, Russia, September 14–17, 2020
Место проведения Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, Новосибирск, ул. Восход, д. 15	Place and Date The State Public Scientific and Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Voskhod 15
Представление докладов Для участия в конгрессе необходимо пройти регистрацию и представить тезисы доклада на русском / английском язы- ках на сайте LIBWAY.RU/2020. Тезисы докладов будут изданы до начала конгресса. Лучшие доклады будут отобраны Программным комитетом, прорецензированы и рекомендованы для публикации в серии конференций «Communication in Computers and Information Science» издательства Springer (индексируется в Scopus), а также в других научных журналах	Papers submission To participate in the congress it is necessary to register and submit your abstract in Russian / English at www.libway.ru/2020. Abstracts will be published before the congress. The best papers will be selected by the Programme Committee, peer reviewed and recommended for publishing in the Springer conference series “Communication in Computers and Information Science” (indexes in Scopus) and other journals
Организаторы конгресса: • Российская библиотечная ассоциация; • Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук; • Российская национальная библиотека; • Российская государственная библиотека	Vendors: • The Russian Library Association (RLA) • The State Public Scientific and Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Science • The National Library of Russia • The Russian State Library
Основные темы конгресса: • Трансформации библиографии в цифровую эпоху. Роль библиографической информации в меняющейся системе научных коммуникаций. • Создание, распространение и продвижение библиографичес- кой информации на современном этапе. • Стратегии развития библиографической деятельности на международном уровне. Проблемы взаимоиспользова- ния ресурсов. Модели функциональных требований к библио- графическим и авторитетным записям. • Формы представления библиографической информации в Сети и электронных информационных системах. Библио- графирование электронных ресурсов локального и удаленного доступа. Разработка и внедрение новых международных и отечественных норм библиографического описания ресурсов	The main topics of the congress: • The transformation of bibliography in the digital age. The role of bibliographic information in the changing system of scholarly communications. • The present forming, distribution and promotion of bibliographic information. • Strategies for the development of bibliographic activities at the international level. Bibliographic resources sharing. Models for functional requirements to bibliographic and authority records. • Bibliographic information in the Web and in electronic information systems. Bibliographic control of electronic resources in local and remote access. Development and implementation of new international and domestic standards for bibliographic description of resources

Продолжение на с. 108

КНИГИ-ДОРОЖНИКИ ТИПОГРАФИИ ВЫСОЦКИХ

Н. П. Дворцова

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия;
 e-mail: n.p.dvorcova@utmn.ru



**Дворцова Наталья
Петровна,**
доктор
филологических наук,
профессор кафедры
журналистики
ТюмГУ

ORCID: [0000-0001-5586-0575](https://orcid.org/0000-0001-5586-0575)
 e-mail: n.p.dvorcova@utmn.ru

Аннотация. В статье обосновывается новый взгляд на деятельность первой тюменской типографии, основанной К. Н. Высоцким в 1869 г. и существовавшей до 1909 г. Новизна работы обусловлена особым ракурсом исследования: 1) книгоиздание рассматривается как часть медийной революции, осуществленной К. Н. Высоцким благодаря открытию в уездном сибирском городе первой фотомастерской (1866), литографии (1867), типографии (1869), рекламно-информационной газеты (1879); 2) устанавливаются связи издательской деятельности К. Н. Высоцкого и Л. К. Высоцкой с историей сибирского пароходства 1870–1890-х гг. Цель статьи – характеристика книг-дорожников типографии Высоцких как особого типа изданий, выявление их разнообразия и роли в деятельности пароходных компаний, в частности товарищества «Курбатов и Игнатов». Книговедческий анализ, осуществленный на основе структурно-типологического метода в рамках контекстного и системного подходов, позволяет по-новому интерпретировать роль и место типографии Высоцких в истории сибирской книжной культуры. Около 20% репертуара (11 из 56 книг) типографии Высоцких составляют книги, посвященные пароходам и рекам. Они представляют собой смысловое единство, своеобразную серию, структурированную пространством (3000 верст по рекам Западной Сибири от Тюмени до Томска) и идеей промышленного и культурного освоения новых земель. Структурной доминантой серии является особый тип издания – книга-дорожник, или книга-итинерарий (от лат. *itinerarium*), цель которой – быть указателем расстояний между населенными пунктами и путеводителем по сибирским рекам. Публикация книг-итинерариев как особого вида книг, существующих со времен Древнего Рима, свидетельствует о высокой книжной культуре издателей Высоцких. Книги-дорожники отличаются разнообразием: краткие указатели-путеводители сосуществуют с картографическим литографированным изданием и рекламным путеводителем в жанре историко-этнографических путевых очерков. Значение книг-дорожников, изданных Высоцкими, в том, что они формируют своего рода культурный бренд Тюмени как города, являющегося родиной всего судоходства по рекам Западной Сибири.

Ключевые слова: типография К. Н. Высоцкого, книги-дорожники, итинерарии, сибирское пароходство, книжная культура

Для цитирования: Дворцова Н. П. Книги-дорожники типографии Высоцких // Библиосфера. 2020. № 1. С. 25–31. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-25-31.

ITINERARY BOOKS (ITINERARIA) OF THE VYSOTSKYS' PRINTING HOUSE

Natalya P. Dvortsova

University of Tyumen, Tyumen, Russia;

e-mail: n.p.dvortsova@utmn.ru

Dvortsova Natalya Petrovna,
Doctor of Philology, professor,
Department of Journalism,
Tyumen State University;

ORCID: [0000-0001-5586-0575](https://orcid.org/0000-0001-5586-0575)

e-mail: n.p.dvortsova@utmn.ru

Abstract. The study gives a new outlook on the activities of the first Tyumen printing house, which was founded by K. N. Vysotsky in 1869 and existed until 1909. The scientific novelty of the research is due to the following: 1) book publishing is considered as part of the media revolution carried out by K. N. Vysotsky thanks to the opening of the first photography studio (1866), lithography studio (1867), printing house (1869), and a newspaper publishing news and advertisements (1879) in a provincial Siberian town; 2) publishing activities of K. N. Vysotsky and L. K. Vysotskaya are linked with the history of Siberian steam navigation in the 1870–1890s.

The purpose of the article is to characterize Russian *dorozhniki* - itinerary books as a special type of publications in the Vysotskys' printing house, to identify their diversity and role in the activities of steamship companies, in particular the *Kurbatov and Ignatov Partnership*. A bibliological analysis based on the structural-typological method within the context and system approaches allows a new interpretation of the role and place of the Vysotskys' printing house in the history of Siberian book culture. The author comes to the conclusions that about 20% of the repertoire (11 of 56 books) of the Vysotskys' printing house are books about steamboats and rivers. They represent a semantic unity, a unique series structured by space (more than 3000 km along West Siberian rivers from Tyumen to Tomsk) and the idea of industrialization and cultural development of new lands.

The structural dominance of the series belongs to a special publication type: *dorozhnik* (an itinerary book), the purpose of which was to indicate the distance between settlements and to serve as a travel guide on Siberian rivers. Publication of such books, which are known to exist since the ancient Rome, testifies to the high print culture of the Vysotskys publishers. These books are very diverse: brief guidebooks coexisted with lithographic cartographic editions and advertising catalogs in the genre of history writing and ethnographic travel essays. The significance of the itinerary books published by the Vysotskys lies in the cultural brand they formed for Tyumen as a town and the birthplace of all navigation along West Siberian rivers.

Keywords: K. N. Vysotsky's printing house, *dorozhnik*, itineraries, itineraries, Siberian steamship navigation, book culture

Citation: Dvortsova N. P. Itinerary books (itineraria) of the Vysotskys' printing house. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 25–31. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-25-31.

Received 14.01.2020

Revised 10.02.2020

Accepted 12.02.2020

История вопроса и постановка проблемы

В 1869 г., 150 лет назад, Константин Николаевич Высоцкий (1836–1886) открыл в Тюмени первую типографию и напечатал первую тюменскую книгу «Устав приказчицкого клуба в городе Тюмени». Однако значение личности Высоцкого не исчерпывается тем, что благодаря ему первый русский город за Уралом превратился в город книжный. Высоцкий первым открыл в Тюмени фотографию (1866), литографию (1867) и газету «Сибирский листок объявлений» (1879), то есть, говоря современным языком, совершил в уездном сибирском городе медийную революцию.

В современной науке жизнь и подвижническая деятельность Высоцкого изучается с разных точек зрения. Так, Н. А. Миненко включает Высоцкого в четырехвековую историю Тюмени (Миненко, 2004). О Высоцком-фотографе пишут В. Е. Копылов (Копылов, 2004) и Л. В. Боярский (Боярский, 2016). Созданная Высоцким первая тюменская газета становится предметом изучения С. Н. Кубочкина (Кубочкин, 2000). В работах, посвященных биографии Высоцкого (Желткова, 2018; Филь, 2001), есть немало спорных и неясных моментов: его научная биография – дело будущего. Наиболее изученной в современной науке является издательская деятельность К. Н. Высоцкого и Л. К. Высоцкой, к которой

по наследству перешла первая тюменская типография, просуществовавшая в целом четыре десятилетия, до 1909 г.

Важным вкладом в изучение деятельности типографии Высоцких стали «Сводный каталог сибирской и дальневосточной книги. 1790–1917 гг.» (Сводный каталог..., 2004), а также работа Е. Н. Коноваловой «Книга Тобольской губернии. 1790–1917. Сводный каталог местных изданий» (Коновалова, 2006). Наиболее концептуальным исследованием типографии, включающим ее деятельность в контекст процессов, происходящих в книжной культуре Сибири второй половины XIX в., представляются «Очерки истории книжной культуры Сибири и Дальнего Востока» (т. 1) (Очерки истории..., 2000). Статистика, которая приводится в «Очерках», свидетельствует о том, что в 1850–1870-е гг. в Сибири возникает более двадцати полиграфических предприятий (Очерки истории..., 2000, с. 111), деятельность которых связана с коренными, глубинными преобразованиями сибирской книжной культуры в этот период (Очерки истории..., 2000, с. 108). Такой подход представляется актуальным и методологически значимым сегодня для изучения типографии Высоцких на новых основаниях.

Малоизученным, но перспективным для изучения роли типографии Высоцких в процессах модернизации сибирского общества во второй половине XIX в., с нашей точки зрения, является вопрос о книгах-дорожниках, изданных К. Н. Высоцким и Л. К. Высоцкой. Статус первооткрывателя этого вопроса в современной науке принадлежит, очевидно, Е. Н. Коноваловой. Вопрос этот рассматривается ею в двух аспектах: 1) в контексте темы карт и атласов земли тюменской XVI – начала XX в.; 2) общей характеристики репертуара типографии Высоцких, к которой исследователь привлекает лишь некоторые издания (Коновалова, 2015).

Цель данной статьи – характеристика типологических особенностей и разнообразия книг-дорожников, изданных в типографии Высоцких, и выявление роли этого вида книг в становлении сибирского пароходства. Книговедческий анализ в статье осуществляется на основе структурно-типологического метода в рамках системного и контекстного подходов.

Книги о реках и пароходах как серия

Одиннадцать из пятидесяти шести книг, изданных в типографии Высоцких за время ее существования, так или иначе связаны с реками и пароходами (Сводный каталог..., 2004). С нашей точки зрения, эти книги представляют собой некое единство, своего рода цикл/сверхтекст или серию, объединенную общей тематикой,

а точнее, единым пространством жизни речной Сибири, у которой есть вполне конкретное измерение: три тысячи верст от Тюмени до Томска по Туре, Тоболу, Иртышу, Оби и Томи. Тюмень в этой картине занимает особое место как «родина всего судоходства по рекам Западной Сибири» (Путеводитель по Иртышу, 1911, с. 209).

Символическая связь книг и рек была осмыслена в русской культуре более тысячи лет тому назад, когда летописец Нестор написал в «Повести временных лет»: «Книги бо суть реки, напоющие вселенную» (Повесть..., 1983, с. 79). В Сибири эта метафора приобретает особый смысл, связанный с тем, что и в XIX в., вслед за Ермаком, русские осваивали край прежде всего по рекам (Павлов, 1878, с. XXVI–XXVII), а «книги-реки» помогали им в этом освоении.

Своего рода введением в серию «книг-рек» первой тюменской типографии является созданная К. Н. Высоцким совместно с купцом и писателем Н. М. Чукмалдиным «Записка о плавании по реке Туре пароходов и направлении предполагаемой железной дороги» (1872). Она была написана в 1869 г. «по инициативе тюменского городского головы Ф. С. Колмогорова» и «предназначалась для отсылки в Пермский железнодорожный комитет от лица тюменского общества» (Чукмалдин, 1872). Факт совпадения дат открытия Высоцким типографии и создания «Записки» представляется неслучайным. Он свидетельствует о том, что Высоцкий понимал книгу как реальный способ изменить жизнь к лучшему, а медийная революция, которую он совершил в Тюмени, изначально была частью процессов экономического и культурного преобразования края.

В «Записке», созданной в ситуации споров о выборе направления, по которому пройдет Великий Сибирский путь, соединяющий европейскую и азиатскую части России, обосновывается идея о том, что железную дорогу необходимо строить не к реке Тобол, а к реке Туре, что фактически определило историческую судьбу и Тобольска, и Тюмени. Высоцкий и Чукмалдин рассказывают об истории тюменского пароходства от создания в 1840-е гг. «капиталистом Мясниковым» первого парохода до 1868 г., когда в Тюмени было уже 19 пароходов разных типов (Чукмалдин, 1872, с. 7). В «Записке» говорится также о продолжительности навигации (апрель – сентябрь), количестве и длительности рейсов из Тюмени в Томск (9–18 суток) и обратно (в среднем 11 суток) (Чукмалдин, 1872, с. 9–10). Эта информация станет основой книг-дорожников о движении пароходов между Тюменью и Томском, издаваемых типографией Высоцких в 1880–1890-х гг. Объем работ, производимых тюменскими пароходами, – говорится в «Записке», – был очень большим. Так, за четыре года, предшествовавших появлению «Записки» (1865–1868), из Тюмени и в Тюмень 9 пароходами

было перевезено 2 374 645 пудов грузов, 6 партий солдат и 23 партии арестантов (Чукмалдин, 1872, с. 15).

Авторы «Записки» сравнивают успехи и неудачи тюменского пароходства за 10 лет с ситуацией на Волге и делают убедительный вывод о ключевом значении Тюмени «как первого удобного пункта водяных сообщений по системе сибирских рек» (Чукмалдин, 1872, с. 21). Определяющими для Чукмалдина и Высоцкого, автора и издателя «Записки», являются мысли о включении Тюмени «в комбинацию водяных систем» «от Москвы через Нижний, Казань, Елабугу, Сарапул, Екатеринбург, Тюмень, Томск, Иркутск» и о перспективах развития Сибири при сравнении «прошлого» и «дальнейшего» состояния тюменского пароходства (Чукмалдин, 1872, с. 38). Очевидно, что небольшая, в 38 страниц, книга Высоцкого и Чукмалдина является ценнейшим историческим документом, посвященным становлению сибирского пароходства и свидетельствующим о стратегическом мышлении авторов и их роли в промышленном и культурном преобразовании края.

Книги-дорожники (итинерарии)

Шесть из одиннадцати «книг-рек», изданных Высоцкими, связаны с именем купца первой гильдии и крупного сибирского пароходчика И. И. Игнатова. Они представляют собой разные варианты книг-дорожников. Дорожниками в России, как известно, называли итинерарии (от лат. *itinerarium*) – особую разновидность книг, возникших в Древнем Риме и представляющих собой указатели расстояний между населенными пунктами или краткие путеводители (Дорожники, 1893, с. 58–59).

В жанре дорожника Высоцкими издано четыре книги объемом от 4 до 8 страниц, основное содержание которых – расписание движения пароходов товарищества «Курбатов и Игнатов» (1886, 1891, 1892, 1893). Так, в книге 1893 г. сообщалось, что пароходы из Тюмени в Томск отправляются раз в неделю, по понедельникам, в 9 часов утра; первый пароход отправится из Тюмени 10 мая; в Сургут пароходы прибывают по пятницам, а в Томск – по четвергам и т. п. (Движение..., 1893). Эти книги-дорожники представляют собой классический вариант указателя расстояний между населенными пунктами в днях пути.

При участии и финансовой поддержке И. И. Игнатова Высоцкие печатали не только эти краткие указатели для пассажиров пароходов «Курбатов и Игнатов», но и более объемные издания, которые доньше принадлежат к лучшим достижениям не только тюменского и сибирского, но и российского издательского дела последней трети XIX в.: 1) «3000 верст по рекам Западной Сибири. Очерки и заметки

из скитаний по берегам Туры, Тобола, Иртыша и Оби» (1878); 2) «Карта-дорожник по рекам Западной Сибири: Туре, Тоболу, Иртышу, Оби и Томи» (1880).

Книга «3000 верст по рекам Западной Сибири» написана А. Павловым после путешествия, которое он совершил летом 1876 г. по инициативе И. И. Игнатова «с целью ознакомления с современным экономическим положением берегового населения» (Павлов, 1878, с. V). В этом году, утверждает Павлов, по Оби ходило 34 парохода. Большинство из них было построено на Жабынском судостроительном заводе И. И. Игнатова (Павлов, 1878, с. 18), который, по вполне понятным причинам, был заинтересован в продвижении, говоря современным языком, идеи сибирского пароходства.

По совету почтенного издателя, как Павлов называет Высоцкого, он создает книгу, «полезную для той части публики, которой случается проезжать через Западную Сибирь» (Павлов, 1878, с. VII). Поэтому, очевидно, Павлов рассказывает краткую историю пароходства в Тюмени и в рекламном стиле убеждает будущих путешественников в том, что на сибирских реках их встретят «правильно и удобно устроенные пристани»; просторные и прочные пароходы с удобными каютами, отапливаемыми паром; и «на тысячеверстном пространстве многоводной Оби» они найдут то, что вряд ли ожидают: хороший стол, а также новейшие журналы и газеты (Павлов, 1878, с. 21). Для удобства будущих пассажиров книге Павлова, кроме того, «придан отчасти вид дорожника... и приложена в конце коммуникационная таблица расстояний» (Павлов, 1878, с. VII).

Книга Павлова сложна по своему жанровому составу: это и дорожник, и рекламный путеводитель, и, что особенно важно, это превосходно написанные историко-этнографические путевые очерки. Для понимания книги важен «Исторический обзор Сибири», которым она открывается. Обзор охватывает едва ли не всю историю Сибири от Геродота и Гипербореи, европейских мифов о землях за Камнем, от походов новгородцев XII в., эпохи Ивана Грозного и Ермака до 1876 г., когда Павлов отправился в свое путешествие. История Сибири, таким образом, включена в книгу в контекст не только русской, но и мировой истории с ее мифами, легендами и фактами.

Впечатления Павлова от Сибири 1876 г. далеки от однозначности. Тюмень, начальный пункт путешествия, предстает в его книге как центр сибирского пароходства. Село Покровское ассоциируется у него с легендой, связанной с жизнью русских и татар, населяющих эти места: в часовню селения Тарханы «татары передали икону Нерукотворного Спасителя, найденную ими на изгороди. Сначала татары

чистили на иконе рыбу, но икона терялась и находилась снова на той же изгороди. Через 120 лет часовня в Тарханах по ветхости была уничтожена, а явленный образ передан в церковь села Покровского» (Павлов, 1878, с. 26). Тобольск вызывает у Павлова противоречивые чувства: древний сибирский город более красив снаружи и в своей нагорной части, в подгорной же веет сыростью и миазмами – местность здесь болотистая, нездоровая. Путешественник замечает, что садик, в котором стоит памятник «Ермаку, покорителю Сибири», «мало пользуется заботами города» (Павлов, 1878, с. 33–35). Не удивительно, что «Кучумово городище, исторический Искер» он смог отыскать с большим трудом.

Путешествие на пароходе по Иртышу рождает в душе Павлова, как он пишет, мало утешительного: татарские деревни «бедны и малы», «еще печальнее остяцкие селения», о трудной жизни русских крестьян можно понять из рассказов о том, что они едят: «хлеб печется по большей части в виде лепешек, а щи приготавливаются так: ячменные зерна варятся в воде и подбиваются в постные дни мукой, а в молочные – сметаной... В осеннее время к столу прибавляется лакомство: пареная капуста» (Павлов, 1878, с. 50, 51, 62, 63).

В книге Павлова великолепный очерк о жизни остяков (хантов) и самоедов (ненцев), судьба которых вызывает у него искреннее сочувствие и сострадание. Так, он пишет: «Остяки, обитающие по берегам Иртыша, все обращены в христианство и, можно сказать, обрусели, наполовину забыли родной язык и приобрели все дурные привычки русского населения» (Павлов, 1878, с. 17). Несмотря на это, остяки бережно хранят свои религиозные верования, сохранившиеся в легендах, одну из которых рассказывает Павлов. Однажды русские захотели увезти священный камень остяков, положили его в лодку и поплыли по Оби. «Камень проломил лодку и ушел на прежнее место» (Павлов, 1878, с. 90). Среди обитателей сургутских и нарымских земель, которые Павлов называет северной пустыней, он встречает обских пиратов. Они, по его словам, «далеко не те, что прежние волжские разбойники», как он называет войско Ермака. О «нынешних» он пишет: «Где-нибудь около Томска снаряжается небольшая лодка мошенников. Они отправляются вниз по Оби и крадут в том или ином береговом селении то, что плохо лежит» (Павлов, 1878, с. 137). Самыми мирными путешественниками, встреченными им на сибирских реках, Павлов называет ссыльных, пробирающихся на родину. «Они пристаю

к берегу разве только затем, чтобы попросить хлебушка», – сочувственно пишет о них Павлов (Павлов, 1878, с. 137).

«Карта-дорожник по рекам Западной Сибири» – одна из лучших книг, напечатанных в первой тюменской типографии, вершина литографического, картографического и полиграфического искусства К. Н. Высоцкого. Составлена она, как указано на титульном листе, капитаном парохода «П. Косаговский» А. И. Плотниковым, издана на средства И. И. Игнатова и предназначена прежде всего профессионалам, которые водили суда из Тюмени в Томск. К ним обращена информация о том, что масштаб карты «1 верста в полдюйма. Фарватер в главных местах означен точками на самой реке. Группами точек и чертами на реке означены главные мели». На генеральной карте представлен весь водный путь из Тюмени в Томск, «означены» 10 пристаней пароходов «К^о Колчина и Игнатова» (Карта-дорожник..., 1880, л. 1). Помимо профессионального читателя, книга в функции дорожника предназначалась для читателя массового: пассажиров, которым могли быть интересны многочисленные села, леса и горы, мимо которых они проплывали.

В серию «книг-рек», напечатанных в типографии Высоцких, необходимо включить еще четыре книги: они созданы в жанре отчетов и характеризуют культурные практики людей, живущих в городе, расположенном на судоходной реке. Во-первых, это очень небольшая книжечка (2 страницы) с длинным и говорящим заглавием «Отчет по катанью на пароходе, принадлежащем Товариществу “А. Гадалов и Е. Жернаков” “Николай”: Б. 26 апр. 1892 г.: В пользу Тюмен. попечит. о-ва о бедных» (1892). Кроме того, это отчеты Тобольского окружного правления Общества спасения на водах (1882; 1884; 1887). Анализ репертуара типографии Высоцких свидетельствует о том, что самое большое количество напечатанных ими книг на современном языке называются деловыми и созданы в жанре уставов, отчетов, постановлений, инструкций и т. п. Все они, включая и названные четыре «книги-реки», – очевидное свидетельство промышленных и культурных преобразований, происходивших в крае.

В 2019 г., в связи со 150-летием с момента создания типографии Высоцких, в Тюменском государственном университете создана цифровая коллекция «Высоцкий К. Н. и медиакультура Тюмени», включающая 192 уникальных документа (Высоцкий). Коллекция призвана способствовать дальнейшему изучению жизни и деятельности первых тюменских издателей.

Заключение

Подводя итоги исследования, необходимо сделать следующие выводы.

Деятельность первой тюменской типографии в 1870–1890-е гг. тесным образом связана с развитием сибирского пароходства: книги-дорожники определяют репертуар типографии и способствуют успешному функционированию пароходной компании «Товарищество “Курбатов и Игнатов”».

Книги типографии Высоцких, посвященные рекам и пароходам (около 20% репертуара), представляют собой своего рода серию, объединенную особым пространством (3000 верст по рекам от Тюмени до Томска) и идеей освоения новых территорий. Структурной доминантой серии является особый тип книги – книга-дорожник, назначение которой – быть для массового читателя указателем расстояний между населенными пунктами

и кратким путеводителем по сибирским рекам. Книги-дорожники типографии Высоцких представлены тремя типами: 1) классический краткий указатель расстояний между Тюменью и Томском; 2) картографическое литографированное издание; 3) путеводитель с функцией рекламы, соединяющий в себе дорожник и историко-этнографические путевые очерки.

Благодаря своим изданиям, типография Высоцких обеспечивала функционирование таких социальных организаций, связанных с культурными практиками жизни человека на реке, как Общество спасения на водах, Тюменское попечительское общество о бедных с его благотворительной деятельностью.

Первые тюменские издатели К. Н. Высоцкий и Л. К. Высоцкая предстают не только свидетелями, но и участниками, творцами промышленного и культурного преобразования Сибири во второй половине XIX в.

Список источников / References

- Боярский Л. В. Пионеры тюменской фотографии. 1866–1917 гг. Тюмень : Тюмен. дом фотографии, 2016. 192 с. ; Boyarsky LV (2016) *Pioneers of Tyumen photography. 1866-1917* [Pionery Tumenskoi fotografii. 1866-1917]. Tyumen, Tumen. dom fotografii. (In Russ.).
- Высоцкий К. Н. и медиакультура Тюмени // Библиотечно-музейный комплекс ТюмГУ ; Vysotsky K. N. and Tyumen media culture. *Bibliotечно-muzeinyi kompleks TyumGU*. URL: <https://bmk.utmn.ru/en/pages/about/project/vysotskiy/> (дата обращения = accessed 10.01.2020). (In Russ.).
- Движение пароходов Товарищества «Курбатов и Игнатов» между Тюменью и Томском в 1893 г. Тюмень : Тип. Л. К. Высоцкой, 1893. 4 с. ; (1893) *The movement of steamships of the Partnership “Kurbatov and Ignatov” between Tyumen and Tomsk in 1893* [Dvizhenie parokhodov Tovarishchestva “Kurbatov i Ignatov” mezhdu Tumen’yu i Tomskom v 1893 g.]. Tyumen, Tip. L. K. Vysotskoi. (In Russ.).
- Дорожники // Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона. Санкт-Петербург, 1893. Т. 9. С. 58–59 ; (1893) *Itineraria. Entsiklopedicheskiy slovar’ Brokgauza i Efrona*. Saint Petersburg, pp. 58–59. (In Russ.).
- Желткова О. В. Дополнения к родословию Константина Высоцкого // Генеалогия в контексте изменений культуры жизненного пути : материалы Всерос. науч.-практ. конф. 23–24 нояб. 2018 г. : Четырнадцатые Тюмен. родословные чтения. Тюмень, 2018. С. 239–242 ; Zheltkova OV (2018) Supplement to Konstantin Vysotsky’s genealogy. *Genealogiya v kontekste izmenenii kultury zhiznennogo puti : materialy vseros. nauch.-prakt. Konf. 23-24 noyab. 2018 : XIV Tumen. rodoslovnnye chteniya*. Tyumen, TIU, pp. 239–242. (In Russ.).
- Карта-дорожник по рекам Западной Сибири: Туре, Тоболу, Иртышу, Оби и Томи. Тюмень : Тип. К. Н. Высоцкого, 1880. 23 л. ; The map and itinerary

- for the rivers of Western Siberia: The Tura, Tobol, Irtysh, Ob’ and Tom’ [Karta-dorozhnik po rekam Zapadnoi Sibiri: Ture, Tobolu, Irtyshu, Obi i Tomi]. Tyumen, Tip. K. N. Vysotskogo, 1880. 23 p. (In Russ.).
- Коновалова Е. Н. Карты земли Тюменской XVI – начала XX в. : очерки. Тюмень : ТюмГНГУ, 2015. 494 с. ; Konovalova EN (2015) *Maps of Tyumen land in the XVI – early XX centuries: essays* [Karty zemli tumenskoy XVI – nachala XX vv.: ocherki]. Tyumen: TGNGU. (In Russ.).
- Коновалова Е. Н. Книга Тобольской губернии. 1790–1917 гг. Сводный каталог местных изданий. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2006. 528 с. ; Konovalova EN (2006) *Books of Tobolsk province. 1790-1917. The united catalog of local publications* [Kniga Tobolskoi gubernii. 1790-1917. Svodnyi katalog mestnykh izdaniy]. Novosibirsk, GPNTB SO RAN. (In Russ.).
- Копылов В. Е. Былое светописи: у истоков фотографии в Тобольской губернии. Тюмень : Слово, 2004. 863 с. ; Kopylov VE (2004) *The bygone era of the daguerreotype: photography origin in Tobolsk province* [Byloe svetopisi: u istokov fotografii v Tobolskoi gubernii]. Tyumen, Slovo. (In Russ.).
- Кубочкин С. Н. Первая тюменская газета, или Один день из жизни города // Лукич. 2000. № 3. С. 41–58 ; Kubochkin SN (2000) *The first Tyumen newspaper, or One day in the life of the city*. Lukich, 3: 41–58. (In Russ.).
- Миненко Н. А. Тюмень: летопись четырех столетий. Санкт-Петербург : Русь, 2004. 512 с. ; Minenko NA (2004) *Tyumen: a chronicle of four centuries* [Tyumen: letopis’ chetyrekh stoletii]. Saint Petersburg, Rus’. (In Russ.).
- Очерки истории книжной культуры Сибири и Дальнего Востока. Т. 1 / отв. ред. В. Н. Волкова. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2000. 316 с. ; Volkova VN (ed.) (2000) *Essays on the history of book culture in Siberia and the Far East Vol. 1* [Ocherki istorii knizhnoi kultury Sibiri i Dalnego Vostoka. T. 1]. Novosibirsk, GPNTB SO RAN, 2000. (In Russ.).

- Павлов А. 3000 верст по рекам Западной Сибири. Очерки и заметки из скитаний по берегам Туры, Тобола, Иртыша и Оби. Тюмень : Тип. К. Н. Высоцкого, 1878. XXVII, 164 с. ; Pavlov A (1878) *3000 versts along the rivers of West Siberia. Sketches and notes from wandering along the Tura, Tobol, Irtysh and Ob river banks* [3000 verst po rekam Zapadnoy Sibiri. Ocherki i zametki iz skitaniy po beregam Tury, Tobola, Irtysha i Obi]. Tyumen, Tip. K. N. Vysotskogo. (In Russ.).
- Повесть временных лет // Повести Древней Руси. XI–XII века. Ленинград, 1983. С. 24–227 ; (1983) *The tale of bygone years. Povesti Drevnei Rusi. XI-XII veka*. Leningrad, Lenizdat, pp. 24-227. (In Russ.).
- Путеводитель по Иртышу / Изд. соединенных Зап.-Сиб. пароходовладельцев. Тюмень ; Екатеринбург : Тип. Л. В. Шаравьевой, 1911. 234 с. ; (1911) *Guide to the Irtysh. Izdanie soedinennykh Zapadno-Sibirskikh parokhodovladel'tsev*. Tyumen, Yekaterinburg, Tip. L. V. Sharav'yovoi. (In Russ.).
- Сводный каталог сибирской и дальневосточной книги. 1790–1917 гг. Т. 1. 1790–1900 гг. / ред. Е. Б. Соболева. Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2004. 507 с. ; Soboleva EB (2004) *The united catalog of Siberian and Far Eastern books. Vol. 1. 1790-1900* [Svodnyi katalog sibirskoi i dalnevostochnoi knigi. T. 1. 1790-1917 gg.]. Novosibirsk, GPNTB SO RAN. (In Russ.).
- Филь С. Г. Биографии Высоцких: версии, мифы, факты // Лукнич. 2001. № 1. С. 102–107 ; Fil' SG (2001) *Biographies of the Vysotskys: versions, myths, facts. Lukich*, 1: 102-107. (In Russ.).
- Чукмалдин Н., Высоцкий К. Записка о плавании по реке Туре пароходов и о направлении предполагаемой железной дороги. Тюмень : Тип. К. Высоцкого, 1872. 38 с. ; Chukmaldin N and Vysotsky K (1872) *Notes on sailing along the Tura River and the direction of the proposed railway* [Zapiski o plavanii po reke Ture i o napravlenii predpolagaemoy zheleznoy dorogi]. Tyumen, Tip. K. N. Vysotskogo. (In Russ.).

ИЗДАТЕЛЬСТВА И ИЗДАЮЩИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СИБИРИ И ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА КАК ПОПУЛЯРИЗАТОРЫ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РЕГИОНА

И. С. Трояк

Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук,
Новосибирск, Россия;
e-mail: troyak@gpntbsib.ru



**Ирина Сергеевна
Трояк,**
кандидат
исторических
наук, старший
научный сотрудник
лаборатории
книговедения
ГПНТБ СО РАН

ORCID: [0000-0002-3325-4280](https://orcid.org/0000-0002-3325-4280)
e-mail: troyak@gpntbsib.ru

Аннотация. В связи со стремительной глобализацией второй половины XX в. проблемы сохранения и изучения историко-культурного наследия отдельных территорий национальных государств стали особенно актуальными и социально значимыми. Поскольку книга является одной из форм представления ценностей культурного наследия, основополагающее значение для региональной книжной культуры имеет мемориальная функция, отвечающая за сохранение наследия отдельных территорий и приобщение к нему населения. Цель представленного в статье исследования – выявление способов реализации мемориальной функции региональной книжной культуры в Сибири и на Дальнем Востоке в 2000–2010-е гг. В качестве методологической основы была использована предложенная К. Мигонем теоретическая модель книжной культуры, в которой выделяются локальный, региональный, национальный, наднациональный, культурно-цивилизационный и мировой «культурные круги книги». Деятельность издательств и издающих организаций Сибири и Дальнего Востока рассматривается в рамках локального и регионального «кругов», являющихся частью национальной российской книжной культуры. В статье показаны основные акторы современного краеведческого книгоиздания в Сибири и на Дальнем Востоке: это большинство региональных издательств и издающие организации, чья деятельность институционально связана с сохранением историко-культурного наследия (музеи, архивы и библиотеки). Представлены способы популяризации их продукции. Впервые выявлены и приведены примеры продакт-плейсмента при рекламировании краеведческой литературы. Сделан вывод, что главным каналом распространения и популяризации региональной краеведческой книжной продукции становится интернет, который открывает доступ к историко-культурному наследию Сибири и Дальнего Востока более широкому кругу читателей.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, региональная книжная культура, популяризация краеведческих изданий, Сибирь, Дальний Восток, 2000–2010-е гг.

Для цитирования: Трояк И. С. Издательства и издающие организации Сибири и Дальнего Востока как популяризаторы историко-культурного наследия региона // Библиосфера. 2020. № 1. С. 32–38. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-32-38.

Статья поступила в редакцию 16.01.2020
Получена после доработки 26.01.2020
Принята для публикации 27.01.2020

PUBLISHING HOUSES AND PUBLISHING ORGANIZATIONS IN SIBERIA AND THE FAR EAST AS POPULARIZERS OF THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF THE REGION

Irina S. Troyak

*The State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences,
Novosibirsk, Russia;
e-mail: troyak@gpntbsib.ru*

Troyak Irina Sergeevna,
PhD in History, Senior Researcher,
Laboratory of Book Studies of
SPSTL SB RAS;
ORCID: [0000-0002-3325-4280](https://orcid.org/0000-0002-3325-4280)
e-mail: troyak@gpntbsib.ru

Abstract. Due to the rapid globalization in the second half of the 20th century the problems of preserving and studying the historical and cultural heritage of certain territories of national states have become especially relevant and socially significant. Since the book is a form of presentation of cultural heritage values, the memorial function responsible for preserving the heritage of certain territories and making population familiar to it is of fundamental importance for regional book culture. The purpose of the study presented in the article is to reveal ways to implement the memorial function of the regional book culture in Siberia and the Far East in the 2000–2010s. As a methodological basis, the theoretical model of book culture proposed by K. Migoń was used, who distinguishes the local, regional, national, supranational, cultural-civilizational and world “cultural circles of the book”. The activities of publishing houses and publishing organizations in Siberia and the Far East are treated within the local and regional “circles” as a part of the national Russian book culture. The article shows the main actors of modern local history book publishing in Siberia and the Far East: these are the majority of regional publishing houses and those publishing organizations whose activities are institutionally related to the preservation of historical and cultural heritage (museums, archives and libraries). Methods for popularizing their products are presented. For the first time, examples of product placement in advertising local history literature are identified and presented. The author concludes that Internet is becoming the main channel for the dissemination and popularization of regional local history book production, that opens the access to a wider circle of readers of historical and cultural heritage of Siberia and the Far East.

Keywords: historical and cultural heritage, regional book culture, popularization of local history publications, Siberia, the Far East, 2000–2010

Citation: Troyak I. S. Publishing houses and publishing organizations in Siberia and the Far East as popularizers of the historical and cultural heritage of the region. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 32–38. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-32-38.

Received 16.01.2020

Revised 26.01.2020

Accepted 27.01.2020

Введение

Традиционно к историко-культурному наследию принято относить созданные предыдущими поколениями материальные и духовные ценности, имеющие общемировое, национальное, региональное или локальное (местное) значение. Актуализация вопросов его сохранения, интерес к региональной истории и рост социальной значимости отдельных территорий в рамках национальных государств, отмечающиеся в разных странах со второй половины XX в., по мнению многих ученых, являются реакцией общества на процессы глобализации (Китинг, 2003; Дроздова, 2011).

В отдельные периоды истории разные части наследия имеют свою ценность в глазах

потомков. В зависимости от текущих социально-политических факторов для ныне живущих становится актуальным тот или иной памятник истории или культуры. Именно поэтому изучение наследия всегда происходит избирательно, но «чем больше освоенный фонд, чем глубже его исторический пласт, чем выше степень интеграции в данное историческое время освоенных памятников культуры, тем меньше следует опасаться за сохранность и непрерывность жизни культурного наследия в целом» (Историческая..., 2015, с. 447–448). Книга является одной из форм представления и популяризации ценностей культурного наследия, что обусловлено ее главной, по мнению современных книговедов, функцией в обществе – передачей информации в процессе социальной коммуникации (Швецова-Водка, 2017, с. 5–6).

Тематика статьи предполагает рассмотрение издательской деятельности как пространственно-обусловленного явления, поэтому в качестве методологической основы была использована представленная К. Мигонем теоретическая модель книжной культуры, в которой он выделяет **«культурные круги книги»**: 1) *локальный*, обычно ограниченный небольшой территорией и сообществом людей, чаще всего принадлежащих к какой-либо местности или административной единице; 2) *региональный*, существующий на исторически сформировавшейся, отличающейся от других территории; 3) *национальный*, формирующийся в пределах одного государства или нации; 4) *наднациональный*, обусловленный языковой или религиозной общностью; 5) *культурно-цивилизационный*, охватывающий большие геополитические территории; 6) *мировой* (Kultura książki, 2017). При этом каждый из кругов включает множество книжных культур, пересекающихся между собой и входящих в более крупные. Деятельность объектов нашего исследования относится к локальной и региональной книжной культуре, являющимся в свою очередь частью национальной российской книжной культуры.

Основные функции региональной книжной культуры и значение краеведческих изданий для сохранения историко-культурного наследия территории

Для региональной книжной культуры наряду с социально-информационно-коммуникационной функцией сущностной является также мемориальная, выражающая сохранение историко-культурного наследия отдельных территорий и приобщение к нему населения. Она реализуется посредством выпуска и распространения краеведческой литературы, то есть изданий, посвященных знаковым событиям прошлого, выдающимся людям, культуре коренных народов региона, истории отдельных поселений, памятникам искусства и архитектуры, природным достопримечательностям.

Возрастание краеведческой направленности мемориальной функции регионального книгоиздания в России началось в 1990-е гг., когда учреждения, занимающиеся краеведческой работой (в первую очередь музеи, архивы, библиотеки), получили возможность самостоятельно определять содержание и формы этого направления своей деятельности (Пушкарёва, 2016, с. 33). Всплеск интереса к локальной истории был также обусловлен распадом СССР и последовавшим за ним кризисом государственной идентичности, вызвавшим обращение к региональному и этническому самосознанию. С середины 1990-х гг. (и особенно после кризиса 1998 г.) ведущей тенденцией в книжном деле страны стала концентрация издательского

капитала в центральном ее регионе. В результате в начале XXI в. независимые региональные издатели вынуждены были с универсального книжного репертуара переключиться на отдельные его «сегменты» (Посадсков, 2018, с. 92), одним из которых является краеведческая тематика. Происходившая в тот же период в полиграфии модернизация оборудования, а также появление современной оргтехники и компьютерных программ, позволяющих самостоятельно подготовить издание как в цифровом, так и в печатном виде, сделали выпуск книг технически возможным и финансово доступным для учреждений и частных лиц. Все эти факторы окончательно утвердили краеведческую направленность регионального книгоиздания. С каждым годом краеведческие издания Сибири и Дальнего Востока становятся все более качественными и оригинальными в плане полиграфического оформления, освещая все больше аспектов многообразной жизни огромной мультикультурной территории нашей страны.

Освоение регионального историко-культурного наследия и его популяризация пробуждают и укрепляют в людях чувство единства и принадлежности к своей малой родине. Именно поэтому актуальным представляется изучение способов реализации мемориальной функции краеведческого книгоиздания в Сибири и на Дальнем Востоке, а также проблем, возникающих на пути приобщения жителей региона к историко-культурному наследию.

Популяризация историко-культурного наследия региона издательствами и издающими организациями Сибири и Дальнего Востока

Выше уже говорилось о причинах, по которым в настоящее время практически вся книжная продукция Сибири и Дальнего Востока содержательно связана с регионом или его отдельными административно-территориальными единицами. Таким образом, большинство местных издательств имеют отношение к популяризации историко-культурного наследия, будь то подготовка и печать книг на заказ (эта деятельность присуща большинству крупных издательско-полиграфических комбинатов, например, «Дальпресс» (Владивосток), «Офсет» (Новосибирск), а также издательствам универсального профиля) или изначальная специализация предприятия на выпуске произведений местных авторов (например, «Охотник» (Магадан), «Свиньин и сыновья» (Новосибирск), «Апекс» (Норильск), издательства национальных республик). Подобная ориентация на местную специфику уже оформилась в одну из характерных именно для региональной книжной культуры

издательских стратегий, получивших название *краеведческой* (Лизунова, Метельков, 2019).

Среди издающих организаций краеведческую литературу традиционно выпускают те, чья деятельность институционально связана с сохранением исторической и культурной памяти, то есть музеи, архивы и библиотеки. Одна из тенденций современного краеведческого книгоиздания – появление незарегистрированных книг и брошюр, отпечатанных на доступной оргтехнике или типографским способом на заказ. Чаще всего такие «самодельные издания» характерны для библиотек и музеев малых городов и сельской местности, где учреждения культуры имеют гораздо меньше финансовых возможностей для выпуска своих публикаций. Печатают книги и брошюры собственными силами, они таким образом экономят на редакторских и корректорских услугах, приобретении международного стандартного книжного номера (ISBN). Примеров подобной популяризации историко-культурного наследия сибирско-дальневосточного региона чрезвычайно много (Трояк, Савенко, 2018, с. 410–411). Разумеется, в тех случаях, когда публикация получает финансовую поддержку местной администрации или меценатов, книга выходит со всеми необходимыми атрибутами официально зарегистрированного издания.

Вклад в изучение и популяризацию историко-культурного наследия региона вносят вузы и научные учреждения. Результаты проведенных ими исследований края выпускаются как в виде специализированных изданий, так и трудов, рассчитанных на более широкий круг читателей. Многие из вузовских издательств выполняют также коммерческие заказы.

Важным фактором в деле развития и популяризации исследований, посвященных малой родине, является общественное краеведческое движение и выпуск авторами изданий на собственные средства. В отличие от специалистов-историков, краеведы-любители часто выбирают для изучения предметы, явления или события, определяя их важность без соотнесения с мировой и национальной историей, руководствуясь лишь их значимостью для себя лично, своих родственников и друзей, своего города и села (Веденин, 2018, с. 78). В результате осваиваются ранее не замеченные элементы наследия, происходит актуализация памяти жителей региона о конкретных сюжетах, в том числе малоизвестных или кажущихся малозначимыми.

Можно привести и выдающиеся примеры частной издательской инициативы, изначально направленной на сохранение и популяризацию историко-культурного наследия региона, которая благодаря уникальности содержания и мастерству исполнения приобрела известность и заслужила всеобщее признание.

Ярчайшим представителем современного сибирского книгоиздания является А. Г. Елфимов, основавший в 1994 г. региональный благотворительный фонд «Возрождение Тобольска». Наиболее известные издательские проекты фонда – альманах «Тобольск и вся Сибирь», а также единственное в своем роде библиофильское издание «Евангелие Достоевского»¹ (2017).

Книгоиздатель и краевед Ю. Л. Мандрика из Тюмени знаменит не только своим литературно-краеведческим журналом «Лукич»² (Пермякова, 2014), объединившим краеведов области, но и возвращением имен забытых сибиреведов П. Буцинского, А. Сулоцкого, М. Кастрена, С. Патканова, а также переизданием газеты «Сибирский листок» за 1890–1919 гг.³ Переехав в Москву, он продолжает заниматься изучением истории Тюмени и Сибири, издавать журнал и книги на свои средства (Наумова, 2017).

Способы популяризации региональных краеведческих изданий

Подготовка изданий, относящихся к историко-культурному наследию, предполагает использование принципа краеведческого фокусирования, когда «отбор информации и ее стилистическое воплощение нацелены на создание колоритного образа региона, подчеркивание его самобытности» (Пушкарева, 2016, с. 37). В этом контексте ему наиболее созвучны оригинальные по содержанию материалы, но при этом ориентированные на массового читателя книги о регионе в целом и его отдельных территориях, поскольку именно в них наиболее ярко показано своеобразие местности. Они же, наряду с фотоальбомами, путеводителями и иными иллюстрированными изданиями, являются самым коммерчески успешным продуктом местных издателей. Подобное обращение к пропаганде наследия, отражающего локальную идентичность, часто обусловлено информационными поводами (юбилей) либо процессами создания бренда города или области. Например, в Новосибирске с середины 2000-х гг. идет формирование имиджа города, административно закрепленное в нескольких планах и программах (Антропов, 2016, с. 261). Предпринятые в рамках этого процесса меры по сохранению и популяризации исторического и культурного наследия стимулировали интерес жителей к изданиям

¹ Благотворительный фонд «Возрождение Тобольска» // Международная жизнь. 18.02.2019. URL: <https://interaffairs.ru/news/show/21695> (дата обращения: 18.11.2019).

² Журнал выходит с 1998 г., с 2014 г. называется «Большое городище».

³ Книгоиздатель и краевед Тюмени Юрий Мандрика отмечает юбилей // Nashgorod.ru. 18 апреля 2012. URL: <https://www.nashgorod.ru/news/society/18-04-2012/knigoizdatel-i-kraeved-tyumeni-yuriy-mandrika-otmechaet-yubiley> (дата обращения: 18.11.2019).

о Новосибирске. В частности, в 2011 г. в списке бестселлеров крупнейших новосибирских книжных магазинов «Плиний Старший» и «BOOK-LOOK» 3-е и 4-е места занимали книга И. Маранина «Мифосибирск. Мифы, тайны, байки и реальные истории о Новосибирске» (2011) и фотоальбом С. Степанова «Новосибирск by Gelio»⁴ (2012), показывающий город с высоты птичьего полета. Директор книжного магазина «КапиталЪ» отметил, что спросом у покупателей в 2011 г. пользовалась также новая книга новосибирской сказительницы Таисии Пьянковой «Онегина звезда»⁵.

В целом по региону примеры выхода местных изданий в лидеры продаж, к сожалению, единичны и обусловлены, как правило, известностью самих авторов. Большое значение имеет представление книги в средствах массовой информации. Так, презентации «Мифосибирска» прошли в книжных магазинах «КапиталЪ» (в рамках книжного фестиваля «Многоточие»⁶) и «Плиний Старший»⁷, арт-клубе «Эврика» (Стороженко, 2011), на новостных порталах города неоднократно говорилось об издании и его авторе (Сорокина, 2011; Тимофеева, 2011). Кроме того, в лучших традициях продакт-плейсмента информация о книге как минимум дважды появлялась на наиболее популярном онлайн-портале Новосибирска NGS.RU в материалах, никак не связанных с издательской деятельностью. В первом случае книга упоминалась в статье о шквальном ветре, прошедшем в Новосибирской области в середине июля 2011 г. Автор статьи в последнем абзаце обращает внимание, что в книге И. Маранина «Мифосибирск» описан ураган 11 октября 1959 г. (Пономарев, 2011). Во втором случае ссылка на И. Маранина как исследователя местных мифов и легенд и автора «Мифосибирска» дана в контексте материала о «вампирических» нападениях на скот (Стюард, 2011). Сложно однозначно сказать, была ли это заранее спланированная рекламная кампания или интерес к книге в СМИ связан исключительно с личностью автора – известного в городе краеведа, писателя, поэта и блогера. Скорее всего, имеет место и то и другое.

⁴ В рейтинге продаж магазина «КапиталЪ» альбом находился на 5-м месте.

⁵ Сборник видов Новосибирска фотографа-любителя неожиданно стал хитом продаж // ALTAPRESS.RU. 16 января 2012 г. URL: <https://altapress.ru/zhizn/story/sbornik-vidov-novosibirska-fotografa-lyubitelya-neozhidanno-stal-hitom-prodazh-78749> (дата обращения: 04.12.2019).

⁶ В Новосибирске впервые пройдет книжный фестиваль «Многоточие» // PRO-BOOKS.RU. 29 июля 2011 г. URL: <http://pro-books.ru/news/4/7632> (дата обращения: 04.12.2019).

⁷ Новосибирск после ядерной войны пойдет на сувениры // NGS.RU. 15 июля 2011 г. URL: <https://news.ngs.ru/more/94482> (дата обращения: 04.12.2019).

Представление научного и культурного наследия региона широкой общественности сибирские и дальневосточные издательства осуществляют также благодаря демонстрации своей продукции на книжных ярмарках в других регионах, проведению презентаций вышедших из печати книг. Привлекают внимание к краеведческой литературе различные конкурсы книги. Благодаря этим мероприятиям читатели получают возможность познакомиться хотя бы с частью издательского репертуара других городов региона. О востребованности этих мероприятий говорит тот факт, что в разных городах региона появляются все новые книжные ярмарки и конкурсы, позволяющие познакомить читателя с книжной культурой Сибири и Дальнего Востока, выявить и популяризировать лучшие издания, способствовать расширению евразийского информационно-культурного сотрудничества. Так, в 2017 г. в Новосибирске состоялся первый конкурс «Книга года: Сибирь – Евразия», организованный ГПНТБ СО РАН и Новосибирской государственной областной научной библиотекой при поддержке правительства Новосибирской области (Лизунова, 2017).

В связи с тем, что все больше пользователей в качестве источника краеведческой информации выбирают интернет, одним из способов освоения локальных сегментов культурного наследия можно считать формирование краеведческих информационных ресурсов на сайтах библиотек, музеев, архивов. Такие электронные библиотеки включают самые разнообразные материалы, в том числе электронные версии местных изданий. Однако их подборка часто выглядит довольно случайным набором книг из фондов самой библиотеки. Одной из задач проведенного Л. Г. Тараненко в 2014–2017 гг.⁸ исследования краеведческой деятельности библиотек в электронной среде было изучение удаленных пользователей краеведческой информации. В своих выводах она отмечает необходимость разработки стратегии развития ассортимента краеведческих продуктов / ресурсов с ориентацией на потребителя, указывая, что 44,1% опрошенных библиотек не изучают удаленных пользователей (Тараненко, 2018, с. 52, 56). Между тем создаваемые библиотеками краеведческие ресурсы основаны на тех же не вполне соответствующих читательским потребностям печатных фондах, что при слабом изучении читательских предпочтений может привести к снижению востребованности этих ресурсов.

Интернет также является одним из главных каналов распространения и популяризации региональной краеведческой книжной продукции. Большинство издательских фирм Сибири и Дальнего Востока, а также некоторые издающие

⁸ Исследование было завершено в октябре 2017 г.

организации продают книги непосредственно на своих сайтах или через независимые интернет-магазины. Что касается учреждений культуры или частных лиц, то они чаще всего безвозмездно размещают электронные версии изданий на своих сайтах. Так поступает большинство библиотек, многие архивы и некоторые музеи. Иногда даже отдельные региональные издательства, специализирующиеся на выпуске краеведческой литературы, наряду с продажей своих книг через интернет, предоставляют их тексты для бесплатного скачивания. В качестве примера можно привести магаданское издательство «Охотник», которое выкладывает на своем сайте полные или ознакомительные (первые 50 страниц) PDF-версии издаваемых книг⁹. На сайте Тюменского регионального общественного благотворительного фонда «Возрождение Тобольска» имеется целый раздел «Онлайн-библиотека», в котором посредством Adobe Flash Player доступны для просмотра все выпущенные этой организацией издания¹⁰.

Список источников / References

- Антропов Е. В. Мифологизация Новосибирска в современных практиках самопрезентации городского сообщества // Сибирь: контексты настоящего : сб. материалов междунар. конф. молодых исследователей Сибири. Иркутск, 2016. С. 255–262 ; Antropov EV (2016) Mythologization of Novosibirsk in modern practices of the city community self-presentation. *Sibir': konteksty nastoyashchego : sb. materialov mezhdunar. konf. molodykh issledovatelei Sibiri*. Irkutsk, pp. 255–262. (In Russ.).
- Веденин Ю. А. География наследия. Территориальные подходы к изучению и сохранению наследия. Москва : Новый хронограф, 2018. 472 с. ; Vedenin YuA (2018) *Geography of heritage. Territorial approaches to study and preserve the heritage* [Geografiya naslediya. Territorial'nye podhody k izucheniyu i sokhraneniyyu naslediya]. Moscow: Novyi khronograf. (In Russ.).
- Дроздова Ю. А. Региональная идентичность: управление процессом конструирования. Волгоград : Изд-во ВАГС, 2011. 196 с. ; Drozdova YuA (2011) *Regional identity: managing the design process* [Regional'naya identichnost': upravlenie protcessom konstruirovaniya]. Volgograd: Izd-vo BAGS. (In Russ.).
- Историческая культурология / отв. ред. Э. А. Шупева. Москва, 2015. 795 с. (Энциклопедия культурологии ; т. 4) ; Shulepova EA (ed) (2015) *Historical culturology* [Istoricheskaya kul'turologiya]. Moscow. (Encyclopedia of cultural studies ; vol. 4). (In Russ.).

⁹ Издательство «Охотник». URL: <https://hunterpress.ru> (дата обращения: 05.09.2019).

¹⁰ «Возрождение Тобольска». Тюменский региональный общественный благотворительный фонд. Онлайн-библиотека. URL: <http://www.tobolsk.org/index.php/ru/onlajn-biblioteka> (дата обращения: 05.09.2019).

Размещает ознакомительные версии некоторых своих книг и Дальневосточный издательский центр «Приамурские ведомости» (Хабаровск)¹¹.

Заключение

Региональное книгоиздание является не только формой увековечивания и способом сохранения наследия территории, но и инструментом его популяризации, обеспечивая тем самым связь между поколениями и способствуя осознанию региональной идентичности. Публикация результатов краеведческих исследований повышает ценность культурного ландшафта территории, способствует актуализации исторической памяти и расширению ее объема. Все большее значение для продвижения к читателю региональной краеведческой издательской продукции приобретают ее продажа через интернет и размещение в составе краеведческих информационных ресурсов.

- Китинг М. Новый регионализм в Западной Европе // Логос. 2003. № 6. С. 67–116 ; Kiting M (2003) New regionalism in West Europe. *Logos* 6: 67–116. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Открытый межрегиональный конкурс «Книга года: Сибирь–Евразия–2017»: подведение итогов // Книжная Сибирь. Новости. 25.09.2017 ; Lizunova IV (2017) Open interregional competition "Book of the year: Siberia-Eurasia-2017": summing up. *Knizhnaya Sibir'. Novosti*. 25.09.2017. URL: <https://www.bibliosib.ru/news/itogi-otkrytogo-mezhregionalnogo-konkursa-kniga-goda-sibirevraziya2017lessbrgreater/> (дата обращения = accessed 05.09.2019) (In Russ.).
- Лизунова И. В., Метельков А. С. Новые приоритеты книжной культуры информационного общества: поддержка книги, чтения и детства (итоги III Регионального книжного форума, 12–13 сентября 2019 г.) // Труды ГПНТБ СО РАН. 2019. № 4. С. 101–106 ; Lizunova IV and Metelkov AS (2019) New priorities of the book culture in the information society: support for books, reading and childhood (results of the III Regional book forum, September 12–13, 2019). *Trudy GPNTB SO RAN* 4: 101–106. (In Russ.).
- Наумова В. Любимое городище Юрия Мандрики // Тюменские известия. Парламентская газета. Культура. 29 июля 2017. № 130 ; Naumova V (2017) Favorite settlement of Yuri Mandrika. *Tyumenskije izvestiya. Parlamentskaya gazeta. Kul'tura*. 29 iyulya 2017. URL: <https://t-i.ru/articles/14573> (дата обращения = accessed 18.11.2019). (In Russ.).
- Пермякова И. Новая инкарнация журнала «Лукич» // Вслух.ru. 8 сентября 2014 г. ; Permyakova I (2014) New incarnation of magazine «Lukich». *Vsluh.ru*. 8 sentyabrya 2014 g. URL: <http://www.vsluh.ru/>

¹¹ Дальневосточный издательский центр «Приамурские ведомости». Продукция. Книги. URL: <http://pv27.ru/produksiya/knigi> (дата обращения: 05.09.2019).

- [news/culture/286252](#) (дата обращения = accessed 18.11.2019). (In Russ.).
- Пономарев К. Южный шквал // NGS.ru. 18 июля 2011 г. ; Ponomarev K. Southern squall. NGS.ru. 18 iyulya 2011 g. URL: <https://news.ngs.ru/more/94674/> (дата обращения = accessed 04.12.2019). (In Russ.).
- Посадсков А. Л. Состояние негосударственного книгоиздания в регионах России как препятствие на пути информационного общества (по материалам Сибири и Дальнего Востока конца XX – начала XXI в.) // Гуманитарные науки в Сибири. 2018. Т. 25, № 3. С. 88–92 ; Posadskov AL (2018) The state of non-state book publishing in regions of Russia as an obstacle to the information society (based on materials from Siberia and the Far East of the late XX – early XXI centuries). *Gumanitarnye nauki v Sibiri* 25(3): 88–92. (In Russ.).
- Пушкарева И. А. Краеведческие доминанты в российском региональном медиадискурсе конца XX – начала XXI века: семантико-стилистический анализ на материале городской газеты «Кузнецкий рабочий» (Новокузнецк). Новокузнецк : НФИ КемГУ, 2016. 360 с. ; Pushkareva IA (2016) *Local history dominants in the Russian regional media discourse of the late XX – early XXI centuries: semantic and stylistic analysis based on the material of the city newspaper "Kuznetsky Rabochy" (Novokuznetsk)* [Kraevedcheskie dominanty v rossiiskom regional'nom mediadiskurse kontca XX – nachala XXI veka: semantiko-stilisticheskii analiz na materiale gorodskoi gazety «Kuzneckii rabochii» (Novokuznetck)]. Novokuznetsk: NFI KemGU. (In Russ.).
- Сорокина М. «Мифосибирск»: байки о Новосибирске // Академия новостей. 9 августа 2011 г. ; Sorokina M (2011) "Mitsubis": stories about Novosibirsk. *Akademiya novostei*. 9 avgusta 2011 g. URL: <https://academ.info/news/17910> (дата обращения = accessed 04.12.2019). (In Russ.).
- Стороженко И. В «Эврике» расскажут о неизвестных страницах истории Новосибирска // Академия новостей. 5 декабря 2011 г. ; Storozhenko I (2011) "Eureka" will tell about unknown pages of the history of Novosibirsk. *Akademiya novostei*. 5 dekabrya 2011 g. URL: <https://academ.info/news/19010> (дата обращения = accessed 04.12.2019). (In Russ.).
- Стюард С. По следам чупакабры // NGS.ru. 2 августа 2011 г. ; Steward S (2011) In the footsteps of the Chupacabra. NGS.ru. 2 avgusta 2011 g. URL: <https://news.ngs.ru/more/95854/> (дата обращения = accessed 04.12.2019). (In Russ.).
- Тараненко Л. Г. Краеведческая деятельность библиотек в электронной среде: состояние и перспективы развития. Кемерово : Изд-во КемГИК, 2018. 287 с. ; Taranenko LG (2018) *Local history activity of libraries in the electronic environment: state and prospects of development* [Kraevedcheskaya deyatel'nost' bibliotek v elektronnoi srede: sostoyanie i perspektivy razvitiya]. Kemerovo: Izd-vo KemGIK. (In Russ.).
- Тимофеева И. Мифы города-перекрестка // Ведомости Законодательного собрания Новосибирской области. 05.05.2011 ; Timofeeva I (2011) Myths of the crossroads city. *Vedomosti Zakonodatel'nogo sobraniya Novosibirskoi oblasti*. 05.05.2011. URL: <https://ведомостинско.рф/article/37066/Мифы-города-перекрестка> (дата обращения = accessed 04.12.2019). (In Russ.).
- Трояк И. С., Савенко Е. Н. Издание краеведческой литературы в Сибири и на Дальнем Востоке в 2001–2016 гг. // Одиннадцатые Макушинские чтения : материалы науч. конф. (Томск, 29–30 мая 2018 г.). Новосибирск, 2018. С. 406–414 ; Troyak IS and Savchenko EN (2018) Publication of local history literature in Siberia and the far East in 2001–2016. *Odinadcatye Makushinskie chteniya : materialy nauch. konf. (Tomsk, 29-30 maja 2018 g.)*. Novosibirsk, pp. 406–414. (In Russ.).
- Швецова-Водка Г. Н. Учение о библиосфере – новый вклад в библиотечно-информационную науку // Библиосфера. 2017. № 1. С. 3–9 ; Shvetsova-Vodka GN (2017) the Doctrine of the biosphere – a new contribution to library and information science. *Bibliosfera* 1: 3–9. (In Russ.).
- (2017) *Kultura książki. Encyklopedia książki. Vol. 2*. Wrocław, pp. 234–235.

КНИЖНЫЕ ПАБЛИКИ В «ИНСТАГРАМЕ»

Т. Д. Рубанова

Челябинский государственный институт культуры, Челябинск, Россия;
e-mail: trubanova@yandex.ru



Рубанова Татьяна Давыдовна,
доктор педагогических наук, профессор кафедры документоведения и издательского дела ЧГИК

ORCID: [0000-0002-6082-447X](https://orcid.org/0000-0002-6082-447X)
e-mail: trubanova@yandex.ru

Аннотация. Особенность русскоязычного сегмента «Инстаграма» заключается в том, что для многих пользователей он стал площадкой для текстового самовыражения и дискуссий (в том числе и по вопросам чтения). Это объясняет создание издательствами и книжными магазинами аккаунтов в «Инстаграме», которые активно используются для продвижения книжной продукции. Цель статьи – выявить маркетинговый потенциал книжных пабликов в социальной сети «Инстаграм». Задачи исследования: проанализировать успешные практики работы издательств и книготорговых организаций на площадке «Инстаграма» с точки зрения текстового контента, визуального оформления; установить основные формы вовлеченности пользователей; рассчитать коэффициент вовлеченности ER (Engagement Rate); обозначить возможные «рецепты» успешности книжных пабликов. При просмотре официальных сайтов издательств и книжных магазинов были выявлены книжные паблики со значительным числом подписчиков; изучены формы привлечения пользователей, определены особенности содержательного контента и визуального оформления. Проведено сравнение уровня активности двух крупнейших пабликов издательств «Эксмо» и МИФ: «eksmolive» и «mifbooks», для чего подсчитано количество постов, лайков и комментариев за период с 23.10.2019 по 22.11.2019 и рассчитан коэффициент вовлеченности по методике ER.

Сделаны выводы, что издательские организации и книготорговые предприятия активно используют «Инстаграм» как перспективный маркетинговый инструмент, действенность которого определяется грамотным сегментированием аудитории, уникальностью контента и визуального оформления, использованием разнообразных способов активизации вовлеченности пользователей.

Ключевые слова: книга, издательство, книжный магазин, «Инстаграм», паблик, аккаунт, вовлеченность

Для цитирования: Рубанова Т. Д. Книжные паблики в «Инстаграме» // Библиосфера. 2020. № 1. С. 39–45. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-39-45.

BOOK PUBLIC PAGES IN INSTAGRAM

Tatiana D. Rubanova

Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, Russia;
e-mail: trubanova@yandex.ru

Rubanova Tatiana Davydovna,
doctor of pedagogical Sciences,
Professor of the Department of
documentation and publishing;
ORCID: [0000-0002-6082-447X](https://orcid.org/0000-0002-6082-447X)
e-mail: trubanova@yandex.ru

Abstract. The peculiarity of the Russian-language Instagram segment is that for many users it has become the platform for text self-expression and discussions (including on reading issues). This explains the fact that many publishers and bookstores create their own Instagram accounts to promote book products. The purpose of the article is to identify the marketing potential of book public pages in Instagram. The author sets the following tasks: to identify successful practices of publishers and bookselling organizations in Instagram; analyze them from the point of view of text content, visual design; identify the main forms of users engagement; calculate the engagement rate (ER); identify possible "recipes" for the success of book public pages. Viewing the official websites of publishers and bookstores allowed the identification of book public posts with a significant number of subscribers and that of forms to attract users, and the determination of content features and visual design. A comparison of the activity level of public pages: @eksmolive and @mifbooks of two major publishing houses. For this purpose, the number of posts, likes and comments for the period from 23.10.2019 to 22.11.2019 was calculated, as well as the engagement rate using the ER method. The author comes to the conclusion that the Instagram is widely used by publishing organizations and booksellers as a promising platform for book promotion and reading support, active exchange of information with the audience, increasing people's loyalty, brand promotion, organization of direct sales. Effectiveness of the presence of booksellers in Instagram largely depends on the competent segmentation of the audience, the uniqueness of the content and visual design, and the use of various techniques and methods to enhance user engagement.

Keywords: book, publishing house, bookstore, Instagram, public page, account, engagement

Citation: Rubanova T. D. Book public pages in Instagram. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 39–45. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-39-45.

Received 10.01.2020

Revised 07.02.2020

Accepted 12.02.2020

Российский «Инстаграм»: статистика и особенности

Социальные сети как особая форма коммуникации в интернете появились в конце XX в. За недолгий период существования они стали настоящим феноменом. Количество сетей и их пользователей растет и множится; они меняются качественно, постоянно расширяя функциональные возможности. Поэтому неудивительно, что издательства, книжные магазины и библиотеки видят в социальных сетях с их многомиллионной аудиторией очень перспективную площадку, которая без расходов на создание собственной инфраструктуры предоставляет широкие перспективы для активного обмена информацией с аудиторией, повышения ее лояльности, продвижения бренда, организации прямых продаж и т. д.

Хотя деятельность субъектов книжного дела на площадках социальных сетей еще не стала предметом глубокого и всестороннего профессионального осмысления, количество публикаций по этой теме множится ([Андрянова, 2017](#);

[Крылова, 2013](#); [Лизунова, 2015](#); [Новые форматы..., 2015](#); [Рубанова, 2018](#); [Технологии, 2016](#); [Чушкина, 2014 и др.](#)). Во всех перечисленных публикациях социальная сеть «Инстаграм» даже не упоминается, поскольку является одной из самых молодых.

«Инстаграм» как приложение для быстрого редактирования и публикации фотографий с мобильных устройств впервые появился в магазине App Store компании Apple 6 октября 2010 г. За неполные 10 лет существования он стал активно развивающейся социальной сетью. По данным на июнь 2018 г., число пользователей «Инстаграма» в мире превысило 1 млрд человек. Общую численность российского «Инстаграма» эксперты оценивают в 32 млн. Ежемесячно наши соотечественники оставляют в «Инстаграме» 304 960 сообщений ([Полная история..., 2019](#)).

Вопреки воле создателей, задумывавших изначально «Инстаграм» как визуальную соцсеть «про картинки», для многих пользователей он стал площадкой для текстового самовыражения и дискуссий. Размышляя о том, почему русский

«Инстаграм» не только смотрят, но и читают, журналисты РБК связывают это, во-первых, со спецификой российской системы образования, которая исторически (и по сей день) построена так, что большую часть информации обучающиеся получают из текста, и, во-вторых, с особенностями визуальной культуры в нашей стране, где для человека в любом визуальном сообщении важнее смысл, значение, а не картинка (*Почему в России...*).

Сказанное выше помогает понять, почему в российском сегменте «Инстаграма» так много пишут и спорят о чтении и книгах. Более того, «Инстаграм» оказался наиболее востребованной площадкой для любителей чтения. Об этом свидетельствуют данные лидирующей на рынке СНГ системы мониторинга и анализа социальных медиа и СММ Brand Analytics.

Специально к Международному культурному форуму (Санкт-Петербург, ноябрь 2018 г.) Brand Analytics провела исследование того, как обсуждают в социальных медиа чтение, библиотеки и литературные произведения (*#ЯЧитаю..., 2018*). В исследовании сочетались качественный анализ данных за октябрь 2018 г. и экспресс-анализ годовой ретроспективы упоминаний с ноября 2017 по ноябрь 2018 г. Было обработано 21,6 млрд сообщений российских пользователей соцмедиа (из которых объем релевантных исследованию сообщений в годовой ретроспективе составил 10,7 млн сообщений). Для глубокой аналитики были отобраны 175 тыс. постов и комментариев.

Исследование показало, что «Инстаграм» лидирует среди других соцсетей по количеству обсуждений книг. На его долю приходится 36% обсуждений (на долю «ВКонтакте» приходится 22% обсуждений, «Фейсбука» – 18%, «Твиттера» – 8%) (*#ЯЧитаю..., 2018*).

Секреты успешности книжного паблика

Книжные профили в «Инстаграме» бывают разными. Можно условно поделить их на две группы: паблики и личные аккаунты.

Паблик – это публичная страница определенной тематики с подписчиками, без выделенного администратора (в профиле нет фото, не указаны личные данные).

Паблики создают издательства, книжные магазины, библиотеки. Приведем некоторые примеры: издательский дом «Росмэн» (паблик *«rosman_izd»*, 75 600 подписчиков) (здесь и далее приведена статистика подписчиков на 10.01.2020 – Т. Р.), издательство «АСТ» (*«izdatelstvoast»*, 118 000 подписчиков), издательство «МИФ» (*«mifbooks»*, 263 100 подписчиков), книжные интернет-магазины «Book24» (*«book24.ru»*, 101 000 подписчиков) и «Лабиринт»

(*«labirintru»*, 229 000 подписчиков), сеть книжных магазинов «Читай-город» (*«chitai_gorod»*, 231 000 подписчиков) и т. д.

Некоторые издательства создают несколько пабликов в «Инстаграме»: так, несомненный лидер российского книжного рынка – издательская группа «Эксмо» – имеет два паблика: для новинок и бестселлеров предназначен *«eksmolive»*, для детской литературы – *«eksmo_kids»*. Совокупное количество подписчиков составляет 203 400 человек. Издательство деловой литературы «Манн, Иванов и Фербер» («МИФ») ведет шесть очень успешных пабликов, на которые в общей сложности подписано 725 100 человек.

Для администраторов издательских пабликов характерно вполне объяснимое стремление «вкусно» подать книжные новинки, поэтому в контенте доминируют посты рекламного характера, рассказывающие об отдельных книгах, и информационные посты о различных акциях.

Тексты о книжных новинках не шаблонные, хорошо написанные, выгодно отличающиеся от сухих «дежурных» аннотаций. Приведем в качестве примера текст из паблика издательства «Манн, Иванов и Фербер» *«mifbooks»*: *Сколько раз вы избегали неприятных разговоров, все больше изводя себя их ожиданием? Бывали на деловых встречах, где 2 часа говорят ни о чем (хотя вроде как по делу), а после – голова раскалывается? Давили в себе негативные эмоции? Ощущали «заражение» чьим-то настроением? Писали импульсивные сообщения, о которых жалели? Не могли найти ту самую глобальную цель вашей жизни? Вам хоть раз было неловко обсуждать с близкими людьми вопросы денег, поведения в горячих ситуациях, чувства?*

Все это – последствия избегания дискомфорта, отсутствия эмоциональной смелости. Раз есть ограничение в этом, то и в других действиях тоже, а значит – не используются все имеющиеся возможности.

Книга обо всем этом и даже больше. От души советую брать дуэтом с книгой Питера Бергмана «Эмоциональная смелость» книгу Нин Джеймс «Внимание самому важному»¹.

В издательских и книготорговых пабликах реализовано немало интересных идей подачи материала книжной и околоскнижной тематики: «Путеводитель по книгам Дины Рубиной» (*«eksmolive»*), подборки цитат от знаменитых авторов, тематические подборки (*«chitai_gorod»*: «8 романов с необычным мироустройством», «5 книг, которые помогут встретить Новый год правильно»; *«eksmolive»*: «Что почитать:

¹ @Mifbooks URL: <https://www.instagram.com/mifbooks> (дата обращения: 25.01.2020).

подборка лучших книг автора (Ф. Достоевский, К. Исигуро и др.), «Короткие рождественские рассказы и повести: шедевры классиков для праздничного настроения», «Что почитать фанатам “Звездных войн”?»).

Администраторы пабликов прилагают немалые усилия, чтобы активизировать своих фолловеров. Для этого практикуются следующие формы:

- конкурсы и розыгрыши (это то, что в «Инстаграме» называется «гивевей»), согласно условиям которых посетитель страницы должен выполнить определенные действия (например, подписаться на паблик, указать трех друзей, разместить в своем личном аккаунте скрин записи; приз разыгрывается рандомным образом среди тех, кто выполнил условия гивевей. Проводится для увеличения целевой аудитории, считается «белым», честным способом продвижения аккаунта;

- флешмобы – одновременное выполнение участниками акции определенного рода действий, заданных организатором. Особенно активно использует эту форму «labirintru». Примеры флешмобов от «Лабиринта»: «#страхи-книголюба» (флешмоб проводился в Хэллоуин): рассказать на своей личной страничке в «Инстаграме» о том, чего бояться книголюбы: разочарования от финала книги, боязнь классики и т. д.; «#килограммыкниг»: собрать в книжном магазине корзину покупок на 3 кг и показать на фото, что получилось;

- мотиваторы, к числу которых можно, вероятно, отнести гадание по книгам Р. Брэдбери и книжный гороскоп на страничке «eksmolive»;

- посты с открытыми вопросами (посетителю предлагается продолжить в комментариях фразу, например: «Книжный персонаж, который меня вдохновляет», «Какую книгу я точно не буду перечитывать», «Для какой книги я хотел бы написать продолжение»);

- распродажи и скидки: традиционный Мамаркет у «rosman_izd», тематические распродажи в «chitai_gorod» («Всех убил садовник»: 10% скидка на детективы, «Волшебный мир Джона Толкина»: 10% скидка на подборку книг для поклонников писателя);

- опросы в сторис.

Большинство пользователей «Инстаграма» – люди молодые. Они принадлежат к поколению визуалов, для которых (при всей их любви к книгам) важна картинка. Поэтому администраторы книжных пабликов большое внимание уделяют визуальному решению своей инстаграм-ленты. Конечно, «королевой» всех книжных пабликов и аккаунтов является книга (книжные обложки, раскладки книг, книга в интерьере, читатель с книгой и т. д.), но при всей уникальности оформления каждой книги

лента, наполненная исключительно книжными обложками, выглядит однообразной. Поэтому администрация пабликов разнообразит ее, используя шаблоны для однотипных постов (например, для цитат-мотиваторов, объявлений о конкурсах и флешмобах, распродаж), комбинируя в них фото + цветную подложку + текст. Оживление в ленту сообщений и сторис вносят видеосюжеты. Широко используются коллажи. Часто фоторяд дополняется графикой. Оформленные в едином стиле цитаты-мотиваторы в инстаграм-сообществе даже называют «вечнозелеными»; они не теряют своей востребованности годами. Молодежная аудитория очень восприимчива к доброжелательным, простым во взаимодействии мемам, адаптированным под книжно-читательскую тематику. Все более популярна инстаграфика.

Конечно, не во всех книжных пабликах выдерживается стилевое единство и концептуальная целостность. Завершая тему визуального решения книжных пабликов, хочется отметить, что она заслуживает вдумчивого анализа от профессиональных дизайнеров.

Дополним субъективные впечатления автора данной публикации от знакомства с книжными пабликами статистическими данными. Для сравнения были взяты паблики издательств «Эксмо» «eksmolive»² и «Манн, Иванов и Фербер» «mifbooks»³.

Поскольку в конце ноября 2019 г. разработчики «Инстаграма» ввели в российском сегменте социальной сети опцию отмены лайков (отметок «Мне нравится» – в настоящее время они доступны только для владельцев учетных записей), подсчеты проводились за период с 23.10.2019 до 22.11.2019. Результаты приведены в таблице.

Обратимся к методике расчета коэффициента вовлеченности, используемой применительно ко всем социальным сетям. Он называется ER (Engagement Rate); это показатель, отражающий уровень взаимодействия аудитории с пабликом / аккаунтом. Чем он выше, тем интереснее паблик для аудитории. Подписываясь на паблик, ставя отметку «Мне нравится», комментируя содержание паблика, сохраняя отдельные записи, обращаясь напрямую к владельцу учетной записи в Direct, пользователи демонстрируют свою заинтересованность (Формула..., 2018).

Существует несколько формул расчета ER. Наиболее популярной считается расчет ERperpost – расчет уровня вовлеченности на один пост:

ER = (лайки + комментарии): число подписчиков × 100%.

² @eksmolive URL: <https://www.instagram.com/eksmolive> (дата обращения: 25.01.2020).

³ @Mifbooks URL: <https://www.instagram.com/mifbooks> (дата обращения: 25.01.2020).

Таблица. Статистические данные о вовлеченности аудитории

Table. Statistical data on audience environment

Количественные показатели Quantitative indicators	@eksmolive	@mifbooks
Подписчики	170 000	263 100
Посты	61	49
Всего лайков (отметок «Мне нравится»)	91 843	116 142
Среднее число лайков (отметок «Мне нравится») к одному посту	1 505	2 370
Всего комментариев	1 607	2 067
Среднее число комментариев к одному посту	26,3	42

Для объективности анализа рекомендуется произвести расчет по 10–20 последним постам или по всем постам за месяц.

Используя статистические данные, приведенные в таблице, рассчитаем ER. Для паблика «eksmolive» он составляет 0,9, для «mifbooks» – 0,916.

Существенна ли эта разница? Да, если учесть, что чем больше подписная база, тем ниже показатель уровня взаимодействия пользователей. Это означает, что издательский паблик «МИФ», имеющий в полтора раза больше подписчиков и более высокий по сравнению с «Эксмо» ER, более результативен. Это тем более странно, что «Эксмо» – настоящий гигант российского книжного рынка. По статистике Российской книжной палаты в 2018 г.⁴, «Эксмо» уверенно, с большим отрывом от остальных игроков книжного рынка, лидировал. За год в «Эксмо» было издано 9244 печ. ед. общим тиражом 47 109,92 тыс. экз., тогда как издательство «Манн, Иванов и Фербер» занимало только 12-ю строчку в рейтинге, выпустив 832 издания совокупным тиражом 4624,12 тыс. экз. Таким образом, «Эксмо», почти десятикратно превышая издательство «МИФ» по объемам выпуска книжной продукции, отстает в показателях вовлеченности пользователей в инстаграм-аккаунты издательств. Почему?

Попробуем ответить на этот вопрос, а заодно и обозначить возможные «рецепты» успешности книжных пабликов.

Объяснений может быть несколько:

1. Наиболее важным, с точки зрения автора публикации, является сегментирование аудитории путем создания отдельных пабликов для разных целевых аудиторий. Именно по этому пути пошло издательство «Манн, Иванов и Фербер». В «Инстаграме» представлено шесть активно развивающихся пабликов: к первому по времени создания и «главному» «mifbooks» постепенно прибавились (с интервалом в два-три года) «mifdetstvo» («МИФ» для детей; 286 тыс.

подписчиков), «miftvorchestvo» («МИФ» для художников, писателей, дизайнеров и других творческих людей; 115 тыс. подписчиков), «mifcomics» (комиксы издательства «МИФ»; 22 тыс. подписчиков), «kumon_ru» (книги по японской методике развития; 39,1 тыс. подписчиков). В конце 2019 г. линейка «МИФ»-пабликов пополнилась «mif.proza» (за два месяца подписалось более 3 тыс. человек). По аналогичному пути сегментирования интернет-аудитории в «Инстаграме» пошло и издательство «Альпина Паблишер», которое ведет три паблика («alpinabook», «alpinadeti», «alpinanfiction»), имеющих в совокупности почти 67 тыс. подписчиков.

Любопытно отметить, что настоящие гиганты отечественного книжного рынка – издательская группа «Эксмо», имеющая самые высокие показатели по выпуску книг и издающая практически все (кроме учебной литературы), и крупнейший книжный интернет-магазин «Лабиринт» – ведут, в дополнение к основному паблику, паблик для продвижения детской литературы. Такое минимальное сегментирование аудитории явно недостаточно для универсального по составу и многочисленного книжного предложения.

2. Особенности контента. Главная ценность контента – в его уникальности. К чести отечественных книжных пабликов отметим, что представленный на их страницах контент уникален (за исключением, пожалуй, пабликов книжных магазинов, на страницах которых встречаются издательские аннотации). Однако форма подачи контента (как текстовая, так и визуальная) должна быть качественной, интересной, разнообразной и выдержанной в рамках единой концепции.

При всей схожести контента книжных пабликов (книга и все, что с ней связано), некоторые выделяются «лица необщим выраженьем». Это проявляется и в текстовом контенте, и в оформлении. Например, обращает на себя внимание особая тонкость подачи книг у «mifbooks». Здесь много философских и жизненных постов, которые помогут разобраться в проблеме,

⁴ Статистика [2018 г.] // Российская книжная палата. URL: <http://www.bookchamber.ru/statistics.html> (дата обращения: 25.01.2020).

заставят вместе с автором упомянутой книги задуматься о вечном (или – напротив – о житейском). Возможно, именно поэтому посты от «mifbooks» набирают много читательских лайков и комментариев.

Думается, что более интересными являются посты, адресованные целевой аудитории. И здесь снова возникает тема сегментирования аудитории, упомянутая выше.

У некоторых пабликов в оформлении есть собственные «фишки». Например, в паблике «chitai_gorod» часто присутствует мультяшный персонаж. А оригинальный прием совмещения лица с книжной обложки и фото читателя, впервые использованный французской независимой сетью книжных магазинов Librairie Mollat («librairie_mollat») (Захарова, 2018), взяли на вооружение и другие аккаунты. Сошлемся на опыт Дмитровской библиотеки, которая реализовала проект «#КнигоЛица». Для начала библиотекари организовали книжную выставку с подходящими книгами и фотографиями-примерами, затем предложили читателям прийти в библиотеку, чтобы сделать такое комбинированное фото. Готовые фотографии размещались не только на страничке библиотеки в «Инстаграме», но и на личных страничках читателей с хештегами «#BookfaceFriday», «#Книголица» и «#КниголицаДмитров» (Тармаева, Кондратьева, 2018). Этот проект не только помог разнообразить аккаунт библиотеки в «Инстаграме», но и привлечь новых читателей из онлайн в библиотечную реальность.

3. Разнообразные приемы вовлеченности пользователей. Выше уже назывались самые важные из них: объем подписной базы, количество отметок «Мне нравится», активное комментирование, число сохранений, обращение к администрации паблика в Direct. Здесь важно отметить, что эти общие для всех социальных сетей показатели взаимодействия могут быть дополнены очень результативными приемами сотворчества, соавторства администрации паблика и его фолловерами. Речь идет о таких приемах, когда, например, в паблике размещаются читательские отзывы на книги (этот прием практикует «mifboors»), что неизменно вызывает доверие потенциальной аудитории; публикуются фото участников проекта Дмитровской библиотеки «#КнигоЛица», о котором рассказывалось выше. Блогер О. Захарова в статье «Книжный магазин в Instagram: 8 лучших идей – в примерах» рассказывает о паблике англоязычного книжного магазина в Париже «Shakespeare and Company», на странице которого самые высокие показатели вовлеченности демонстрируют фото читателей на фоне знаменитой двери магазина: «Казалось бы, на что смотреть? Вывеска одна и та же,

зеленый фасад, который не менялся уже около века, люди неизвестные и книги не самые раскрученные... Связка фото + любимое (избранное) место срабатывает на ура: человек сразу понимает, что это адресовано ему, имидж места во многом определяет степень доверия к рекомендованным и отобраным изданиям... Плюс туристическая живописность...» (Захарова, 2018).

Особо следует отметить уникальный опыт работы администрации паблика «mifboors» по «взрачиванию» книжных блогеров (точнее, коллектива издательства «Манн, Иванов и Фербер», поскольку этот опыт транслируется с официального сайта издательства и широко используется в других социальных сетях). Издательство организовало Школу книжного блогера «для тех, кто хочет не просто читать, но и круто рассказывать о прочитанном» (Школа...). Рассчитанный на 5 недель онлайн-курс учит желающих рассказывать о книгах, делать атмосферные фото, продвигать свой книжный блог в «Инстаграме». В курсе участвуют сотрудники издательства, эксперты по продвижению, известные блогеры с большой аудиторией. Несмотря на то что курс платный (2990 р.), первый набор успешно завершил обучение, открыта запись на следующий поток.

Выводы

Итак, мы можем сделать следующие выводы:

1. Издательские организации и книготорговые предприятия активно используют «Инстаграм» как площадку для продвижения книги и поддержки чтения. Создание книжных пабликов в социальной сети «Инстаграм» открывает широкие перспективы для активного обмена информацией с аудиторией, повышения ее лояльности, продвижения бренда, организации прямых продаж и т. д.

2. Эффективность присутствия субъектов книжного дела в «Инстаграме» требует значительных трудозатрат и постоянного поиска новых креативных решений. Главными условиями привлекательности книжных пабликов являются:

- четкое сегментирование аудитории;
- уникальность контента;
- оригинальная, яркая форма его представления;
- использование разнообразных приемов и методов активизации вовлеченности пользователей.

3. Стратегии и тактики работы издательств и книжных магазинов в соцсетях (в том числе и в «Инстаграме») должны стать предметом профессиональной рефлексии.

Список источников / References

- Андриянова А. А. Книжные социальные сети как инструмент продвижения издательств // Книжное дело : достижения, проблемы, перспективы : сб. материалов VI Междунар. науч.-практ. интернет-конф. Екатеринбург : УрФУ, 2017. С. 13–19 ; Andrianova AA (2017) Book social networks as a tool to promote publishers. *Knizhnoe delo : dostizheniya, problemy, perspektivy : sb. materialov VI Mezhdunar. nauch.-prakt. internet-konf.* Ekaterinburg, URFU, pp. 13-19. URL: <http://hdl.handle.net/10995/56355> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).
- Захарова О. Книжный магазин в Instagram: 8 лучших идей – в примерах // Public related. 2018 ; Zaharova O (2018) A bookstore in Instagram: 8 best ideas – some cases. *Public related*. URL: <https://www.publicrelated.com/2018/09/14/bookstore-accounts-in-instagram-8-best-examples> (дата обращения = accessed 15.01.2020). (In Russ.).
- Крылова Е. В. Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2013. Т. 201. С. 131–140 ; Krylova EV (2013) Social networks of book subjects as a special communication environment for subjects of the book market. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 201: 131-140. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Российская книжная индустрия: интерактив в виртуальном пространстве // Гуманитарные науки в Сибири. 2015. № 4. С. 27–30 ; Lizunova IV (2015) Russian book industry: interactive in virtual space. *Gumanitarnye nauki v Sibiri*, 4: 27-30. (In Russ.).
- Новые форматы коммуникации с читателями // Книжная индустрия. 2015. № 6. С. 20–26 ; (2015) New formats of communication with readers. *Knizhnaya industriya*, 6: 20-26. (In Russ.).
- Полная история Инстаграм, 2010–2019 // EPICSTARS. 2019 ; (2019) The complete history of Instagram : 2010-2019. *EPICSTARS*. URL: https://ru.epicstars.com/full_history_of_instagram/ (дата обращения = accessed: 25.01.2020). (In Russ.).
- Почему в России так популярны текстовые блоги в инстаграме // РБКСтиль ; Why are text blogs on Instagram so popular in Russia. *RBKStil'*. URL: <https://runet.rbc.ru/materials/pochemu-v-rossii-tak-populyarny-tekstovye-blogi-v-instagrame> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).
- Рубанова Т. Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей // Вестник культуры и искусств. 2018. № 3. С. 45–53 ; Rubanova TD (2018) Support for reading in the space of book social networks. *Vestnik kul'tury i iskusstv*, 3: 45-53. (In Russ.).
- Тармаева Д. М., Кондратьева Е. Ю. Кейс: как Дмитровская библиотека создает контент для Instagram // ProКультура.РФ. 2018 ; Tarmaeva DM and Kondrat'eva EYu (2018) Case study : how Dmitrov library creates content for Instagram. *ProKul'tura.RF*. URL: <https://all.culture.ru/blog/364> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).
- Технологии нового поколения: продвижения книг в Интернете // Книжная индустрия. 2016. № 2. С. 50–53 ; (2016) New generation technologies: promoting books on the Internet. *Knizhnaya industriya*, 2: 50-53. (In Russ.).
- Формула расчета ER в Инстаграм // SocialKit. 2018 ; (2018) ER calculation formula in Instagram. *SocialKit*. URL: <https://socialkit.ru/formula-rascheta-er-instagram> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).
- Чушкина С. Е. Тематические сообщества в социальных медиа как инструмент повышения читательской культуры // Вестник Башкирского университета. 2014. № 2. С. 596–599 ; Chushkina SE (2014) Thematic communities in social media as a tool for improving reader culture. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 2: 596-599. (In Russ.).
- Школа книжного блогера // Издательство Манн, Иванов, Фербер ; Bookbloggerschool. *Izdaniel'stvo Mann, Ivanov, Ferber*. URL: <https://www.mann-ivanov-ferber.ru/bookblogger/> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).
- #ЯЧитаю: как в социальных медиа отражается чтение книг // Brand Analytics. 2018 ; (2018) #I'm reading : how reading books is reflected in social media. *Brand Analytics*. URL: <https://br-analytics.ru/blog/yachitayu/> (дата обращения = accessed 25.01.2020). (In Russ.).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИА СТАРШИМ ПОКОЛЕНИЕМ САХАЛИНСКИХ РЕПАТРИАНТОВ В ЯПОНИИ

С. Л. Сакума

Университет перспективных исследований, Сокендай, Япония;
e-mail: sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp



Сакума
Сергей Львович,
кандидат
исторических наук

ORCID: [0000-0001-7347-3229](https://orcid.org/0000-0001-7347-3229)
e-mail: sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp

Аннотация. Цель статьи – выявить особенности коммуникации и использования медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. Были поставлены следующие задачи: 1) установить, с помощью каких медиа старшее поколение сахалинских репатриантов осуществляет коммуникацию внутри Японии и трансграничную коммуникацию; 2) установить, медиа на каких языках ими используются; 3) выявить изменения в использовании медиа сахалинскими репатриантами старшего поколения, произошедшие со времени их репатриации, и причины этих изменений. Полевое исследование проводилось с августа по октябрь 2017 г.; методом интервью было опрошено 9 человек, представляющих старшее поколение репатриантов с Сахалина, из пяти городов: Асахикава, Вакканай, Саппоро, Токио, Хакодате. Средний возраст респондентов – 70 лет и 3 месяца. Существующие исследования, посвященные сахалинским репатриантам, касались предрепатриационного периода, особенностей их идентичности и культурного бэкграунда, проявляющегося в разном уровне владения японским и русским языками, в уровне образования и в стратегии адаптации. Коммуникация и использование медиа репатриантами специально не изучались. Результаты нашего исследования позволят более глубоко понять феномен репатриации, а также процессы коммуникации современного общества как в Японии, так и в мире.

Выводы: 1) сахалинские репатрианты старшего поколения с помощью мультязычных медиа и коммуникации на различных языках поддерживают мультикультурное пространство; 2) внутри старшего поколения сахалинских репатриантов есть различия в отношении к использованию новых медиа, основанных на интернет-технологиях. Эти различия обусловлены не только медиаграмотностью, но и социально-экономическим положением репатриантов.

Ключевые слова: миграция, репатриация, медиа и коммуникации, транснациональная коммуникация, Япония, Сахалин

Для цитирования: Сакума С. Л. Коммуникация и использование медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии // Библиосфера. 2020. № 1. С. 46–55. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-46-55.

COMMUNICATION AND MEDIA USAGE BY THE OLDER GENERATION OF SAKHALIN REPATRIATES IN JAPAN

Sergey L. Sakuma

The Graduate University for Advanced Studies, Sokendai, Japan;

e-mail: sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp

Sakuma Sergey Lvovich,
candidate of historical sciences;
ORCID: [0000-0001-7347-3229](https://orcid.org/0000-0001-7347-3229)
e-mail: sakumasiarhei@idc.minpaku.ac.jp

Abstract. The aim of the article is to find out the features of communication and media usage among the older generation of Sakhalin repatriates in Japan. To achieve this aim we set up the following tasks: 1. To define what media and what language are used by the older generation of Sakhalin repatriates; 2. To make it clear what media are used by the older generation of Sakhalin repatriates for communication inside Japan and abroad; 3. To elucidate the changes and their reasons in media usage by the older generation of Sakhalin repatriates occurred since the beginning of their repatriation.

This article is based on interviews with 9 respondents conducted between August and October in 2017. All respondents represent the older generation. The field study covered 5 cities (in alphabet order): Asahikawa, Hakodate, Sapporo, Tokyo, Wakkanai. The middle age of respondents is equal to 70 years and 3 months.

Previous studies on Sakhalin repatriates in Japan were on the issues of the pre-repatriation period, cultural background, language level, identity factors, adaptation strategies different for each generation of Sakhalin repatriates. However, the issues connected with communication and media usage has never been the subject for a special study. The results of the study can be used for understanding the features of such a phenomena as repatriation, as well as the modern communication processes both in Japan and the world.

The author comes to the following conclusions: 1. The older generation of Sakhalin repatriates is able to maintain a multicultural space of living by using multilingual media and conducting transnational communication; 2. There are differences in new media usage among the older generation of Sakhalin repatriates. These differences arise not only from lack of media literacy but also from social and economic status of repatriates and their needs.

Keywords: migration, repatriation, media and communication, transnational communication, Japan, Sakhalin

Citation: Sakuma S. L. Communication and media usage of the older generation of Sakhalin repatriates in Japan. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 46–55. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-46-55.

Received 13.01.2020

Revised 09.02.2020

Accepted 12.02.2020

Введение

В статье выявлены особенности коммуникации и использования медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. С появлением новых медиа, основанных на новых информационных технологиях, в частности интернета и мобильной связи, повседневная жизнь мигрантов сильно изменилась. Как пишет Д. Дименеску, «деვიзом мигрантов вчера было: оторваться от своих корней; сегодня же их девизом стало: продолжать прежние связи, несмотря на миграцию» (Dimenescu, 2008). Несмотря на расстояние между страной исхода и страной прибытия, появилась возможность поддерживать связь с оставленными родственниками, друзьями, знакомыми, а также почти

одновременно узнавать новости из зарубежных СМИ на родном языке. Новые информационные технологии позволили расширить социальные связи в принимающем обществе.

Немаловажно, что у разных поколений мигрантов отношения с новыми информационными технологиями складываются по-разному. М. Пренски назвал поколение, которое выросло и воспитывалось в условиях отсутствия интернета и компьютеров, «цифровыми мигрантами» (Prensky, 2001). Этот термин применим к старшему поколению сахалинских мигрантов, детство и юность которых приходятся на 1930–50-е гг.: для них необходима адаптация не только к принимающему обществу, но и к новым информационным технологиям.

Историография

Исследования сахалинских репатриантов проводили С. С. Пайчадзе и М. Хён из Университета Хоккайдо и Т. Накаяма из Университета города Кусиро. С. С. Пайчадзе и М. Хён изучают прежде всего проблемы идентичности и образования сахалинских репатриантов. На примере японских женщин, оставшихся после войны на Сахалине, они установили, как сформировался мультикультурный бэкграунд женщин-репатриантов старшего поколения и их семей до и после Второй мировой войны. Авторы пришли к выводу, что на современном этапе программы репатриации как в Японии, так и в Корее основаны на концепции моноэтнического государства или нации-государства и не учитывают мультиэтничность семей репатриантов. Репатрианты, адаптируясь к этой ситуации, создают свое собственное японско-корейско-русское транснациональное пространство для жизни (Hyun, Paichadze, 2015). Мы попытаемся установить, с помощью каких медиа сахалинские репатрианты создают и поддерживают свою мультикультурность.

С. С. Пайчадзе на основе различий в языковой ситуации, в идентичности и в уровне образования сахалинских репатриантов разделяет их на 4 поколения: старшее; родившееся во время Второй мировой войны и непосредственно после нее; советское; родившееся после завершения холодной войны (Paichadze, 2015). Используя эту классификацию, С. С. Пайчадзе на основе миграционной теории показывает, что разные поколения используют различные стратегии для адаптации к жизни в Японии. Старшее поколение, которое является объектом нашего исследования, соответствует старшему поколению и поколению, родившемуся во время и непосредственно после Второй мировой войны, по классификации С. С. Пайчадзе.

Т. Накаяма, интересуясь проблемой движения населения из-за изменения границ между нациями-государствами, исследует жизнь японцев, оставшихся после Второй мировой войны на Сахалине. Он приводит данные для периода после окончания холодной войны, когда среди сахалинских японцев, благодаря помощи волонтеров из Японии, началось движение за репатриацию (Nakayama, 2013). Однако исследование Т. Накаямы не касается проблемы адаптации старшего поколения после репатриации в Японию.

Таким образом, исследования, посвященные сахалинским репатриантам, раскрыли их репатриационный период, а также особенности их идентичности и культурного бэкграунда, выражающегося в разных уровнях образования, владения японским и русским языками и в различии стратегий адаптации в Японии. При этом

коммуникация и использование медиа репатриантами не обсуждались.

Когда мы говорим про новые медиа, основанные на новых информационных технологиях, и об их использовании различными поколениями, то не можем пройти мимо проблемы медиаграмотности. Ряд исследователей обращает внимание на увеличивающийся разрыв в медиаграмотности между старшим и молодым поколениями и считают его проявлением нового вида неравенства. Термин М. Пренски «цифровые мигранты» (Prensky, 2001) может быть использован в отношении старшего, поколения Второй мировой войны и советского поколения сахалинских репатриантов, чье детство приходится на период 1930–70-х гг. После переезда им было необходимо адаптироваться не только к новым условиям жизни в Японии, но и к новым медиа. Поколение, которое выросло в окружении информационных технологий, М. Пренски назвал «цифровыми аборигенами». Различия между старшим и молодым поколениями по отношению к новым медиа подчеркивает и теория цифрового неравенства (Hargittai, 2002), согласно которой есть группы населения, ограниченные в возможностях из-за неравного доступа к современным средствам коммуникации.

С другой стороны, есть исследования, которые показывают, что разница между старшим и молодыми поколениями не так очевидна. А. Деурсен и Е. Хелспер пришли к выводу, что мы не можем рассматривать все старшее поколение как одну группу с точки зрения использования ими новых медиа. Внутри этого поколения есть различия, вызванные гендером, возрастом, образованием, составом домохозяйства и отношением к интернету (Deursen, Helsper, 2015).

Краткая характеристика полевого исследования

Статья основана на полевой работе, которая проводилась с августа по октябрь 2017 г. Всего методом интервью было опрошено 9 чел. в пяти городах: Асахикава, Вакканай, Саппоро, Токио, Хакодате. Средний возраст респондентов: 70 лет и 3 месяца.

После окончания Второй мировой войны с Южного Сахалина, ставшего территорией Советского Союза, происходила репатриация японцев. Были и те, которые по разным причинам не смогли репатрироваться в послевоенное время. С 1990-х гг., благодаря усилиям Общества содействия временному возвращению на родину соотечественников Карафуту (Сахалина) и государственной помощи правительства Японии, началась их репатриация. Всего по состоянию на ноябрь 2019 г. репатрировалось 305 человек, объединенных

Таблица 1. Основные данные респондентов

Table 1. The main data on respondents

Код респондента A Respondent code	Место жительства Residence	Возраст (в 2017 г.) Age (in 2017)	Пол Sex	Самоидентификация Self-identification	Самоидентификация супруга (и) Self-identification of wife/husband	Язык (все респонденты свободно владеют русским языком) Language (all respondents speak Russian)
A	Токио	70	ж	японка	кореец	Респондент А и ее муж: японский разговорный, чтение со словарем, корей- ский свободно
B	Токио	78	м	японец	корейка	Респондент В и его жена: японский разговорный, корейский свободно
C	Асахикава	71	м	японец	корейка	Респондент С и его жена: японский начального уровня
D	Хакодате	71	ж	японка	кореец	Респондент D: японский разго- ворный продвинутого уровня (устный переводчик); ее муж: японский разговорный; оба: корейский свободно
E	Саппоро	74	ж	японка		Японский разговорный
F	Вакканай	62	м	русский		Японский начального уровня
I	Вакканай	75	м	японец		Японский разговорный, работал устным перевод- чиком
L	Вакканай	65	ж	японка	кореец	Респондент L: японский разговорный, работала уст- ным переводчиком; ее муж: японский разговорный, корейский свободно
M	Вакканай	67	ж	японка		Японский разговорный

в 135 домохозяйств¹. По данным Хоккайдского центра поддержки репатриантов из Китая и других стран, на Хоккайдо в 2017 г. проживало 211 чел². Также сообщества репатриантов меньшей численности есть в городах Вакканай, Асахикава, Токио и Хакодате.

Мультязычные медиа сахалинских репатриантов. Медиа на русском языке

У всех респондентов дома есть бумажные книги на русском языке. По словам респондентов, книгу в бумажном варианте им читать удобнее, чем в электронном.

¹ Официальная страница Ассоциации «Сахалин–Япония». URL: <http://sakhalin-kyoukai.com/about/index> (дата обращения: 16.12.2019). (Яп. яз.).

² Karafuto zanryuhoujin nitsuite. Официальная страница Хоккайдского центра помощи соотечественникам. URL: <http://www.hokkaido-sien-center.jp/papers/aboutKIKOKUSHA.pdf> (дата обращения: 16.12.2019). (Яп. яз.).

Респондент А: «Когда мы только переехали в Японию, очень хотелось читать книги на русском языке, но их не было. После нам прислали из России почтой, также привезли и некоторые мы получили в подарок. Перед сном если не прочитаю хотя бы одну страницу, не могу заснуть. Чтение на русском языке успокаивает сердце и стало своеобразной привычкой»³.

По словам респондента А, для чтения на японском им не хватает знаний иероглифов: «В книгах на японском языке много иероглифов, каждое слово нужно смотреть в словаре. Поэтому чтение становится тяжким трудом»⁴. Респондент F добавил, что «может читать на японском только книги для учащихся 1–2 классов начальной школы»⁵.

³ Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

⁴ Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

⁵ Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.

Во время переезда багаж репатриантов был ограничен двадцатью килограммами, поэтому они не могли взять с собой много книг. В Японии респондентам старшего поколения не так просто найти книги на русском языке. Респондент А сначала пыталась найти книги на русском языке в ближайшей библиотеке, но там их не было. Через знакомых она узнала о русском переводческом центре в Токио, клубе любителей русского языка и культуры и там смогла доставать книги на русском языке. Полученные книги А передает также своим сестрам и братьям, которые, как и она, репатрировались в Токио, а также посылает респонденту Е в Саппоро. Респондент Е сообщил, что в одной из библиотек Саппоро были книги на русском языке, но большинство из них очень старые. Респондент F в 2017 г. совершил поездку на Сахалин и по возвращении перевез на корабле в Вакканай книги весом 80 кг из своей личной библиотеки. Часть из них он распространил среди репатриантов Вакканая, другие передал через знакомого преподавателя японского языка в библиотеку Университета Хоккайдо. Из всех респондентов только у F было устройство для чтения электронных книг Bookreader, хотя и он до сих пор предпочитает пользоваться бумажными версиями (рис. 1).

Все респонденты получают номера вестника «Чайка», издаваемого с 2010 г. Ассоциацией «Сахалин–Япония» (Токио; прежнее название организации – «Общество содействия временному возвращению на родину соотечественников Карафуто (Сахалина)»). Тираж издания – до 200 экз., распространяется оно среди членов организации (в том числе репатриантов), а также отправляется на Сахалин для сахалинских японцев. В вестнике содержится информация о деятельности Ассоциации (годовые собрания, мероприятия), о поездках групп сахалинских японцев и другая информация, важная для репатриантов. В связи с разным языковым уровнем репатриантов вестник печатается в двух вариантах: на японском языке и с параллельными русскими и японскими текстами с фуриганой⁶.

Раньше для просмотра российского телевидения респонденты использовали спутниковые антенны. Сейчас спутниковую антенну использует только респондент С. План установить спутниковую антенну был у респондента А, но из-за возможных трат и с пониманием того, что они будут смотреть постоянно программы на русском языке и не смогут освоить японский язык, она отказалась от этого плана.

Контент на русском языке (новости, фильмы, музыку) респонденты могут легко получать, используя интернет. У респондента А двое



Рис. 1. Книжная полка в доме репатриантов (август 2017 г.)

Fig. 1. A book shelf in the house of repatriates (August, 2017)

сыновей живут на Сахалине, поэтому она каждый день узнает прогнозы погоды для Сахалина, курс валют и смотрит выпуски новостей. В домах респондентов есть небольшие коллекции DVD и музыкальных дисков с фильмами и музыкой на русском языке. Однако с распространением компьютеров и интернета большинство респондентов стало смотреть фильмы и слушать музыку на русском языке на ютубе, сайтах, размещающих фильмы для бесплатного просмотра. Согласно респонденту F, в интернете можно найти любой фильм или музыку, созданную в советское время. Респондент В смотрит фильмы и сериалы на компьютере, используя интернет; он подчеркнул, что делает это бесплатно.

Медиа на японском языке

Многие из репатриантов старшего поколения выросли и воспитывались, соприкасаясь с японской языковой средой, они могли слышать японскую речь от родителей, бабушек и дедушек. После репатриации освоение японского языка стало для них одним из условий успешной адаптации к жизни в Японии. Поэтому в домах репатриантов старшего поколения много учебников и учебных материалов для изучения японского языка: например, русско-японский словарь медицинских терминов. Большинство материалов предоставлено Центром по поддержке соотечественников. Респондент А из Саппоро и муж респондента L из Вакканая изучают японский язык дистанционно, используя материалы Столичного центра по поддержке соотечественников (*Сютокен тьюокукикокуся сиэн корю сента*), присылаемые по почте и по факсу.

Респонденты не покупают японских газет; из периодической печати на японском языке они получают вестник Ассоциации «Сахалин–Япония» «Чайка», о котором говорилось выше, а также информационное издание Хоккайдского центра поддержки репатриантов из Китая

⁶ Фуригана – фонетические подсказки в японском языке, записанные слоговой азбукой каной, для чтения иероглифов.

и других стран – «Сиракаба» («Береза»). Последнее выходит на японском языке с фуриганой и распространяется среди репатриантов, проживающих на Хоккайдо. По словам респондента F, он читает «Чайку» таким образом: «Сначала я читаю на русском языке, потом для изучения японского языка пробую читать вариант с фуриганой».

Также они получают местные рекламные издания, распространяемые бесплатно. Из этих изданий респондент А узнает о новостях района, о конкурсе-распределении арендных участков для огородничества и местных мероприятиях (рис. 2).

Большинство репатриантов старшего поколения были расселены после репатриации в *коэй дзютаку* (муниципальные квартиры в Японии). В этом типе жилья действуют органы самоуправления – *дзитикай* («комитеты жильцов»). *Дзитикай* распространяет информацию о своих мероприятиях и обязанностях жильцов через бумажные объявления, которые помещаются в почтовые ящики, а также через доску объявлений.

В г. Вакканай городская администрация снабдила репатриантов старшего поколения радиоприемниками с 6 радиоканалами. Местное вакканайское радио «ФМ Вапи» служит также каналом оповещения в случае стихийных бедствий. Раньше на «ФМ Вапи» была еженедельная программа по изучению русского языка, которую вела респондент L.

У всех респондентов есть телевизоры, которые используются главным образом для просмотра программ японского телевидения. Количество времени, затрачиваемого на просмотр, различается в зависимости от уровня владения японским языком. Так, респонденты F и С с низким уровнем владения японским языком редко смотрят телевизор. Респондент F: «Я почти не смотрю телевизор. Смотрю только когда свободен или утром за завтраком»⁷. В его доме телевизор расположен над обеденным столом, на кухне.

Контент, который чаще всего смотрят респонденты, содержит японские новости, сериалы, программы про еду, путешествия, образовательные программы. В октябре 2017 г. муж респондента А купил за 100 тыс. иен специальное устройство для записи программ японского телевидения. Он часто записывает программы на DVD для повторного просмотра, а также рассылает понравившиеся видео друзьям и родственникам в Корею и Россию. Например, он отправляет японские сериалы старшей сестре в Южную Корею, кулинарные программы – в Россию племяннику, который управляет небольшим рестораном японской кухни.

⁷ Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.



Рис. 2. Бесплатное рекламное издание (декабрь 2017 г.)

Fig. 2. A free advertising edition (December, 2017)

Для респондентов просмотр японского телевидения – это один из способов изучения японского языка. Так, среди часто записываемых мужем респондента А программ имеются новости с сурдопереводом, концерты *энка*⁸, так как эти программы снабжены субтитрами с фуриганой, позволяющей читать иероглифы. Также он смотрит образовательные программы по каналу NHK для изучения китайского языка, так как его внук из России поступил в университет в Пекине. Респондент F рассуждает о необходимости просмотра японских передач следующим образом: «Есть то, что я понимаю, есть то, чего я не понимаю. Я смотрю телевизор, чтобы привыкнуть к японскому произношению»⁹.

Также респонденты, благодаря телевидению, получают информацию о чрезвычайных ситуациях и стихийных бедствиях. В день интервью с респондентом А в Токио было трехбалльное землетрясение. Респондент А так описывает ситуацию: «Я мыла посуду и вдруг почувствовала сильный толчок. Сразу же включила телевизор: землетрясение 3 балла. Через 2 секунды уже была информация»¹⁰.

Медиа на корейском языке

Информанты с корейским культурным бэкграундом, которые воспитывались в корейских семьях, посещали корейские школы на Сахалине, часто смотрят корейские сериалы по японскому телевидению. При этом семья респондента А смотрит передачи без использования субтитров, так как они хорошо понимают по-корейски (респонденты А, В, D).

Мультиязычное пространство

Так как российские печатные издания, записи на аудио- и видеоносителях трудно достать

⁸ Энка – жанр японской песни, появившийся и ставший популярным после Второй мировой войны.

⁹ Интервью, г. Вакканай. 2017.10.15.

¹⁰ Интервью, г. Токио. 2017.08.10.

в Японии, респонденты вынуждены привозить их из-за границы, а затем распространять внутри сообщества репатриантов. По нашим наблюдениям, ранее репатрианты для просмотра российского телевидения использовали спутниковые антенны. В настоящее время большинство получает такой контент из интернета. (Среди респондентов только С использует спутниковую антенну. Напротив, из 9 респондентов 6 человек использует компьютер для получения русскоязычного контента, а 4 – смартфон).

Использование японских медиа тесно связано с уровнем владения японским языком. Репатрианты старшего поколения лучше говорят, чем пишут и читают, и предпочитают книгам и газетам радио- и телевидение. Поэтому газеты, которые распространяются среди репатриантов, как правило, содержат фуригану. Программы японского телевидения с субтитрами, содержащими подсказки для чтения иероглифов, становятся для репатриантов своеобразными учебными материалами (табл. 2).

Коммуникация

Прибыв в Японию, репатрианты уже обладают некоторыми социальными связями в принимающем обществе и внутри сообщества репатриантов. Во-первых, у многих из них есть родственники в Японии, которые являются не мигрантами, а частью принимающего общества. Во-вторых, нередко случаи, когда репатриировались несколько семей, братьев и сестер. В-третьих,

социальные связи между некоторыми репатриантами возникли еще в то время, когда они проживали на Сахалине. Так, между респондентами Е, А, В еще до репатриации существовали дружеские отношения, которые продолжились и в Японии. Например, в г. Вакканай репатрировалась целая группа бывших жителей г. Поронайска – еще до репатриации имеющая тесные социальные связи.

Кроме того, как уже говорилось ранее, репатрианты из Сахалина являются объектом помощи со стороны правительства Японии. В рамках этой помощи к каждой семье в течение первых трех лет после репатриации прикрепляли гаранта (*мимотохикиукенин*), инструктора по адаптации (*дзирицусидоин*). При посещении больницы, административных учреждений репатриантов сопровождал переводчик (*дзирицусиэнцуюку*). В Токио и Саппоро, где работают специальные центры поддержки репатриантов из Китая и других стран, в зависимости от их возраста и уровня японского языка были открыты языковые классы, классы компьютерной грамотности, а также место консультации по вопросам трудоустройства и повседневной жизни. В городах Вакканай, Асахикава и Хакодате, где нет таких специальных центров, помощь репатриантам осуществляется при взаимодействии местных органов власти и общественных организаций. Благодаря им вокруг репатриантов создается региональная сеть коммуникации. Например, хотя трехлетний срок помощи завершился, респондент А сохраняет

Таблица 2. Различные медиа, которые используют репатрианты старшего поколения

Table 2. Different media used by repatriates of the older generation

Вид медиа Media types	Язык Language		
	Русский Russian	Японский Japanese	Корейский Korean
Печатные медиа	Книги, газета «Чайка»	Газеты «Чайка», «Сиракаба», местные рекламные издания, учебники, информационные объявления	
Аудио-, видеоносители (CD, DVD и др.	Российские фильмы и музыка	Программы, записанные с телевизора	Программы, записанные с телевизора
Радио		«FM Вапи» (радио г. Вакканай)	
Телевидение	Российские телеканалы, транслируемые через спутниковую антенну либо интернет	Японские новости, сериалы, кулинарные программы, программы про путешествия, образовательные программы	Корейские сериалы, транслируемые по японскому телевидению
Интернет	Фильмы, музыка, программы телевидения	Фильмы, музыка	

дружеские связи с инструктором по адаптации. Инструктор каждое воскресенье посещает дом респондента А, где они играют в игру маджонг. В отношении респондента Е, инструктор по адаптации до сих пор осуществляет помощь в повседневной жизни.

Однако не все сахалинские японцы имели возможность репатрироваться по государственной программе. Родственники многих репатриантов продолжили жить в России, некоторые из них репатрировались в Республику Корею. Поэтому коммуникационные связи репатриантов распространяются за рубеж в Россию и Республику Корею.

Трансграничная коммуникация

Примерно до 2007 г. большинство репатриантов для связи с родственниками в России использовали международную телефонную связь, а также телефонные карточки «Брастел»¹¹. Согласно респонденту А, «сначала на “Брастел” уходило много денег, муж вечно ворчал, но ничего не поделаешь, хотелось услышать голоса детей и внуков». Респондент А научилась пользоваться скайпом от репатриантов из Китая, которые также посещали класс японского языка при Центре ускорения закрепления соотечественников в Японии в г. Токородзава (*Тюгоку кикокуся тейтяку сокусин сента*). Она стала использовать скайп для связи с заграницей в 2008 г., спустя три года после репатриации. Респондента В пользоваться скайпом научил сын, который репатрировался вместе с ним. Переехавшая в 2007 г. респондент I с самого начала использовала для связи с дочерью, оставшейся в России, скайп на компьютере, а с 2014 г. она также начала использовать мессенджеры WhatsApp и Viber на смартфоне. Респондент F покупает в круглосуточных магазинах карточки предоплаты, чтобы иметь возможность звонить абонентам стационарной и сотовой телефонной связи.

Среди респондентов 4 человека используют смартфон (Е, D, F, I). Респондент А планирует купить смартфон, но, так как репатрианты старшего поколения экономически ограничены пенсией и социальной помощью, предоставляемой государством, она пока не имеет такой возможности и использует для связи с заграницей компьютер и скайп. Респондент F из-за высокой стоимости смартфона в Японии приобрел смартфон в России и использует его без подключения тарифного плана, только с домашним Wi-Fi. Респондент D вынуждена была купить смартфон и подключить его к тарифному плану, так как у нее в доме не было Wi-Fi, а интернет нужен

был дочери, которая приехала на год и жила вместе с D, для связи с сыном.

Те респонденты, у которых есть смартфоны (Е, D, F, I), используют для связи с заграницей не только скайп, но и популярные в России мессенджеры WhatsApp и Viber. Респондент F установил WhatsApp для связи с дочерью на Сахалине, так как дочь использует в основном этот мессенджер.

Среди респондентов старшего поколения только двое используют социальные сети. Респондент F использует «Одноклассников», а респондент Е – «Одноклассники» и Facebook.

Средства, используемые репатриантами старшего поколения для коммуникации внутри Японии

Сахалинские репатрианты старшего поколения для связи в Японии используют в основном стационарную и сотовую телефонную связь. Так как у сестры и брата респондента А нет других средств связи, кроме стационарной телефонной, то она использует для связи с ними домашний телефон. Хотя у многих репатриантов старшего поколения в г. Вакканай есть компьютер и интернет, для связи между собой они предпочитают использовать домашний или мобильный телефон, так как у всех есть эта возможность.

Для связи с Хоккайдским центром поддержки соотечественников, Ассоциацией «Сахалин-Япония» и другими организациями репатрианты используют домашний или мобильный телефон, факс и почтовое сообщение. Центр ускорения закрепления соотечественников в Японии в г. Токородзава до недавнего времени осуществлял дистанционное обучение репатриантов японскому языку. Респондент А из Токио и муж респондента L из г. Вакканая, проходившие обучение, отправляли и получали учебные материалы по почте и через факс. Представитель Хоккайдского центра поддержки соотечественников в г. Вакканай не имеет интернета и смартфона, поэтому связь с репатриантами осуществляет по проводной и сотовой телефонной связи.

Репатрианты с Сахалина как на индивидуальном, так и на организационном уровнях для связи внутри Японии чаще используют стационарную и мобильную телефонную связь, чем интернет. Этому способствует то, что все репатрианты обеспечены домашними телефонами и связаны сетью контактов. С другой стороны, для связи с родственниками и друзьями, проживающими за границей, репатрианты старшего поколения используют средства связи в интернете, так как это дешевле и нет зависимости от потраченного времени.

¹¹ Карточки предоплаты для международной телефонной связи.

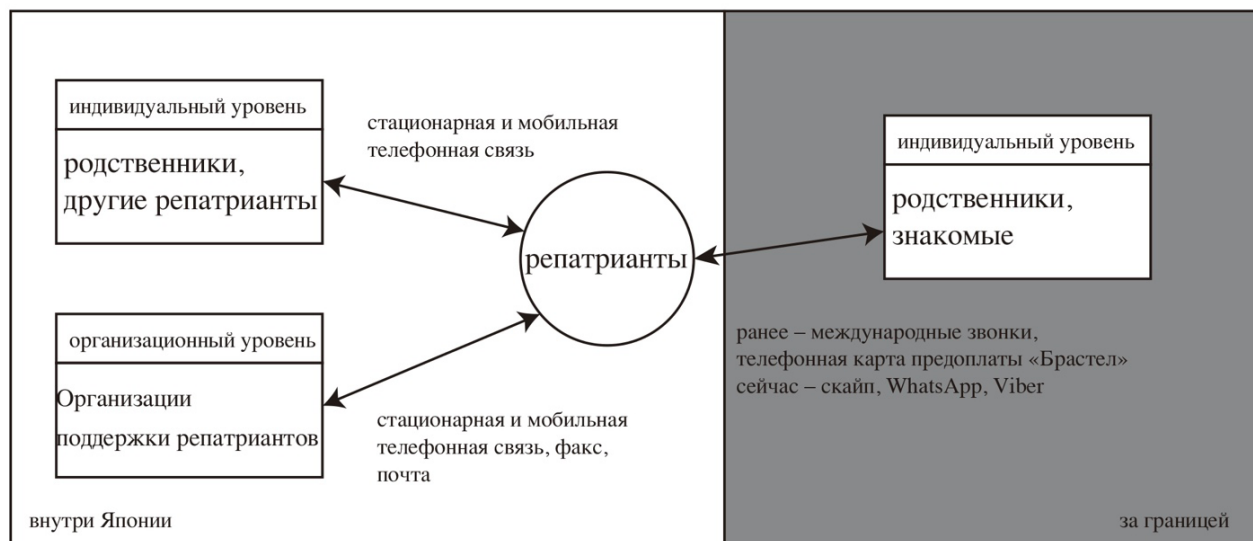


Рис. 3. Схема коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения внутри Японии и за границей

Fig. 3. The communication scheme of Sakhalin repatriates of older generation used in Japan and abroad

Типы коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения

В ходе исследования установлено наличие или отсутствие определенных средств коммуникации среди сахалинских репатриантов старшего поколения (табл. 3).

На основе полученных данных можно выделить три варианта коммуникации сахалинских репатриантов старшего поколения: 1) коммуникация, основанная на использовании стационарной телефонной связи, при отсутствии мобильной связи и связи, основанной на интернете (I); 2) коммуникация, основанная на использовании как стационарной связи, так и компьютера с интернет-подключением (A, B, L, M); 3) коммуникация, основанная на использовании смартфона (C, D, E, F).

Заключение

На основе полевых исследований можно сделать следующие наблюдения об изменениях и тенденциях в использовании определенных средств для коммуникации репатриантами старшего поколения:

1. Переход от телефонных карт предоплаты «Брастел» к использованию скайпа на компьютере.

2. Переход от использования спутниковых антенн для просмотра российского телевидения к получению русскоязычного контента в интернете.

3. Переход от простых мобильных телефонов к смартфонам.

4. Переход от скайпа к мессенджерам.

Таблица 3. Наличие или отсутствие определенных средств коммуникации у сахалинских репатриантов старшего поколения

Table 3. The presence or absence of definite communication means among Sakhalin repatriates of older generation

Средства коммуникации Means of communication	A	B	C	D	E	F	I	L	M
Стационарный телефон	+	+	–	+	+	+	+	+	+
Мобильный телефон	+	–	–	–	–	+	–	+	–
Смартфон	–	–	+	+	+	+	–	–	–
Компьютер с доступом к интернету	+	+	–	–	+	+	–	+	+

Среди причин этих изменений следует отметить следующие:

1. Изменение технологий, особенно распространение новых информационных технологий в сфере коммуникации. Например, с распространением интернета и скайпа репатрианты стали активно применять видеозвонок.

2. Экономия. С одной стороны, новые информационные технологии позволяют экономить на коммуникации с заграницей, замещая относительно дорогую практику международных телефонных звонков. С другой – стоимость тарифов на Wi-Fi, смартфонов, мобильных телефонов в Японии удерживает от их приобретения репатриантов старшего поколения, которые зависят от государственных пенсий и пособий.

3. Медиасовместимость. Репатрианты переходят на медиа, которые используют их собеседники.

В статье проанализированы коммуникация и использование средств медиа старшим поколением сахалинских репатриантов в Японии. Установлено, что спустя 25 лет после репатриации люди старшего поколения продолжают использовать медиа как на японском, так и на русском, и корейском языках. При этом контент на японском и корейском языке они получают в основном по телевидению и радио, а для получения

русскоязычного контента используют интернет, до сих пор пользуются печатными медиа, а также аудио- и видеоносителями (CD, DVD). Таким образом, сахалинские репатрианты старшего поколения с помощью мультязычных медиа и коммуникации на различных языках поддерживают мультикультурное пространство, о котором говорится в исследовании С. С. Пайчадзе и М. Хён (Hyun, Paichadze, 2015, p. 210).

Мы не можем рассматривать старшее поколение как единую группу по отношению к использованию новых медиа в соответствии с теорией цифрового неравенства. Внутри этой группы есть различные типы коммуникации с точки зрения используемых средств. Так, из 9 респондентов старшего поколения четверо используют смартфон, 6 репатриантов используют компьютер с доступом к интернету. В основном интернет-медиа используются репатриантами для коммуникации с заграницей и получения контента на русском языке, в то время как для коммуникации внутри Японии и для контента на японском и корейском языках используются традиционные медиа, такие как телевидение, радио, стационарная и мобильная телефонная связь. Есть среди репатриантов и те, кто из-за низкой медиаграмотности либо по экономическим причинам новые медиа не использует совсем.

References

- Deursen AJ and Helsper EJ (2015) A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly. *European Journal of Communication*, 30(2): 171-187.
- Dimenescu D (2008) The connected migrants: an epistemological manifesto. *Social Science Information*, 47(4): 565-579.
- Hargittai E (2002) Second-level digital divide: differences in people's online skills. *First Monday*, 7(4). URL: http://firstmonday.org/issues/issue7_4/hargittai/index.html (accessed 16.12.2019).

- Hyun M and Paichadze S (2015) Multi-layered identities of returnees in their 'historical homeland': returnees from Sakhalin. *Voices from the Shifting Russo-Japanese Border: Karafuto/Sakhalin*. Routledge, pp. 195-211.
- Nakayama T (2013) Sakhalin zanryū nihonjin. *Teikoku igo no hito no idō*. Tokyo: Bensei shuppan, pp. 733-781.
- Paichadze S (2015) Language, identity and educational issues of 'repatriates' from Sakhalin. *Voices from the Shifting Russo-Japanese Border: Karafuto/Sakhalin*. Routledge, pp. 215-222.
- Prensky M (2001) Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5): 1-6.

АУДИОКНИГА, АУДИОПОДКАСТ, АУДИОСЕРИАЛ – НОВЫЕ ФОРМАТЫ МЕДИАПРОСТРАНСТВА

В. Ю. Баль

Томский государственный университет, Томск, Россия;
e-mail: balverbal@gmail.com



Баль Вера Юрьевна,
кандидат
филологических наук,
доцент кафедры общего
литературоведения,
издательского дела
и редактирования,
филологический
факультет ТГУ

ORCID: [0000-0001-8786-0617](https://orcid.org/0000-0001-8786-0617)
e-mail: balverbal@gmail.com

Аннотация. В статье рассматриваются современные аудиоформаты: аудиокнига, аудиосериал и аудиоподкаст. Эти форматы приобрели большую популярность и востребованность у потребителей, уже имеют значительный рыночный вес, сформировав свой сегмент, увеличение которого отмечают эксперты. Материалом исследования являются аудиопродукты современного рынка, которые отражают тенденции развития аудиолитературы в текущих медийных условиях. Научная новизна работы заключается в рассмотрении аудиокниги, аудиосериала и аудиоподкаста в контексте нового этапа развития аудиокультуры. Проблема популярности исследуемых аудиопродуктов рассматривается в прямой зависимости от аудиочтения. Аудиочтение в исследовании понимается как современная модификация слухового чтения, как читательская практика, обусловленная качественными изменениями материально-технической базы и для создания аудиозаписей, и для их тиражирования и использования. Анализ аудиоформатов в информационном, социокультурном и когнитивном аспектах современного медиапотребления позволяет выявить новые редакторские подходы работы с аудиотекстами. **Выводы:** намечается переход от озвучивания печатных текстов к созданию текстов специально для озвучивания; наблюдается сокращение романной формы, популярность приобретают рассказы; редакторская обработка аудиокниг и аудиосериалов требует опоры на принципы саунд-дизайна; редакторская и режиссерская задача при подготовке аудиоподкастов связана с композиционным выстраиванием нескольких голосов рассказчиков, организующих единое идейно-тематическое поле.

Ключевые слова: аудиокультура, аудиокниги, аудиочтение, аудиоподкаст, аудиосериал, аудиоконтент, аудиоформаты, медиaproстранство

Для цитирования: Баль В. Ю. Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал – новые форматы медиaproстранства // Библиосфера. 2020. № 1. С. 56–63. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-56-63.

AUDIOBOOK, AUDIO PODCAST, AUDIO SERIES – MODERN FORMATS OF THE MEDIA SPACE

Vera Yu. Bal

Tomsk State University, Tomsk, Russia;
e-mail: balverbal@gmail.com

Bal Vera Yuryevna,
PhD (Philology), Assistant Professor
of the Department of General
Literary Studies, Publishing and
Editing, Faculty of Philology,
Tomsk State University;
ORCID: [0000-0001-8786-0617](https://orcid.org/0000-0001-8786-0617)
e-mail: balverbal@gmail.com

Abstract. The article discusses modern audioformats – audiobook, audio series and audio podcast. Now these formats have gained great popularity and demand, considerable market weight with their own segment, the growth of which experts note.

The research material is audio products of the modern market, which reflect the trends in the development of audio literature in the current media environment. The scientific novelty of the work consists in the consideration of an audiobook, an audio series and an audio podcast in the context of a new stage in the development of audio culture. The problem of popularity of the studied audio products is considered in direct dependence on audio reading. It is understood as a modern modification of auditory reading, as a reader's practice due to the qualitative changes in the material and technical base for creating audio records, for their copying and use. The analysis of audio formats in the informational, sociocultural and cognitive aspect of the modern media consumption allows the determination new editorial approaches to the work with audio texts. Conclusions are as follows: one can observe the tendency to transit from voicing printed texts to creating texts specially for voicing; there is a reduction in the novel form, stories become popular; the editing of audio books and audio series requires support from sound design principles; the editorial and director's task on preparing podcasts is associated with the compositional alignment of several voices of storytellers, forming a single ideological and thematic field.

Keywords: audio culture, audiobook; auditory reading, audio podcast, audio series, audio content, audio formats, media environment

Citation: Bal V. Yu. Audiobook, audio podcast, audio series – modern formats of the media space. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 56-63. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-56-63.

Received 10.01.2020

Revised 27.02.2020

Accepted 27.02.2020

Введение

На новом этапе развития аудиокультуры, который обозначился на фоне господства визуальных форм представления и потребления информации, заслуживает внимания вопрос о разнообразии таких аудиоформатов, как аудиокнига, аудиоподкаст и аудиосериал, в современной цифровой среде. Широкое использование этих форматов при создании продуктов для современного аудиорынка определяет **актуальность** предпринятого исследования. Анализ аудиоформатов в информационном, социокультурном и когнитивном аспектах современного медиапотребления составляет **новизну** исследования. Изучение формообразующих и стилиобразующих признаков современных аудиоформатов в корреляции с принципами трансформации современных читательских практик, одним из популярных вариантов которых является аудиочтение, определяет **научную проблему**, на сегодняшний день не получившую должного внимания в научном поле комплексных исследований. Существует

лишь ряд изолированных друг от друга разрабатываемых научных направлений, принадлежащих как российским, так и зарубежным авторам.

Во-первых, это работы, посвященные истории аудиокультуры в XX в. (Баль, 2019; Мелентьева, 2008; Шерель, 2004; Porter, 2016; Rühr, 2008). Исследователи прослеживают ключевые этапы развития аудиокультуры в минувшем столетии, обозначая их прямую зависимость от материально-технической базы для создания, тиражирования и распространения аудиоинформации. Особое внимание учеными уделяется художественной составляющей аудиопродуктов – аудиопроизводство рассматривается как особый вид искусства. Мы, в свою очередь, суммируя имеющиеся наблюдения исследователей, рассмотрим три популярных аудиоформата в современной аудиоиндустрии как примеры востребованных продуктов аудиорынка.

Во-вторых, это исследования, которые ориентированы на рассмотрение феномена аудиочтения (Баль, 2019; Гудова, 2015; Мелентьева, 2008; Erlmann, 2010; Hagen, 2014; Kassabian, 2013;

Lehmann, 2012). Такие работы содержат не только анализ ключевых этапов развития аудиочтения, но и попытки классифицирования всех существующих типов аудиочтения в современном медиапространстве. Общим местом наблюдений является рассмотрение феномена аудиочтения в широком смысле, а не только в связи с аудиокнигами. В этом отношении исследовательские работы начинают важный разговор об антропологии слухового потребления в современных медиаусловиях.

В-третьих, есть работы, посвященные отдельным аудиоформатам. Лидирует на данный момент в исследовательских практиках формат аудиокниги (Баль, 2018; Чукреева, 2012, 2018а, 2018б; Rühr, 2008); подчеркивается его особая роль не столько в аудиопространстве, сколько в культурной индустрии, при этом лишь пунктирно намечается разговор об аудиолитературе как самодостаточном явлении (Rubery, 2011).

Обзор источников показывает, что без исследовательского внимания остаются как **теоретические вопросы** формата выделенных нами современных аудиопродуктов, их стилистические и содержательные аспекты, так и **практические**: редакторские механизмы подготовки качественного аудиоконтента, отвечающего требованиям современного слушателя.

Материалом исследования являются аудиопродукты современного рынка, которые отражают тенденции развития аудиокультуры в медийной среде.

Современная индустрия «озвученного слова»

Целый ряд тенденций в современной информационной культуре – переход от печатной книги к *аудиокниге*, от телевизионных сериалов к *аудиосериалам*, от постов к *подкастам* – говорит о возвращении функциональности звучащего слова. Можно констатировать своеобразный ренессанс аудиокультуры, которая до этого, пережив свой расцвет в эпоху повсеместного распространения радио, ушла в тень из-за доминирования культуры экранной. При этом интерес к видео- и текстовому контенту не исчез, и аудиоконтент, приобретая разнообразие форматов, стал котироваться не меньше других видов контента. Аудиокультура как искусство звуковых образов, опосредованное техникой, не получила бы своего развития в XX в. без опоры на технические открытия, отправной точкой которых является фонограф Эдисона, определивший бурное развитие устройств для записи и воспроизведения звуков. Новый виток популярности аудиоконтента также неразрывно связан с изменениями условий распространения информации в современной цифровой среде. Эти условия

дают возможность для продуцирования и потребления разного вида контента без ограничения времени и местоположения при наличии уже доступных широкой аудитории устройств. Таким образом, «оцифровка» и «портативность» создают информационно-коммуникационную среду, которая становится условием также для нового этапа развития аудиокультуры.

В нашей статье мы сфокусируемся не в целом на современной аудиоиндустрии, которая генетически связана с художественным и публицистическим радиовещанием, музыкой и звуковым кинематографом, а на ее отдельном сегменте, связанном с такими форматами, как *аудиокнига*, *аудиоподкаст* и *аудиосериал*. Следует отметить, что эти аудиоформаты не отличаются «чистотой» в том смысле, что они одновременно принадлежат нескольким зонам творческих и профессиональных, а сейчас и коммерческих интересов. Аудиокнига одновременно восходит к жанру радиопостановки и является современным издательским продуктом, прошедшим редакторскую подготовку¹. Аудиосериал – это формат, являющийся своеобразным ответвлением телевизионных сериалов, получивших в настоящее время большую популярность среди публики. Аудиоподкаст – это аудиоформат, уходящий корнями в радиожурналистику, которая претерпевает существенные изменения в современной медиасреде. «Пограничность» рассматриваемых аудиоформатов не является их недостатком. Наоборот, в этом тесном взаимодействии и взаимовлиянии происходит взаимообогащение форматов, являющееся залогом их внутреннего развития.

Все три аудиоформата приобрели уже значительный рыночный вес, каждый из них организует свой сегмент, рост которого отмечают эксперты. Сегмент роста аудиокниг на мировом издательском рынке – это устойчивая тенденция, «аудиобум»². Свой сегмент на современном рынке аудиоконтента, также стабильно растущий, есть у подкастов, которые составляют конкуренцию музыкальному рынку³ и вызывают

¹ В первой редакции национального терминологического стандарта на основные виды изданий ГОСТ Р 7.0 (60)–2019 «Издания. Основные виды. Термины и определения» внесены изменения в раздел, посвященный электронным изданиям. Проект стандарта в разделе «Виды электронных изданий» разграничивает «электронное аудиопроизведение – звуковое электронное издание: электронное издание, основу которого составляет звуковая информация в форме, допускающей ее прослушивание» и «аудиокнигу – издание, включающее звуковую запись литературного произведения». URL: <http://www.bookchamber.ru/n19.html> (дата обращения: 05.01.2020).

² Global Audiobook Trends and Statistics for 2018. URL: <https://goodereader.com/blog/audiobooks/global-audiobook-trends-and-statistics-for-2018> (дата обращения: 05.01.2020).

³ «Наше будущее – вся аудиоиндустрия, а не только музыка»: почему Spotify заинтересовался подкастами. URL: <https://vc.ru/media/58432-nashe-budushchee-vsya-audioindustriya-a-netolko-muzyka-pochemu-spotify-zainteresovalsya-podkastami> (дата обращения: 05.01.2020).

тревогу у представителей журналистского рынка⁴. Близость этих аудиоформатов к потребителю объясняется тем, что они распространяются по подписной модели, которая является одной из наиболее эффективных в современных интернет-коммуникациях и используется для продвижения и продажи товаров.

Аудиочтение как современная читательская практика⁵

Очевидным нам представляется тот факт, что популярность этих аудиоформатов связана с широким распространением аудиочтения как современной модификации чтения слухового (Баль, 2019). Проявившееся в этой ситуации возвращение авторитета *звучащего слова* не равносильно тому значению аудиальной перцептивной модальности человека в бесписьменную эпоху, о которой говорит М. Маклюэн в своей концепции стадийного развития медиа. Современная, постгутенберговская, эпоха, наступившая после расцвета гутенберговской культуры печатного слова, которая была связана с господством визуальной перцептивной модальности, отличается гибридными формами коммуникации. В этом смысле современному человеку предлагается на выбор несколько читательских идентичностей, что можно проиллюстрировать примером книжного рынка. Все книжные новинки сейчас почти синхронно выходят в разных форматах: бумажном, электронном и аудиальном⁶. Причем большая часть потребителей современного медиаконтента может свободно, без информационных потерь переключаться с одного формата коммуникации на другой. Очевидно, что в контексте современных читательских практик аудиочтение является

альтернативой бумажному и экранному чтению⁷, на что указывает его внутреннее разнообразие. Оно не только балансирует между утилитарно-прагматическим и эмоционально-эстетическим чтением⁸, но и может сочетать их. Стоит подчеркнуть, что читательские идентичности в плоскости аудиочтения – это довольно сложный и интересный исследовательский вопрос, который требует особого изучения, так как недостаточным является определение «аудиочтеца» только как человека, у которого нет времени на традиционный способ чтения.

Актуальные теоретические и практические исследования, посвященные современным медиакommunikациям, проблемам акустического представления информации уделяют не меньше внимания, чем проблемам визуального. Исследуются не только технологии визуализации, позволяющие создавать эффективные способы производства контента с визуальным содержанием, но и аудиализации – принципы подготовки аудиального контента с учетом его коммуникативных и когнитивных возможностей. В этом повороте к аудиализации контента фокусировка идет на проблемах «саунд-арта» и «саунд-дизайна», которые связаны с изучением и обучением принципам работы с музыкой, звуком и гибридными формами искусства. В этой области происходит активная подготовка экспертов в области звука: музыкальных продюсеров, дизайнеров звука и саунд-артистов, звукорежиссеров и музыкальных программистов, исполнителей и аранжировщиков, медиахудожников и искусствоведов⁹. Обзор интересных и содержательных исследований по этой тематике представлен в статье Л. Разгулиной и А. Логутова (2017). При их участии была проведена любопытная и весьма перспективная с научной точки зрения конференция «Голос и литературное воображение» (Разгулина, 2016). Но в то же время без исследовательского внимания остаются вопросы подготовки специалистов для индустрии «озвученного слова», связанного с переводом вербального контента в аудиальный, перекодировкой вербального текста в аудиальный. Именно этот аспект имеет принципиальное значение для привнесения качественного разнообразия в аудиочтение, когда оно переходит

⁴ Подкасты в 2016-м – это перспективно и беспокоит СМИ. URL: <https://habr.com/ru/company/audiomania/blog/388669> (дата обращения: 05.01.2020).

⁵ В рамках раздела и статьи опущен вопрос аудиочтения для людей с ограниченными возможностями, а фокусировка сделана именно на читателях, имеющих возможность доступа к информации через все органы чувств. Хотя именно с появлением слуховой литературы для незрячих и слабовидящих людей было инициировано создание первых аудиотек озвученных произведений художественной литературы. Начало формирования этой аудиотеки было положено масштабным проектом «Говорящие книги» Библиотеки Конгресса США и Американского фонда поддержки слепых в 1931 г. Аналогичный проект был продублирован СССР в 1961 г. Всесоюзным обществом слепых.

⁶ Ценовая политика агрегаторов по продажам книг в России в отношении разных форматов не отличается однообразием. Самым дорогим остается бумажный вариант книги, потом идет аудиовариант, и, соответственно, самый дешевый – электронный вариант. Стоит также обратить внимание на тот факт, что аудиокниги – это достаточно затратный издательский продукт. Общим местом в интервью издателей является признание, что аудиокниги – это «длинные деньги с невысокой доходностью». См. об этом: <http://www.unkniga.ru/freemmic/7619-audioknigi-v-rossii-stoit-poslushat-2.html> (дата обращения: 05.01.2020).

⁷ Совместно три типа чтения – бумажное, экранное и аудиочтение – в эпоху постграмотности рассматривает в своей работе М. Ю. Гудова (2015).

⁸ В рамках статьи рассматривается только вопрос о взрослом аудиочтении. Детское аудиочтение – это явление совершенно иного порядка, которое будет иметь как другой характер взаимоотношений с бумажным и экранным чтением, так и отличную внутреннюю классификацию.

⁹ На сегодняшний день самым активным научным центром по изучению звуковых исследований в мире является лаборатория Sound Studies Lab при Копенгагенском университете (<http://www.soundstudieslab.org>).

от фонового к самостоятельному. Формирование ключевых позиций подготовки подобного типа аудиоконтента идет именно в практической сфере. В сети в свободном доступе одновременно представлены советы анонимных специалистов «Как записать свою аудиокнигу», «Как записать свой подкаст» и опыт профессионалов, которые транслируют его на своих мастер-классах и в других форматах¹⁰. В этом отношении структурно-стилистический аспект рассмотрения современных популярных аудиоформатов (аудиокнига, аудиоподкаст и аудиосериал) позволит выявить принципиальные редакторские подходы к работе с аудиотекстами.

Аудиокнига, аудиоподкаст, аудиосериал – современные форматы аудиоиндустрии

М. Рубери в своих исследованиях, посвященных аудиокниге, вводит понятие *auditory literature* – слуховая литература (Rubery, 2011), противопоставляя ее бумажно-печатной. В исследовательской логике М. Рубери эти два пласта литературы базируются на одном материале: литературном художественном произведении. Оба типа литературы, существуя синхронно в пространстве культуры, противоположны по способам воздействия на читателя. Но совершенно очевидно, что *слуховая литература* воспринимается как вторичная по отношению к ее первоначальной вербальной форме. Справедливо будет считать, что индустрия аудиокниг (начиная от масштабных проектов для поддержки слепых и продолжая традициями театра у микрофона) начала формироваться именно на базе классических литературных произведений, которые не были созданы для профессионального озвучивания. Процедура аудиоадаптации была связана с их сокращением для получения более комфортного для слушателя объема, и многие приверженцы традиционного бумажного чтения отмечают это как один из существенных недостатков аудиокниг. Но в современной индустрии аудиоизданий положение дел изменяется кардинальным образом. Особенно это заметно на американском книжном рынке аудиокниг, где обозначилась тенденция выпуска художественных книг только

в аудиоформате без повтора в бумажном и электронном вариантах. В конце 2014 г. издательство Audible, подразделение Amazon и один из крупнейших издателей и распространителей аудиокниг в США впервые выпустили книгу автора детективной прозы Джеффри Дивера (Jeffery Deaver). В основе этой аудиокниги лежит драма *The Starling Project*. Этот издательский аудиопроjekt не остался незамеченным, он выиграл премию Audie в 2016 г. в номинации «За лучшую оригинальную аудиокнигу». Достигнутый успех стал причиной того, что на сегодняшний день издательство Audible активно выпускает оригинальные аудиопроизведения, которые не получают потом бумажно-печатного воплощения. Для нас в этом примере важен факт того, что подобные издательские проекты анонсируются сразу как аудиокниги, автор уже изначально пишет книгу для прочтения вслух, подстраивая свои писательские стратегии именно под аудиальную практику потенциального слушателя. Ориентация сразу же на аудиокнигу существенным образом влияет на объем будущего произведения: наблюдается сокращение романной формы, особую популярность приобретают малые прозаические формы – в основном рассказы. Немаловажной становится и такая особенность, как усиление драматургического начала в создаваемых аудиокнигах, что проявляется в увеличении объема диалогов между персонажами.

Аудиосериалы, по сравнению с аудиокнигами, достаточно молодой формат. Но несмотря на это, он завоевал большую популярность на рынке современных аудиопродуктов. Его главное отличие от аудиокниги, как подчеркивают его создатели, это опора на уникальный контент, а не на корпус классических литературных произведений. В этом смысле можно говорить, что для аудиосериалов создается специальный аудиосценарий, который опять же подразумевает его дальнейшую невербальную модальность восприятия. Аудиосериал, в отличие от аудиокниги, немыслим без смены голосов, принадлежащих разным актерам, музыки и дополнительных и звуковых эффектов, помогающих понять на слух весь объем происходящего действия. В ситуации расцвета аудиосериальной индустрии расширяется объем требований к профессиональной подготовке не только саунд-дизайнеров, которые должны создать качественный саунд-ландшафт аудиопродукта, но и сценаристов, задача которых «организовать» текст, имеющий максимальный потенциал для актуализации аудиального творческого воображения. Мировой рынок аудиосериалов на настоящий момент развит неравномерно. С одной стороны, есть культовые американские аудиосериалы («Welcome to

¹⁰ Единственным исключением является институт в США (Калифорния) – The Deyan Institute of Voice Artistry and Technology (<https://deyaninstitute.com>). Институт был создан в 2014 г. компанией Deyan Audio, которая является одним из крупнейших в мире независимых производителей аудиокниг. Deyan Audio работает с крупными издательствами, в том числе Penguin Random, House, HarperCollins, Hachette, Scholastic, Macmillan, Pearson Educational, Simon & Schuster, Houghton Mifflin Harcourt, Listening Library, McGraw Hill, Audible и многими другими. Компания занимается всеми аспектами производства аудиокниг, включая их режиссуру и кастинг актеров. URL: <https://deyaninstitute.com> (дата обращения: 05.01.2020).

Nightvale», «The bright sessions», «Mike detective» и др.), которые уже являются почти безупречными образцами формата. С другой стороны, есть страны, которые только запускают собственные подобные проекты. Например, в 2019 г. шведский стриминговый сервис аудиокниг Storytel опробовал в России этот формат с писателем Дмитрием Глуховским. На материале постапокалиптического романа Д. Глуховского «Пост» был выпущен одноименный аудиосериал из 10 серий по 45–50 мин. Как было отмечено в комментариях к этому проекту, в печатном варианте он выпускаться не будет, а второй сезон пока под вопросом¹¹.

В случае с обоими форматами – аудиокнигой и аудиосериалом – особую смысловую нагрузку, конечно, имеет голос. Именно голос чтеца должен масштабировать драматургическое действие, делать его максимально притягательным и интересным для слушателя (Суленева, 2013а, 2013б, 2018). Голос вскрывает языковое измерение языка, наделяя художественный текст новым дополнительным смыслом.

Также нельзя не отметить, что в рассматриваемом нами временном контексте происходит сближение между форматами аудиокниги и аудиосериала в двух точках. Первая: оба формата ориентированы на оригинальный и новый текстовый контент, который ранее не был представлен в других форматах. Вторая: в производство активно включаются саунд-дизайнеры, которые не только занимаются кастингом голосов для чтения книг, но и создают коллекцию звуков, отражающую все разнообразие звуковой картины мира художественного произведения. С редакторской позиции, точкой схождения двух этих форматов является присутствие в них не только обязательного повествовательного сюжета, но и музыкально-звукового. В этом смысле редакторской обработки требуют именно эти сюжетные слои, которые должны быть синхронизированы в идейно-тематическом аспекте.

Аудиоподкаст – это формат, который довольно часто сейчас смешивают с аудиосериалом. Причиной их смешения становится представление их в виде небольших по эфирному времени аудиофайлов. Но мы разграничиваем их по сюжетно-тематическому принципу. Аудиосериал по своему сюжетопостроению близок именно популярным сейчас телесериалам: дозированное развитие сюжета через его «накручивание», сюжетная связь между сериями осуществляется через завершение каждой серии «на самом интересном месте». Аудиоподкасты в нашем понимании генетически связаны с традицией художественно-публицистического радиовещания. Нам близка внутренняя

тематическая классификация подкастов, которая предлагается Джулией Сапиро, руководителем платформы Radiotoria. Д. Сапиро выделяет следующие подкасты: infocast (информационный), backcast (про прошлое), crimecast (расследование преступлений), chumcast (дружеский подкаст), realcast (что сейчас), fan fiction cast (научная фантастика), sequelcast (про истории). В основе предложенной классификации лежит тематический принцип, который во многом определяет своеобразие формата подкаста. Широко распространена также на всевозможных сайтах другая классификация подкастов: нарратив, ток-шоу, интервью¹². По сути, одна классификация не исключает, а наоборот, дополняет другую.

В индустрии аудиоподкастов наблюдается не столько интерес к запретным темам, сколько поиск аудиоформ для представления не очень удобных тем. Вслед за американским рынком аудиоподкастов в этом направлении движется и российский. Тематический диапазон связан с невымышленными историями. В данном случае речь идет о росте интереса к нарративным подкастам. Например, «Норд-Ост. 23.10.2002 – ∞» о захвате и освобождении заложников в театральном центре на Дубровке; «8 историй из 90-х» о последнем десятилетии XX в. и его героях; «Трасса 161» о маньяке, которого не хотели замечать; «Шурави» об Афганской войне устами ветеранов; «Голос зоны» о рэп-группе в колонии строгого режима и др.¹³. Заметно обозначился на фоне популярности разговорных подкастов поворот к сложным нарративным историям, имеющим нескольких рассказчиков. Зачастую рассказчики не находятся в живом диалоге между собой, а существуют только в плоскости авторского (режиссерского) замысла. В этом смысле подкаст, обладающий насыщенной и разнообразной нарративной тканью, требует вдумчивого и внимательного слухового чтения, так как отличается насыщенным повествованием. Очевидно, что нарративный подкаст требует более масштабного редакторско-режиссерского подхода, чем подкасты в формате ток-шоу и интервью. Общий нарратив подкаста обладает полифонической природой, поскольку состоит из множества голосов рассказчиков, имеющих свое видение рассматриваемой темы. Сам принцип соединения (очередность) и соположения аудиофрагментов становится важной редакторской задачей.

¹² Хочу записать подкаст. С чего начать? Абсолютно исчерпывающая инструкция «Медузы». URL: <https://meduza.io/feature/2019/12/28/hochu-zapisat-podkast-s-chego-nachat> (дата обращения: 05.01.2020).

¹³ В интернете сплошные подкасты! Их слишком много – что слушать-то? Вот самые интересные подкасты 2019 года на русском и английском (помимо тех, что выходят на «Медузе»). URL: <https://meduza.io/feature/2019/12/30/v-internete-sploshnye-podkasty-ih-slishkom-mnogo-chto-slushat-to> (дата обращения: 05.01.2020).

¹¹ Storytel расскажет сериал. Сервис выпустит произведение Дмитрия Глуховского в новом формате. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3765694> (дата обращения: 05.01.2020).

Заключение

Обращение к аудиальным форматам – это начало важного разговора об антропологии слухового потребления в современных медиаусловиях. Аудиальная модальность в текущих информационных условиях повышает свою информационную значимость. В этом смысле шумо-звуковые потоки информации делятся на две группы: фоновые и не фоновые. Фоновые связаны с элементарным «**выключением**» из реальности, дистанцированием от нее в своем шумовом облаке. Не фоновые, в свою очередь, связаны с «**включением**» в определенное информационное облако. Причем в этой актуализации не фоновой акустической информации особый авторитет приобретают форматы, связанные с аудиотекстом. Широкая популярность в современной мировой медиаиндустрии проектов, в которых не последнюю роль играет аудиотекст, – верное свидетельство глубинного перестраивания каналов и способов коммуникации, при котором изменяется вес каналов коммуникации в борьбе за внимание потребителя.

Рассмотренные нами аудиоформаты – это форматы с историей, не полностью освобожденные от своих «жанров-прародителей», и переформатирование – это не радикальный отказ от традиции, а отклик на пожелания и требования современного аудиочтеца, связанные с информационной перегрузкой. Слуховой канал восприятия достаточно требователен к качеству контента, который тоже должен «держаться» внимание. Важно учесть, что современное аудиопотребление, разнообразное по своей сути – учебно-образовательное, познавательное, развлекательное, информационно-аналитическое, – требует соблюдения содержательно-стилистических стратегий подготовки аудиоконтента, которые должны четко соотноситься с целями и задачами аудиоформатов.

Обобщая представленные наблюдения над «текстовой основой» трех рассмотренных нами форматов, можно сказать, что это тексты особого порядка, имеющие специфические художественные особенности, определяющие принципы редакторской подготовки аудиопродуктов. Базовый текст обрабатывается с учетом того, что вся полнота его смысла будет раскрыта именно в звучании. Это влияет и на объем аудиоконтента в целом, и на его композиционное членение. У каждого формата – свои особенности. В случае с аудиокнигами происходит сокращение романной формы – популярность приобретают рассказы. Аудиосериалы и аудиоподкасты изначально разбиты на короткие фрагменты, учитывающие физические законы восприятия аудиоинформации.

Подготовка аудиопродуктов требует совмещения редакторских и режиссерских навыков, привлечения специалистов из области саунд-дизайна. Обоснованность этого пересечения профессиональных компетенций обусловлена поликодовой природой всех рассматриваемых нами аудиоформатов. В случае с этими аудиоформатами редакторская обработка связана с установлением связи между повествовательным и музыкально-звуковым сюжетами в идейно-тематическом аспекте. Редакторско-режиссерская подготовка аудиоподкастов связана с композиционным выстраиваем нескольких голосов рассказчиков, организующих единое идейно-тематическое поле.

Итак, залог развития новых аудиоформатов в современном медиапространстве – их внутреннее разнообразие. Реакция профессионального сообщества, влияющего на качество аудиопродуктов, также говорит о значительных перспективах развития этих форматов.

Список источников / References

- Баль В. Ю. Аудиочтение как современная модификация слухового чтения // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2019. № 36. С. 5–13 ; Bal VYu (2019) Audio reading as a modern modification of auditory reading. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie*. 36: 5-13. (In Russ.). DOI: [10.17223/22220836/36/1](https://doi.org/10.17223/22220836/36/1).
- Баль В. Ю. «Звучащие книги» в современной издательской индустрии // Текст. Книга. Книгоиздание. 2018. № 17. С. 91–101 ; Bal VYu (2018) "Sound books" in the modern publishing industry. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie*, 17: 91-101. (In Russ.). DOI: [10.17223/23062061/17/7](https://doi.org/10.17223/23062061/17/7).
- Гудова М. Ю. Чтение в эпоху постграмотности: культурологический анализ : дис. ... д-ра культурологии. Екатеринбург, 2015. 329 с. ; Gudova MYu (2015) *Reading in the era of post-literacy: a cultural analysis* [Chтение v epokhu postgramotnosti: kul'turologicheskii analiz] : dissertation. Ekaterinburg. (In Russ.).
- Мелентьева Ю. П. Аудиочтение: исторические истоки и современная ситуация // Научные и технические библиотеки. 2008. № 9. С. 45–50 ; Melent'eva YuP (2008) Audio reading: historical background and current situation. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 9: 45-50. (In Russ.).
- Разгулина Л. Международная конференция «Голос и литературное воображение» (МГУ, 25 сентября 2015 г.) // Новое литературное обозрение. 2016. № 3. С. 411–413 ; Razgulina L (2016) International conference "Voice and literary imagination" (Moscow State University, September 25, 2015). *Novoe literaturnoe obozrenie*, 3: 411-413. (In Russ.).
- Разгулина Л., Логутков А. Звуковой субъект и звуковое письмо: обзор англоязычных книг по звуковым

- исследованиям // Новое литературное обозрение. 2017. № 6. С. 292–301 ; Razgulina L and Logutov A (2017) Sound subject and sound writing: review of English books on sound research. *Novoe literaturnoe obozrenie*, 6: 292-301. (In Russ.).
- Суленева Н. В. Единство воли и воображения при чтении художественных текстов актерами // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2013. № 2. С. 107–110 ; Sulenyova NV (2013) The unity of will and imagination when reading fiction texts by actors. *Vestnik Chelyabinskoi gosudarstvennoi akademii kul'tury i iskusstv*, 2, 107-110. (In Russ.).
- Суленева Н. В. К вопросу об интуиции в искусстве звучащего слова // Лики традиционной культуры в современном культурном пространстве: ренессанс базовых ценностей : материалы VIII междунар. науч. конф. Челябинск, 2018, Т. 2. С. 209–211 ; Sulenyova NV (2018) To the question of intuition in the art of the sounding word. *Liki traditsionnoi kul'tury v sovremennom kul'turnom prostranstve: renessans bazovykh tsennostei : materialy VIII mezhdunar. nauch. konf. Cheljabinsk*, vol. 2, pp. 209-211. (In Russ.).
- Суленева Н. В. Чтение как основа создания аудиокниг // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2013. № 1. С. 22–24 ; Sulenyova NV (2013) Reading as a base to create audiobooks. *Vestnik Chelyabinskoi gosudarstvennoi akademii kul'tury i iskusstv*, 1: 22-24. (In Russ.).
- Чукреева М. А. Аудиокнига как неотъемлемый элемент культурного наследия // Человек в мире культуры. 2012. № 4. С. 47–49 ; Chukreeva MA (2012) Audiobook as an integral element of cultural heritage. *Chelovek v mire kul'tury*, 4: 47-49. (In Russ.).
- Чукреева М. А. Аудиокнига как явление культуры: проблема структуризации // Мировая литература глазами современной молодежи. Цифровая эпоха : материалы IV Междунар. молодеж. науч.-практ. конф. Магнитогорск, 2018. С. 84–90 ; Chukreeva MA (2018) Audiobook as a cultural phenomenon: the problem of structuring. *Mirovaya literatura glazami sovremennoi molodezhi. Tsifrovaya epokha : materialy IV mezhdunar. molodezh. nauch.-praktich. konf. Magnitogorsk*, pp. 84-90. (In Russ.).
- Чукреева М. А. Аудиокниги как элемент социокультурной среды (на примере наследия У. Шекспира) // Культура и цивилизация. 2018. Т. 8, № 5А. С. 217–222 ; Chukreeva MA (2018) Audiobooks as an element of sociocultural environment (a case of W. Shakespeare heritage). *Kul'tura i tsivilizatsiya*, 8(5A): 217-222. (In Russ.).
- Шерель А. Аудиокультура XX века. История, эстетические закономерности, особенности влияния на аудиторию. Москва : Прогресс-Традиция, 2004. 576 с. ; Sherel' A (2004) *Audioculture of the XX century. History, aesthetic patterns, features of influence on the audience* [Audiokul'tura XX veka. Istoriya, esteticheskie zakonomernosti, osobennosti vliyaniya na auditoriyu]. Moscow: Progress-Traditsiya. 576 p. (In Russ.).
- Erlmann V (2010) Reason and resonance: a history of modern aurality. New York: Zone Books. 424 p.
- Hagen W (2014) Wer Bücher hört, kann auch Klänge sehen. Bemerkung zur Synästhesie des Hörbuches. *Das Hörbuch Praktiken audioliteralen Schreibens und Verstehens*, München: Wilhelm Fink, pp. 179-193.
- Kassabian A (2013) Ubiquitous listening: affect, attention and distributed subjectivity. Berkeley; Los Angeles: Univ. of California Press. 200 p.
- Lehmann JF (2012) Literatur lesen, Literatur hören Versuch einer Unterscheidung. *Text & Kritik*, 196: 3-13.
- Porter J (2016) Lost sound: the forgotten art of radio storytelling. Chapel Hill: UNC Press. 296 p.
- Rubery M (2011) Audiobooks, literature, and sound studies. London: Routledge. 266 p.
- Rühr S (2008) Tondokumente von der Walze zum Hörbuch: Geschichte–Medienspezifik–Rezeption: V&R unipress, Götting: V&R Unipress. 463 S.

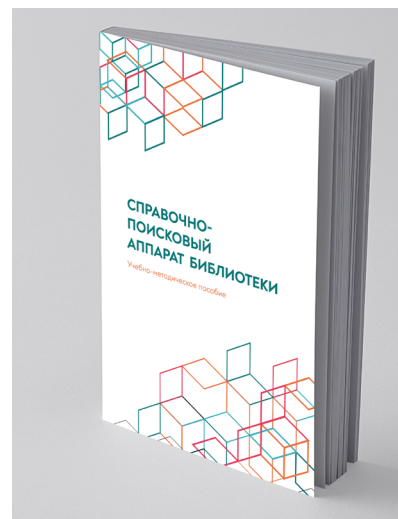
Справочно-поисковый аппарат библиотеки: учеб.-метод. пособие / Гос. публич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук; сост. А. А. Стукалова; отв. ред. Г. А. Скарук. – Новосибирск, 2019. – 298 с.

ISBN 978-5-94560-305-9

DOI: 10.20913/978-5-94560-305-9-2019-298

В пособии представлены учебно-методический план, учебные программы по дисциплине «Справочно-поисковый аппарат библиотеки», требования к практическим и самостоятельным работам; даны вопросы для самопроверки, список рекомендованной литературы, контролирующие материалы (вопросы к зачету, экзамену).

Издание предназначено для преподавателей и студентов вузов направления подготовки «Библиотечно-информационная деятельность».



Книга: Сибирь – Евразия. Информационное общество: новые приоритеты книжной культуры: сб. науч. тр. / Гос. пуб-лич. науч.-техн. б-ка Сиб. отд-ния Рос. акад. наук; отв. ред. И. В. Лизунова. – Новосибирск : ГПНТБ СО РАН, 2019. – 420 с.

ISBN 978-5-94560-309-7

DOI: 1020913/2619-001X-2019-420

Издание подготовлено на основе материалов научных семинаров, проводимых Государственной публичной научно-технической библиотекой СО РАН совместно с Новосибирской государственной областной научной библиотекой в рамках Международного фестиваля «Книжная Сибирь» в 2017 и 2018 гг.

В сборник трудов вошли работы, представленные на секциях книжного форума и объединенные в тематические разделы: «Книжное наследие в электронной информационной среде», «Издательская практика и книгораспространение в условиях цифровой революции: региональные аспекты», «Чтение в условиях

расширяющегося информационного пространства». Материалы содержат размышления о роли книги в информационном обществе, результаты исследований влияния цифровых технологий на выработку стратегий и концепций развития книжной индустрии, формирования инфраструктуры чтения.

Издание адресовано всем, кто интересуется историей и современным состоянием книжной культуры.

ФОРМИРОВАНИЕ КОЛЛЕКЦИИ РУССКОЙ КНИГИ В БИБЛИОТЕКЕ ВАРШАВСКОГО УЧЕБНОГО ОКРУГА¹ В 1832–1850 ГГ.

З. Ольчак

Университетская библиотека в Варшаве, Варшава, Польша;
 e-mail: zbigniew.olczak@uw.edu.pl



Збигнев Ольчак,
 магистр, заведующий
 отделом фондов
 XIX в.

ORCID: [0000-0003-0339-5493](https://orcid.org/0000-0003-0339-5493)

e-mail: zbigniew.olczak@uw.edu.pl

Аннотация. Статья посвящена истории создания в первой половине XIX в. коллекции русской книги в библиотеке, называемой сейчас Университетской библиотекой в Варшаве. Основными источниками при подготовке статьи были: 1) отчеты попечителя Варшавского учебного округа за 1841–1860 гг., хранящиеся в фондах Министерства народного просвещения Российской империи в Российском государственном историческом архиве в Санкт-Петербурге; 2) печатный каталог библиотеки А. Ф. Смирдина с рукописными пометками варшавских библиотекарей, находящийся в фонде Университетской библиотеки в Варшаве; 3) рукописный альбомный каталог русской книги Библиотеки Варшавского учебного округа 1850 г., хранящийся в архиве Университетской библиотеки в Варшаве. На основании их анализа в отношении коллекции русской книги было установлено: 1) количество изданий в 1850 г. (4055 названий в 6493 томах); 2) процентный состав от всех фондов библиотеки (9%); 3) тематический состав (книжное собрание гуманитарного характера, в котором большинство книг посвящено русской литературе и филологии, истории России и всеобщей; меньше всего было изданий по богословию и религии); 4) культурное значение (в состав коллекции входили редкие и ценные издания самых известных русских авторов первой половины XIX в., в том числе, например, первые издания произведений А. С. Пушкина); 5) основные направления комплектования фондов русской книги (на первом месте находилась история России, особое внимание уделялось также политической и художественной литературе).

Ключевые слова: коллекция русской книги, история XIX в., анализ источников, Университетская библиотека в Варшаве

Для цитирования: Ольчак З. Формирование коллекции русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа в 1832–1850 гг. // Библиосфера. 2020. № 1. С. 65–72. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-65-72.

Статья поступила в редакцию 14.01.2020
 Получена после доработки 26.01.2020
 Принята для публикации 27.01.2020

¹ Ныне Университетская библиотека в Варшаве.

CREATING THE COLLECTION OF RUSSIAN BOOKS IN THE LIBRARY OF THE WARSAW EDUCATIONAL DISTRICT IN 1832–1850

Z. Olczak

University of Warsaw Library, Warsaw, Poland;

e-mail: zbigniew.olczak@uw.edu.pl

Zbigniew Olczak,
mgr, head of the 19th Century
Collections Department;
ORCID: [0000-0003-0339-5493](https://orcid.org/0000-0003-0339-5493)
e-mail: zbigniew.olczak@uw.edu.pl

Abstract. The author discusses the process of creating the collection of Russian books in the first half of the 19th century in the contemporary Library of University in Warsaw. Three types of sources were used: 1) the reports of the superintendents of the Warsaw Education District prepared in 1841–1860 and stored as part of the archival collections of the Ministry of Education of the Russian Empire in Russian State Historical Archives in St-Petersburg; 2) the printed catalog of A. F. Smirdin Library – a copy with annotations of Warsaw librarians held by the University Library in Warsaw; 3) a hand-written catalog of Russian books held by the Library of Warsaw Education District in 1850 stored in the Archives of the University Library in Warsaw. Their analysis allowed the author the following statements about the collection of the Russian books: 1) in 1850 the collection included 4055 titles in 6493 volumes; 2) this collection makes 9% of the whole Library collection; 3) the subject of the collection is humanities (Russian literature, Russian philology, history of Russia and world history, theology and religion nearly absent); 4) the collection is of a very high cultural value (it includes rare and valuable editions of books of most prominent Russian writers of the first half of the 19th century, for instance first editions of Pushkin's works); 5) main trends in Russian books acquisition were the history of Russia, politics, fictions and analyses of these works.

Keywords: collection of Russian books, the 19th century history, University of Warsaw Library

Citation: Olczak Z. Creating the collection of Russian books in the Library of the Warsaw educational district in 1832–1850. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 65–72. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-65-72.

Received 14.01.2020

Revised 26.01.2020

Accepted 27.01.2020

Введение

Университетская библиотека в Варшаве гордится сегодня своей коллекцией русской книги XIX в. как одной из крупнейших в мире (за пределами бывшего СССР). Библиотека была основана в 1817 г. и первоначально носила название Публичной библиотеки при Королевском Варшавском университете. Под руководством первого директора, выдающегося ученого Самуила Богумила Линде, за несколько лет она стала самой крупной и значимой библиотекой Царства Польского. Ее фонды в 1830 г. насчитывали более 130 000 экз. После подавления ноябрьского восстания 1830–1831 гг. библиотеку закрыли, а большую часть фондов вывезли в Петербург. Несмотря на это, она продолжила свое существование как Правительственная библиотека (1834–1840), затем была преобразована в Библиотеку Варшавского учебного округа (1840–1862), позднее стала Главной библиотекой Царства Польского

(1862–1871), а с 1871 г. была включена в структуру Императорского Варшавского университета. Период деятельности библиотеки от ноябрьского восстания до создания Главной библиотеки был самым малоисследованным. Результаты недавних архивных изысканий восполнили этот пробел (Olczak, 2017). В статье воссоздается история коллекции русской книги, в том числе с использованием обнаруженных новых материалов 1840–1850-х гг.

Источники XIX в., отражающие этапы формирования коллекции русской книги Университетской библиотеки в Варшаве

Историю формирования коллекции русской книги в первой половине XIX в. можно проследить по трем источникам, относящимся ко времени, когда библиотека была Библиотекой Варшавского учебного округа:

1) отчетам попечителя Варшавского учебного округа за 1841–1860 гг., которые хранятся

в Российском государственном историческом архиве (РГИА) в Санкт-Петербурге²;

2) экземпляру печатного каталога библиотеки А. Ф. Смирдина (Смирдин, 1828), находящегося в фондах XIX в. Университетской библиотеки в Варшаве, с многочисленными пометками того времени, смысл которых можно понять только благодаря информации, содержащейся в вышеупомянутых отчетах попечителя учебного округа;

3) рукописному каталогу русской книги, хранящемуся в архиве Университетской библиотеки в Варшаве³.

Каталогизация коллекции, безусловно, является очень важной задачей для каждой библиотеки, поскольку именно каталог превращает простое собрание книг в библиотеку. Библиотека, у которой в 1832 г. было изъято более 70% всех книг, полностью вывезены кабинет гравюр и нумизматический кабинет, а также все каталоги и инвентарные списки (Kozerska, 1967, s. 1–4; Strzyżewska, 2000), по крупицам воссоздавала основную документацию и стремилась к восстановлению своих фондов. В ежегодных отчетах попечителя Варшавского учебного округа для Министерства народного просвещения в Санкт-Петербурге довольно мало внимания уделялось коллекции книг, однако отражен процесс реконструкции утраченных каталогов. В отчете за 1843 г. попечитель Н. А. Окунев писал: «В прежнем отчете я имел честь доводить до сведения Вашего Высокопревосходительства о причинах, которые замедлили составление каталога библиотеки. В минувшем году почти те же самые причины приостановили окончание этого каталога а именно: разбор книг Всемиловейших пожалованных Варшавскому учебному округу, рассылка по библиотекам гимназий и уездных училищ книг, принесенных в дар вверенному мне округу бывшей Российской Академией, а также и вновь приобретенных покупкою для учебных заведений»⁴.

² РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 66. Отчет о состоянии специальных уч[ебных] заведений Варшавского уч[ебного] округа, Главной библиотеки, Астрономической обсерватории, научных кабинетов, Ботанического сада и Юридических курсов за 1841 г.; Д. 94. Отчет о состоянии ... за 1842 г.; Д. 122. Отчет о состоянии ... за 1843 г.; Д. 138. Отчет о состоянии ... за 1844 г.; Д. 163. То же за 1845 г.; Д. 194. Именные списки преподавателей и служащих за 1846 г.; Д. 216. Отчет о состоянии ... за 1846 г.; Д. 267. Отчет о состоянии ... за 1849 г.; Д. 293. Отчет о состоянии ... за 1850 г.; Д. 330. Отчет о состоянии ... за 1851 г.; Д. 351. Отчет о состоянии ... за 1852 г.; Д. 381. Отчет о состоянии ... за 1853 г.; Д. 401. Отчет о состоянии ... за 1854 г.; Д. 415. Отчет о состоянии ... за 1855 г.; Д. 433. Отчет о состоянии ... за 1856 г.; Д. 457. Отчет о состоянии ... за 1857 г.; Д. 481. Отчет о состоянии ... за 1858 г.; Д. 498. Отчет о состоянии ... за 1859 г.; Д. 515. Отчет о состоянии ... за 1860 г.

³ Archiwum BUW. I/109-112.

⁴ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 122. Л. 8–8 об. Здесь и далее в текстах цитируемых источников орфография и пунктуация приведены в соответствие с современными нормами написания.

В следующем году попечитель снова оправдывался перед начальством, говоря, что препятствиями к приведению каталога в надлежащий порядок были очередное поступление в библиотеку «Даров Его Императорского Величества», распределение для разного типа школ книг, полученных от варшавского книгопродавца Яна Глюксберга, и другие подобные занятия⁵. Похожая ситуация повторилась и в отчете за 1845 г.⁶ В 1846 г., благодаря появлению двух дополнительных сотрудников, дело значительно продвинулось вперед: удалось закончить каталогизацию «Даров Его Императорского Величества» за 1840, 1842 гг. и других даров, поступивших в 1845 г., а также всех книг, которые поступили в библиотеку в 1843 и 1844 гг.⁷ В отчете за 1847 г. попечитель писал: «В минувшем 1847 году окончено в библиотеке выписывание заглавий книг на отдельных бумажках и приступлено к составлению каталога русских книг по алфавиту и различию предметов»⁸. В следующей части этого отчета представлена очень интересная информация о методах работы сотрудников библиотеки при составлении каталога российских книг: «Этот каталог составлен следующим образом: сначала взят каталог книг библиотеки А. Ф. Смирдина, изданный в 1828 г., и в нем переложены страницы листами белой бумаги, на которой отмечены в соответственных местах книги, в этот каталог не помещенные, а в Библиотеке Варшавского округа находящиеся, все же прочие книги, находящиеся в означенной библиотеке и помещенные в каталог Смирдина, обчеркнуто в сем каталоге карандашом с замечанием “находятся”. После того уложены как следует бумажки и начато составление алфавитного каталога русских книг по всем вообще предметам»⁹.

В фондах XIX в. Университетской библиотеки в Варшаве по сей день сохранился экземпляр печатного каталога, в котором обозначены книги, имевшиеся в Главной библиотеке Варшавского учебного округа, а на полях помещены описания тех русских книг, которые находились в ее фондах, но не были указаны в каталоге Смирдина. До обнаружения процитированного выше отчета попечителя было совершенно непонятно, к какой книжной коллекции относятся эти маргиналии. Выбор опубликованного в 1828 г. библиотечного каталога А. Ф. Смирдина в качестве основы для библиографического описания коллекции русских книг в Варшаве был очевидным и единственным. Автором каталога был друг С. Б. Линде Василий Григорьевич

⁵ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 138. Л. 6–6 об.

⁶ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 163. Л. 85–85 об.

⁷ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 194. Л. 6 об.

⁸ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 216. Л. 5 об. – 6.

⁹ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 216. Л. 5 об. – 6.

Анастасевич – один из первых российских библиографов, поэт, переводчик, любитель польской литературы (Анастасевич Василий Григорьевич, 1890; Ptaszyk, 2013). От публикации каталога до его использования при каталогизации русских книг в библиотеке в Варшаве прошло двадцать лет, и это были годы чрезвычайно плодотворной издательской деятельности в России, поэтому естественно, что он не включал в себя последние российские публикации, но сохранял актуальность, так как в то время не было более современной библиографии или более полного печатного каталога. В каталоге А. Ф. Смирдина 1828 г. зарегистрировано 9668 названий книг (не считая дополнений и журналов). Он является алфавитно-систематическим каталогом, дополненным именованным указателем авторов и переводчиков, а также кратким алфавитным указателем книг по названиям. Каталог содержит 21 библиографический раздел и включает литературу, выпущенную не ранее XVIII в. Большая часть упомянутых в нем книг была опубликована после 1801 г.

Используемая в каталоге А. Ф. Смирдина систематизация, конечно, не соответствует современным требованиям. Особенно бросается в глаза выделение в художественной литературе, помимо произведений прозы и поэзии, также романов, повестей и сказок. Наиболее многочисленны в каталоге библиотеки А. Ф. Смирдина богословский раздел (в частности, подразделы церковное право, церковная история и история нехристианских религий) и разделы художественной литературы (среди них больше всего поэтических произведений). Меньше всего изданий представлено в разделе, посвященном физической культуре.

Состав коллекции русских книг в Библиотеке Варшавского учебного округа в конце 1840-х гг.

Пользуясь заметками на полях в вышеупомянутом экземпляре каталога библиотеки А. Ф. Смирдина, мы можем представить, как выглядела коллекция русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа в конце 40-х гг. XIX в., определить количество книг в ней и охарактеризовать ее состав. Основываясь на этих маргиналиях, можно сказать, что в варшавской библиотеке имелось 3958 наименований книг на русском языке, в том числе 2582 наименования, совпадающих с описанными В. Г. Анастасевичем в каталоге библиотеки А. Ф. Смирдина. Русские книги, которые находились в варшавской библиотеке, по большей части изданы в XIX в., и только небольшое количество принадлежит к изданиям, опубликованным в предыдущем столетии. Учитывая, что каталог А. Ф. Смирдина дает общее представление о состоянии российского издательского дела рубежа XVIII–XIX вв., следует отметить, что 27% назва-

ний книг, зарегистрированных в нем, имелись в фонде Библиотеки Варшавского учебного округа. Это довольно значительная коллекция, тем более что знание русского языка в Царстве Польском в 1840-х гг. еще не было широко распространено.

Сопоставление коллекции русской книги Библиотеки Варшавского учебного округа с каталогом библиотеки А. Ф. Смирдина (табл.) позволило выявить, что самый многочисленный в каталоге раздел «Богословие» в фондах Библиотеки Варшавского учебного округа был представлен очень слабо. Из 1042 названий, зарегистрированных в каталоге, в Варшаве имелись только 52. Их дополняли 27 не зарегистрированных в каталоге А. Ф. Смирдина книг. Также немного в Библиотеке Варшавского учебного округа было изданий из раздела «Увеселения»: всего 4 из представленных в каталоге 92 и еще 2 из не указанных. Наиболее полно в ее фондах были представлены разделы «История Российская» и «Математика»: 45% названий книг из этих разделов каталога библиотеки А. Ф. Смирдина имелись в Варшаве.

Самым богатым в коллекции русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа был раздел «Произведения словесности пиитическая», в котором насчитывалось 724 названия книг на русском языке, из которых только 459 относились к зарегистрированным в каталоге А. Ф. Смирдина. Вторым по количеству изданий разделом в варшавской библиотеке был «История Российская», насчитывавший 494 названия, в том числе 216 не упомянутых в каталоге А. Ф. Смирдина. За «Историей Российской» в коллекции русской книги Библиотеки Варшавского учебного округа следовал раздел «Романы, повести и сказки», который насчитывал 330 названий, из них упомянутых в каталоге А. Ф. Смирдина – 219, а отсутствовавших – 111 названий.

Основываясь на дополнениях, сделанных на страницах печатного каталога библиотеки А. Ф. Смирдина, можно отметить, что история России явно была фаворитом среди поступивших до 1850 г. в Библиотеку Варшавского учебного округа книг, опубликованных после 1828 г. Предметом усиленного комплектования были также романы, повести и сказки, поэтические произведения, книги по географии, всеобщей истории и математике (рис.).

После такой специфической инвентарной проверки варшавской коллекции русских книг, когда за основу был взят печатный каталог другой библиотеки, сотрудники Библиотеки Варшавского учебного округа приступили к созданию рукописного алфавитного (по имени автора или переводчика) каталога русских книг, принадлежащих библиотеке. Экземпляр этого каталога хранится в Архиве Университетской библиотеки в Варшаве и насчитывает четыре тома *in folio* в кожаном переплете, общим объемом более 600 листов.

Таблица. Состав коллекции русских книг в Библиотеке Варшавского учебного округа (БВУО) в сравнении с «Росписью российским книгам для чтения из библиотеки Александра Смирдина».

Table. The content of the collection of Russian books in the library of the Warsaw School District in comparison with "The List of Russian books for reading from the Library of Alexander Smirdin"

№ по «Росписи...»	Название раздела в «Росписи...»	Число изданий, указанных в «Росписи...»	Книги, указанные в «Росписи...» и имевшиеся в БВУО	Книги, не указанные в «Росписи...», но имевшиеся в БВУО		Всего книг на русском языке в БВУО
				изданные до 1828 г.	изданные после 1828 г.	
I	Богословие	1042	52	6	21	79
II	Философия	610	118	26	15	159
III	Правоведение	502	137	52	19	208
IV	Политика	199	77	19	28	124
V	История Российская	605	278	52	164	494
VI	История всеобщая	537	199	27	48	274
VII	География	371	162	40	62	264
VIII	Математика	479	219	40	38	297
IX	Естественные науки	224	92	25	18	135
X	Медицина	432	77	7	10	94
XI	Домоводство	218	86	6	12	104
XII	Технология	121	52	11	3	66
XIII	Свободные искусства	104	22	10	11	43
XIV	Гимнастические или телесные упражнения	20	5	0	1	6
XV	Увеселения	92	4	1	1	6
XVI	Языкознание	447	171	85	33	289
XVII	Собственная словесность	70	26	13	26	65
XVIII	Произведения словесности в стихах и прозе	108	45	12	19	76
XIX	Произведения словесности прозаические	393	82	35	4	121
XX	Произведения словесности поэтические	1766	459	201	64	724
XXI	Романы, повести и сказки	1328	219	24	87	330
Всего		9668	2582	692	684	3958

* Составлено по: BUW 2.2.4.27. [1-5]. *Роспись российским книгам для чтения, из библиотеки Александра Смирдина, систематическим порядком расположенная*. Санкт-Петербург, 1828.

В каталоге имеется значительный запас пустых листов, вероятно, для дополнения каталога в будущем, однако сохранившийся до сегодняшнего дня экземпляр не имеет следов добавления записей после 1850 г. В библиографическом описании на полях находится название раздела, к которому относится произведение. В каталоге нет библиотечных шифров. Возможно, не было необходимости вводить какую-либо постоянную систему шифров и книги расставляли на книжные полки по библиографическим разделам, а в рамках раздела – в алфавитном порядке. В Библиотеке Варшавского учебного округа использовалась классификация из 20 разделов:

1. Богословие
2. Правоведение
3. Философия и педагогика
4. Политика
5. История всеобщая
6. История России
7. Статистика
8. География и путешествия
9. Математика
10. Естественные науки
11. Медицина
12. Домоводство
13. Технология
14. Свободные искусства
15. Языкознание и древняя классика
16. Теория и произведения словесности
16. Периодические издания
17. Рукописи

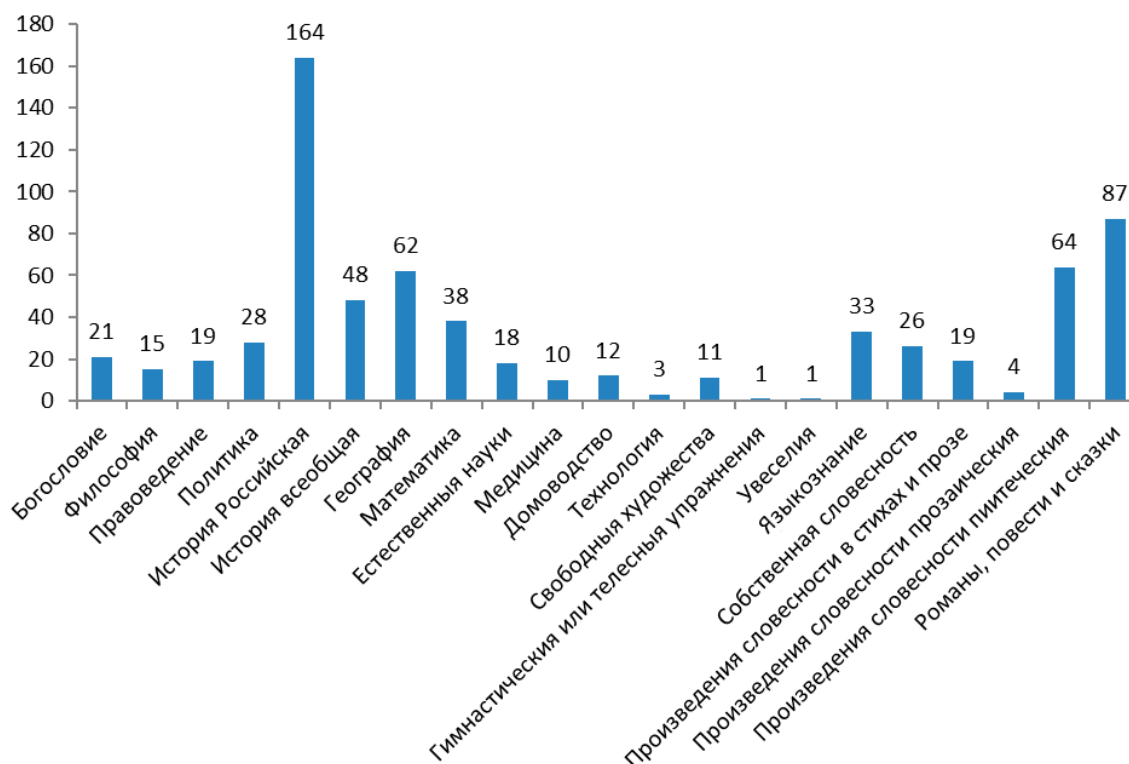


Рис. Количество названий книг, изданных на русском языке после 1828 г. и поступивших в Библиотеку Варшавского учебного округа в 1832–1850 гг.

Fig. The Number of book titles published in Russian after 1828 and received by the library of the Warsaw school district in 1832–1850

18. Дубликаты

19. Атласы географические, карты и чертежи

20. Эстампы, рисунки и ноты

Как можно заметить, имеются существенные различия по сравнению с каталогом А. Ф. Смирдина. В варшавском рукописном каталоге русских книг есть один общий раздел литературы, охватывающий наряду с теоретическими работами художественные произведения, отсутствуют разделы «Гимнастическая или телесная упражнения» и «Увеселения», добавлены разделы, представляющие рукописи, карты, эстампы, рисунки и ноты. У библиотекарей, заполнявших этот каталог, иногда возникали проблемы с надлежащим определением произведения в тот или иной раздел. В этом случае они использовали термин «смесь» или названия, не предусмотренные в классификации, такие как «война», «навигация», «экономика». Весьма интересно, что система классификации содержала раздел «География и путешествия», но названия в этой тематической области часто относились к разделам всеобщей или российской истории. Согласно рукописному каталогу русской книги, коллекция насчитывала 4055 наименований в 6493 томах. Как можно заметить, здесь мы имеем дело с большим количеством наименований по сравнению с подсчетами, сделанными на основании экземпляра каталога библиотеки А. Ф. Смирдина. Этот факт можно объяснить

тем, что в конце 1840-х гг. наблюдался значительный рост числа русских изданий в фондах Библиотеки Варшавского учебного округа.

В свете приведенных данных размер русской книжной коллекции можно сравнить с общим объемом фондов Библиотеки Варшавского учебного округа. В конце 1850 г., согласно отчету попечителя учебного округа, в варшавской библиотеке было 45 441 название книг в 67 024 томах (не считая дублетных экземпляров – 2332 названия в 7799 томах)¹⁰. Таким образом, коллекция русской книги составляла около 9% фондов библиотеки и по количеству наименований, и по количеству томов. Она носила гуманитарный характер со значительным преобладанием художественной литературы, книг по всемирной и российской истории, а также большим числом изданий по юриспруденции. При этом обращает на себя внимание очень малое количество русских книг по богословию. Среди негуманитарных разделов можно отметить значительное число изданий по математике и естественным наукам.

Безусловно, значение коллекции русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа повышает то, что в ней содержатся чрезвычайно ценные издания русской литературы первой половины XIX в. В качестве при-

¹⁰ РГИА. Ф. 733. Оп. 77. Д. 293. Л. 3 об.

мера можно привести первые публикации работ А. С. Пушкина: «Кавказский Пленник» (1822), «Повести покойного Ивана Петровича Белкина» (1831), первое полное издание поэмы «Цыганы» (1827), четыре тома альманаха «Современник» (1836). К ценным изданиям относятся также «Певец во стане русских воинов» (1813) и «Баллады и повести» (1831, 2 ч.) В. А. Жуковского, «Стихотворения» М. Ю. Лермонтова (1840).

Наиболее важные источники поступления изданий в коллекцию русской книги в первой половине XIX в.

Собрание русской книги в Библиотеке Варшавского учебного округа формировалось разными способами, но наиболее важными источниками поступления являлись:

1. Книги, полученные до 1830 г. благодаря В. Г. Анастасевичу, который покупал их для библиотеки по заказам С. Б. Линде. Книг довольно мало и их сложно идентифицировать, поскольку некоторые были увезены из Варшавы, а потом вновь возвращены в качестве пожертвований.

2. «Дары Его Императорского Величества», отправленные из Санкт-Петербурга двумя партиями в 1840–1842 гг. Этот источник наиболее многочисленный. Книги были переданы в Варшаву благодаря содействию министра народного просвещения С. С. Уварова, который в 1839 г. посетил Варшаву, где встретился с наместником Царства Польского И. Ф. Паскевичем, чтобы обсудить вопросы, связанные с организацией Варшавского учебного округа (основан в 1839 г.). После этого визита в столице Российской империи было принято решение передать в Царство Польское книги из числа дублетов Императорской публичной библиотеки. Они были отправлены морем в Гданьск, а оттуда по Висле в Варшаву. Первая партия книг содержала 6432 названия в 12 455 томах (из них 3841 в 8709 томах составляли книги на западноевропейских языках и 2591 в 3746 томах – на русском языке). Вторая партия книг была отправлена в 1842 г. В нее входило 2729 названий в 7507 томах, 824 тома журналов, 3 атласа и 5 отдельных карт. Большинство изданий из этой партии были на западноевропейских языках, издания на русском языке составляли 596 названий в 1214 томах (Kozerska, 1967, s. 14–15).

3. Другие пожертвования частных лиц и учреждений.

4. Покупка книг после 1840 г. за счет государственной субсидии. В первую очередь из этих средств приобретались русские издания.

5. Поступление обязательного экземпляра с территории Царства Польского – малочисленный в первой половине XIX в. источник, однако важный с точки зрения учета местной издательской продукции на русском языке.

Заключение

К середине XIX в. коллекция русской книги хотя и составляла лишь 9% всех фондов Библиотеки Варшавского учебного округа, но обеспечивала доступ к важнейшим произведениям русской литературы и исследованиям по истории и законодательству России. Основы этой коллекции были заложены первым директором библиотеки С. Б. Линде благодаря его научным и дружеским связям и часто вопреки факторам государственного характера. Позже, особенно после 1840 г., в изменившихся политических условиях, поставка русской литературы в Варшаву стала элементом политики Российской империи, стремившейся заменить польский язык на русский в сфере образования, в административной, интеллектуальной и общественной жизни Царства Польского. В 40-х гг. XIX в. этот процесс еще не получил значительного развития, и лишь благодаря усилиям министра просвещения С. С. Уварова и попечителей Варшавского учебного округа, какими бы ни были их намерения, была создана чрезвычайно интересная коллекция русской книги, которая в последующие годы продолжила пополняться. Значительной части этой коллекции удалось пережить исторические перипетии XX в., и сегодня она остается прекрасным источником для всех, кто интересуется историей и культурой России.

Часть коллекции русских книг доступна через интернет в электронной библиотеке *Crispa* на сайте БУВ¹¹. Они оцифровывались в рамках проектов, связанных с сохранением книжного наследия частных лиц или учреждений, например библиотеки А. А. Толочанова или Варшавского общества любителей наук. Особое внимание также уделялось оцифровке периодики, выпущенной в Варшаве во второй половине XIX и начале XX в. Найти эти издания можно также через электронный каталог библиотеки – при библиографическом описании имеется ссылка на цифровую библиотеку. К сожалению, определенные трудности для читателей, пользующихся кириллицей, создает транслитерация русских названий латинскими буквами, в обязательном порядке используемая в каталоге Университетской библиотеки в Варшаве. В настоящее время в цифровом формате доступны для пользователей более 200 названий русских книг XIX в. и 30 наименований журналов и газет (около 30 тыс. отдельных номеров). Кроме того, существуют издания, которые уже оцифрованы, но еще не включены в электронную библиотеку, поэтому в скором времени можно надеяться на значительное увеличение числа русских книг, доступных для широкого круга пользователей.

Авторизованный перевод с польского В. Барцевич.

¹¹ Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie. e-buw. URL: <https://crispa.uw.edu.pl> (дата обращения: 10.01.2020).

Список источников / References

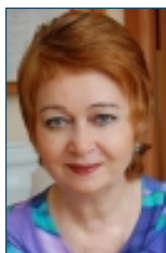
- Анастасевич Василий Григорьевич // Энциклопедический словарь. Санкт-Петербург : Брокгауз-Ефрон, 1890. Т. 1А (2). С. 706–707 ; (1890) Anastasevich Vasily Grigorievich. *Encyclopaedic dictionary*. Saint Petersburg: Brockhaus-Efron, vol. 1A (2), pp. 706-707. (In Russ.).
- Смирдин А. Ф. Роспись российским книгам для чтения, из библиотеки Александра Смирдина, систематическим порядком расположенная. В 4 ч. С приложением Азбучной росписи имен сочинителей и переводчиков и Краткой росписи книгам по азбучному порядку. Санкт-Петербург, 1828. 904 с. ; Smirdin AF (1828) *List of Russian books for reading from Alexander Smirdin's library systematically arranged. In 4 vols. with the Appendix of the Alphabet list of author and translator names and a Brief list of books in the alphabet order* [Rospis' rossiiskim knigam dlya chteniya, iz biblioteki Aleksandra Smirdina, sistematicheskim poryadkom raspolozhennaya. V 4 ch. S prilozheniem Azbuchnoi rospisi imen sochinitelei i perevodchikov i Kratkoi rospisi knigam po azbuchnomu poryadku]. Saint Petersburg. (In Russ.).
- Kozerska H (1967) *Warszawska Biblioteka Uniwersytecka w latach 1832–1871: Biblioteka Rządowa – Okręgu Naukowego – Główna*. Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego.
- Olczak Z (2017) Źródła do dziejów Biblioteki Uniwersyteckiej w Warszawie w archiwach Petersburga: sprawozdanie z kwerend. *Biblioteka Uniwersytecka w Warszawie 1817–2017: Miscellanea (Monumenta Universitatis Varsoviensis 1816–2016)*, Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, pp. 291-331.
- Ptaszyk M (2013) *Korespondencja Samuela Bogumiła Lindego z Bazylim Anastasewiczem*, odczytał i opracował M. Ptasiński, Toruń: Biblioteka Uniwersytecka.
- Strzyżewska Z (2000) *Konfiskaty warszawskich zbiorów publicznych po powstaniu listopadowym: Biblioteka Uniwersytetu Warszawskiego i Warszawskie Towarzystwo Przyjaciół Nauk: materiały i dokumenty z archiwów rosyjskich*. Warszawa: Di G.

СОВРЕМЕННАЯ БИБЛИОТЕКА – ОРГАНИЗАТОР ЧТЕНИЯ В МУЛЬТИМЕДИЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В. Я. Аскарова

Челябинский государственный институт культуры, Челябинск, Россия;

e-mail: viovita@ya.ru



Аскарова Виолетта Яковлевна,
доктор филологических
наук, кандидат
педагогических наук,
профессор кафедры
библиотечно-
информационной
деятельности ЧГИК

ORCID: [0000-0002-0787-8567](https://orcid.org/0000-0002-0787-8567)

e-mail: viovita@ya.ru

Аннотация. В статье выявляются возможности библиотеки по стимулированию читательской активности в условиях развития мультимедийной культуры. Рассматриваются основные изменения деятельности библиотеки как организатора чтения в условиях мультимедийной культуры: усиление акцента на читателях и их субъектности, развитие диалоговых форм взаимодействия, реализация мультимедийных проектов, внедрение онлайн-сервисов и цифровых ресурсов, обучение читателей грамотному медийному поведению и текстовой деятельности в интернет-пространстве.

Автор считает, что в условиях мультимедийности библиотека может стать активным участником преодоления информационного хаоса, упорядочения информационных потоков, активизации чтения посредством мультимедиа и новых информационных технологий, а также способствовать развитию межчитательского общения. В статье сделан вывод о необходимости подготовки библиотечных специалистов, тьюторов, готовых к организации общения по поводу книги и чтения в реальной и виртуальной среде, сетевой навигации, анализу интернет-ресурсов, распознаванию дезинформации, обучению читателей различным приемам текстовой деятельности.

Ключевые слова: мультимедийная культура, цифровая грамотность, библиотека, чтение, информационный хаос, библиотьюторство

Для цитирования: Аскарова В. Я. Современная библиотека – организатор чтения в мультимедийном пространстве // Библиосфера. 2020. № 1. С. 73–82. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-73-82.

MODERN LIBRARY AND READING IN MULTIMEDIA ENVIRONMENT

Violetta Ya. Askarova

Chelyabinsk State Institute of Culture, Chelyabinsk, Russia;
e-mail: viovita@ya.ru

Askarova Violetta Yakovlevna,
Doctor of Philology, Candidate
of Pedagogical Sciences, Professor,
Department of Library and
Information Activities, Chelyabinsk
State Institute of Culture;
ORCID: [0000-0002-0787-8567](https://orcid.org/0000-0002-0787-8567)
e-mail: viovita@ya.ru

Abstract. The article identifies the library's ability to stimulate reader activity in the context of the multimedia culture development. It also considers main changes in the library activities as an organizer of reading in multimedia culture including the increase of emphasis on readers, their subjectivity, interaction dialogue forms development, multimedia projects implementation, online services and digital resources introduction, education of readers on literate media behavior and text activity in the Internet.

The author states that in the context of multimedia, library can become an active participant in overcoming information chaos, streamlining information flows, enhancing reading and also contribute to the development of inter-reader communication. The article concludes that it is necessary to prepare library specialists, tutors, ready to organize communication about books and reading in a real and virtual environment, network navigation, analysis of Internet resources, recognition of misinformation, and teaching readers various techniques of textual activity.

Keywords: multimedia culture, digital literacy, library, reading, information chaos, library-tutoring

Citation: Askarova V. Ya. Modern library and reading in multimedia environment. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 73–82. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-73-82.

Received 05.01.2020

Revised 25.02.2020

Accepted 27.02.2020

Введение

Дискуссии о роли и месте библиотеки в современном медийном пространстве, содержании ее деятельности, которые в последние 10–15 лет ведутся в профессиональной среде, и реальная практика мирового библиотечного строительства вновь приковывают внимание к тому, на какие запросы общества должна ответить библиотека и что должно составлять сущностное ядро ее деятельности.

Мультикультура, понимаемая в самом общем виде как совокупность книжной, аудиальной и визуальной культур, открыла новые возможности библиотек, потребовала их адаптации к новым условиям, пересмотра задач и инструментов деятельности и, что не менее важно, переосмысления идеологии взаимодействия с читателями. Отношение людей к библиотекам и печатным книгам амбивалентно. С одной стороны, сейчас можно видеть выброшенные книги, а сдача книг из домашних собраний в государственные библиотеки приобрела массовый характер. С другой – мы имеем свидетельства бесспорного признания культуuroобразующей роли традиционной книги, пиететного отношения к ней: об этом свидетельствуют памятники книге, писателям, скульптуры литературных героев, персонажей сказок, предметов художественных произведений, установленные во многих городах мира. Словно не желая терять

реальную, осязаемую книгу, люди воспроизводят ее в разных вариантах симулякров: в форме книги делаются шкатулки, дамские сумки, предметы мебели и прочее.

О понимании ценности чтения в наше время говорит и расширение его публичного пространства. В городах создаются книжные аллеи, шатры, литературные парки, открытые библиотечные площадки, организуются пункты буккроссинга, собираются книжные полки в телефонных будках, почтовых ящиках, дуплах деревьев, на пляжах, под землей (в метро), на морских судах и даже на водной глади. В странах, не испытывавших на себе широкого воздействия цифровых технологий, книги развозят на мопедах, ослах, слонах, что делает пространство чтения практически бескрайним (Аскарова, Кирьянова, 2018).

Библиотека переживает своего рода ренессанс. Библиотечное здание и его внутреннее пространство стараются максимально эстетизировать, вызвать «вау-эффект» яркими визуальными образами и неожиданными дизайнерскими решениями. В текущем столетии возведены библиотека-голова Луи Нюсера в Ницце, библиотека Свободного университета «Мозг Берлина», Национальная библиотека-раковина в Казахстане, «Александрина» в Египте. Культурно-досуговый центр Oodi в Хельсинки соединяет мультимедийную библиотеку с помещениями для различных видов материальной

деятельности (вышивания, шитья, печати и проч.). Впечатляют и библиотека «Дворца наций» в Абу-Даби, напоминающая по внешним очертаниям римский Колизей, «неспешная» библиотека Международного университета Акиа в Японии. Реализуются и менее затратные, но креативные архитектурные проекты: библиотека из пивных ящиков в Германии, библиотека из прутьев в китайской деревне Хуаньчжоу, библиотека-ферма в Ханое. Появились разнообразные гибридные, многофункциональные заведения: библиотеки-отели (Таиланд, США, Россия), «звездная» библиотека в торговом центре Сеула, библиотека Ohta-lab и мультимедийная сервисная служба при Центральной городской публичной библиотеке им. В. В. Маяковского в Санкт-Петербурге.

Однако в фокусе профессионального сознания остаются главные вопросы: изменилась ли глубинная суть библиотеки с развитием мультимедийной культуры и бурным развитием информационных технологий? Как неизбежные трансформации коммуникационного пространства отражаются на библиотеке? Этих вопросов так или иначе касались в своих публикациях И. В. Жилавская (Жилавская, 2015), И. В. Лизунова (Лизунова, 2017), Ю. Ю. Черный¹; бесценные крупницы мирового библиотечного опыта обобщены Г. Ф. Онуфриенко (Онуфриенко, 2016, 2017). Если суммировать рассмотренные названными авторами приоритеты библиотечного взаимодействия с читателями, – это человекоцентричность, акцент на субъектность; развитие диалоговых форм; реализация мультимедийных проектов, внедрение онлайн-сервисов и цифровых ресурсов; обучение выявлению, критической оценке и использованию информации.

Попытаемся более детально рассмотреть, как неизбежные трансформации коммуникационного пространства отражаются на взаимодействии библиотеки и читателя и какие возможности открыла мультимедийная культура в стимулировании читательской деятельности и повышении ее качества.

Библиотека в пространстве мультимедийной культуры: старые проблемы и новые возможности их решения

Эволюция современных библиотек движется в направлении ультрасовременного электронного оснащения; беспроводной интернет и компьютерные залы являются стандартом

большинства библиотек западного мира, Японии, Южной Кореи и стремительно модернизирующихся библиотек Китая. Экраны высокого разрешения, цифровые мультимедийные системы, 3D-печать стали привычными для наиболее передовых библиотек, а в библиотеке Университета Северной Каролины в США обслуживанием боксов с печатными источниками занимается робот (bookBot). Другая тенденция – использование пространства библиотеки для общения, работы, всех видов творчества. Трансформируются библиотеки и в направлении расширения своих функций: они предоставляют во временное пользование рабочие инструменты, кухонную утварь, игрушки, дроны, оборудование для видеосъемки, телескопы, микроскопы, компасы и даже предметы одежды. Так работают публичные библиотеки Колорадо, Коннектикута, Окленда, Санкт-Петербурга, Спокана, Сыктывкара, Филадельфии, Хельсинки, (Рено, 2017; Van Kessel, 2019).

Возможно, эта гибридность, мультифункциональность и полистилистичность современной библиотеки отвечает пожеланиям человека обрести общественное пространство, удовлетворяющее самые разнообразные потребности, но все же выдача предметов напрокат и прочее – это факультативная деятельность библиотеки, а основная – создание условий для приобщения к мировому знанию посредством чтения на основе гуманистических ценностей и экспертной селекции информационного потока.

Разделяя идеологию «мобильного в мобильном», которая требует непрерывной адаптации библиотеки к реалиям динамично изменяющегося мультимедийного мира, отметим, что глубинная суть библиотеки не изменилась. С развитием общественно-коммуникационных систем, их каналов, знаков, медийных средств библиотека сохранила свою незаменимость как социально-коммуникационный институт при всех типах культур, в том числе – мультимедийной. Наиболее развернутую трактовку чтения в эпоху постграмотности дала М. Ю. Гудова, рассматривая его как социокультурную систему практик извлечения значений и смыслов из совокупности знаков разной природы в мультимедийных сетевых и полиморфных не-сетевых гипертекстах культуры (Гудова, 2019).

Возросшая значимость библиотек в мультимедийном мире связана и с необходимостью преодоления информационного хаоса. Библиотека бесконечно гостеприимна: это касается неисчислимого разнообразия содержащихся в ее фондах смыслов, «всеядности» по отношению к мультимедийным носителям информации, версиям ее презентации, а также открытости, обеспечивающей доступ к ее ресурсам. В то же время объективно возросло значение

¹ Черный Ю. Ю. Какая сила заставляет библиотеки меняться в век цифровых технологий? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=WNko9vVsEdY&fbclid=IwAR0-4jHOeAnmP-QPFh-N8dh5qdR-JdsgVS532q2fcylgmiUP4Y8C-m0ZwDAI> (дата обращения: 28.02.2020).

упорядочивания информационных потоков и их экспертной оценки.

Возможности современной мультикультуры, которая сопровождается экспансией цифрового мира, обусловили экстерриториальность библиотеки. Гаджеты и информационные технологии обусловили развитие мобильных библиотечных услуг: использование мобильных версий веб-сайтов, поиск и заказ необходимой литературы и иных источников в интерактивном режиме, ознакомление с библиотечными коллекциями, участие в экскурсиях по библиотеке и др. Библиотеки, наиболее освоившиеся в цифровом мире, уже более десяти лет разрабатывают различные приложения к мобильным гаджетам, практикуют выдачу электронных книг и устройств для их прочтения на дом, что делает более удобным доступ к библиотечным ресурсам и способствует развитию экранного чтения.

Мультимедийные технологии позволили внедрить и модель «открытой библиотеки» (пионером в этом стала Дания); чипированные документы позволяют читателю беспрепятственно заходить в библиотеку в отсутствие персонала и под контролем системы видеонаблюдения пользоваться автоматом самообслуживания по выдаче и возврату книг, работать на компьютере, читать, слушать аудиокниги или музыку, встречаться с друзьями. Как отмечают датские коллеги, в результате таких преобразований в библиотеки стали приходить взрослые и дети, которые раньше обходились без нее (Онуфриенко, 2017).

Понимание множественности социальных моделей поведения различных общностей в мире мультимедиа позволяют современной библиотеке успешней, чем прежде, решать застарелые социальные проблемы. Это редко и несмело артикулируется, но современная библиотека в социуме, где на каждом шагу человека подстерегают ловушки нестабильности, смыслового хаоса, все чаще рассматривается людьми и как институт упорядочения социального пространства, его гармонизации. Современная мультимедийная библиотека вбирает в себя самые разные миры, обеспечивает их взаимодействие и преодолевает все коммуникационные барьеры.

Мультимедийные ресурсы позволили усилить дифференцирующие основания развития читательской активности различных категорий читателей, для которых в силу этнических, возрастных особенностей, культурных привычек, уровня грамотности или ограничений по здоровью наиболее органично восприятие информации по определенным каналам: визуальным, аудиальным, кинестетическим.

Значимы и поколенческие различия. Как показали исследования В. П. Чудиновой, представители первого и второго «цифровых поколений» («миллениалы» и «зеты») значительно

отличаются от своих предшественников интенсивностью использования информационных технологий. «Миллениалы» – молодые люди, родившиеся в последнее двадцатилетие истекшего века, и «зеты», появившиеся на свет после 2000 г., предпочитают информацию в виде визуальных образов, кинестетических ощущений, ценят возможности сетевого общения. При формировании читательских предпочтений ориентируются на сетевые рекомендации сверстников и предъявляют высокие требования к технической оснащенности медиасреды, пользуются большим числом приложений смартфонов (Чудинова, 2017, 2018). Люди «золотого» возраста, напротив, тяготеют к встречам, обсуждениям, просмотру и обсуждению фильмов, театральным постановкам, рукоделию.

Опыт стран развитой книжной культуры, где предпринимаются системные усилия по поддержке и развитию чтения, показывает, что мультимедийные ресурсы оказывают мощное стимулирующее воздействие на чтение; появляется возможность использовать текстовую и графическую, видео- и аудиоинформацию, компьютерную графику, мультипликацию, мультимедийную презентацию, буктрейлеры, виртуальные книжные выставки, видео- и мультимедиа обзоры книг, организовывать просмотр и обсуждение цифровых фильмов и т. д. В Германии, например, по инициативе правительства создан интернет-портал «Читать в Германии», где можно найти информацию о проектах страны, направленных на популяризацию чтения. Дети приобщаются к чтению и осваивают навыки вдумчивого восприятия с помощью интерактивного детского книжного интернет-портала Antolin. Фонды библиотек здесь уже много лет носят мультимедийный характер; электронные версии книг, устройства для чтения, компьютерные игры, аудиокниги выдаются на дом. Получают распространение и букоматы, выдающие книги по требованию. Библиотеки Нидерландов располагают коллекцией электронных книг и приложений, которые можно брать на дом. В Испании реализуется программа e-biblio, благодаря которой в библиотеках также можно получить книги в электронном формате. В Польше, которая по показателям чтения отстает от других стран Евросоюза, на 2004–2013 гг. была принята программа по образцу скандинавских стран, где среди мер, направленных на активизацию чтения, обозначены компьютеризация и программное обеспечение библиотек, создание платформ и сетевых систем для открытия доступа к фондам.

Разрабатываются компьютерные программы, которые позволяют вовлекать читателя в содержательные действия творческого характера: выбирать сюжет литературно-художественного

нарратива, создавать рассказы. В библиотеках Санкт-Петербурга в 2017 г. были разработаны компьютерные игры по мотивам русской классики, комиксам, в прямом эфире демонстрировались выступления известных писателей. Повсеместно в сетевом пространстве открываются виртуальные центры чтения, развиваются рекомендательные сервисы для читателей, создаются литературно-книжные сообщества, что облегчает коммуникацию по поводу книги и чтения (Онуфриенко, 2016; Рено, 2017; Garland, 2020).

Опыт Китая, где в последние годы всерьез озаботились проблемой чтения книг, показывает, как с помощью интернета можно повысить показатели чтения. Библиотеки стали создавать микроблоги для популяризации чтения, размещать рекомендации книг на популярных сетевых сервисах. Кроме того, к продвижению чтения приступили операторы мобильных сетей; в духе китайской лексики и идеологии было провозглашено чтение «с трех экранов»: мобильное, компьютерное и посредством электронных устройств для чтения (Ян, 2014).

С развитием мультимедиа новые возможности для чтения обрели и люди с особыми потребностями. Специальные библиотеки для слепых и слабовидящих, а с недавних пор – в контексте идеологии инклюзии – и общедоступные библиотеки используют мультимедийные технические устройства для преодоления трудностей визуального восприятия: тифлофлешплееры, специализированные аппаратно-программные комплексы, разновидности «умных очков» для незрячих с дисплеями и навигатором повысили возможности не только социализации, реабилитации и абилитации людей с этим недугом, но и росту их творческого потенциала. Мультимедийные средства помогают и развитию чтения людей с нарушением слуха. Так, конструктор интерактивных заданий Learning Apps применяется для поддержки обучения с помощью интерактивных модулей, которые впоследствии используются в различных игровых действиях: это расстановка текстов, изображений, аудио и видео в правильной последовательности, выявление соответствий изображений с названиями, звуковым или визуальным рядом (Янева, 2019). Если раньше применительно к людям с определенными ограничениями здоровья речь шла преимущественно о техническом оснащении соответствующих библиотек, то сейчас обсуждается внедрение форм, направленных на развитие когнитивного интеллекта, литературно-творческих способностей людей с различными физическими особенностями.

Кроме того, мультимедиа создали более благоприятные условия и для развития чтения людей с психологическими проблемами. Даже самые робкие, аутичные, замкнутые люди –

начинают взаимодействовать посредством компьютерных технологий, вступать в сетевые сообщества и делиться своими впечатлениями о прочитанном, обнародовать результаты своих авторских упражнений.

Интернет-пространство создало беспрецедентные возможности для изучения читательской деятельности, выявления отношения к библиотеке; этому служит исследовательская стратегия Digital Humanities, получившая развитие в последние 20 лет² (Аскарова, Зубанова, 2018). В интернете читатели в непосредственной форме максимально открыто выражают свою субъектность: включаются в обсуждение книг, обмениваются впечатлением о прочитанном, создают собственные литературные продукты, участвуют в различных челленджах, связанных с книгой. Кроме того, по клику мышки, чекинам, посещению определенных ресурсов и времени присутствия на них можно судить о предпочтениях и запросах людей. Интернет уже стал пространством изучения поведения читателей; в библиотечном профессиональном сообществе безусловные лидеры в исследовании этой темы – М. М. Самохина и В. П. Чудинова (Самохина, 2014; Чудинова, 2017, 2018). Т. Д. Рубановой предпринимался анализ социальных книжных сетей на предмет их участия в системе поддержки чтения; она изучила проекты «Книжный вызов» и «Книжный марафон» в сетях LiveLib и BookMix, выявила особенности продвижения книги на YouTube и в Instagram (Рубанова, 2018). Значимо для библиотечных специалистов и исследование фонда Brand Analytics, который на основе экспресс-анализа годовой ретроспективы упоминаний о книге, чтении, библиотеке выявил место чтения в жизни отдельных сообществ, предпочитаемые художественные произведения и факторы, определяющие востребованность библиотек³.

Таким образом, мультимедийная культура позволила повысить привлекательность библиотеки, стимулировала развитие новых подходов к взаимодействию с читателями на основе различных дифференцирующих оснований, обогатила формы библиотечного воздействия и повысила интерес к различным практикам чтения даже у тех категорий населения, которые традиционно считаются «трудными» и, кроме того, создала беспрецедентные возможности изучения читательской деятельности.

² Круглый стол «Чтение и цифровые методы исследования». URL: <https://eu.spb.ru/forthcoming-events/18468-kruglyj-stol-chtenie-i-tsifrovye-metody-issledovaniya> (дата обращения: 10.09.2019).

³ #ЯЧИТАЮ: как в социальных медиа отражается чтение книг. URL: <https://br-analytics.ru/blog/yachitayu> (дата обращения: 01.09.2019).

Цифровой мир:местилище коллективного разума или минное поле?

О многих последствиях распространения цифровых технологий люди знали заранее. В 1969 г. в Калифорнийском университете среди создателей вузовской компьютерной сети был проведен экспертный опрос об интернете и цифровой жизни через полвека. Отмечая такие безусловные блага компьютеризации, как расширение досуга, неограниченные возможности познания нового, рост благосостояния людей, повышение уровня их осведомленности, расширение возможностей глобального сотрудничества и в то же время индивидуализации цифровой жизни, эксперты предупреждали о таких негативных последствиях, как рост пропасти между имущими и неимущими, установление контроля над поведением людей в цифровом мире, использование сетевого контента для манипулирования сознанием, утрата приватности частной жизни и навыков непосредственного общения. Тогда прозвучали предостережения о необходимости внимания к последствиям воздействия цифровых инноваций на человечество (Horrigan, 2017).

Полвека спустя психологи и педагоги доносят до общества свою тревогу, связанную с восприятием сетевого контента. Здесь немало текстов, аудио- и видеоматериалов разного, нередко сомнительного качества, которые порождают информационную перегрузку малополезными, ненужными или вредными материалами. Зафиксирована и утрата способности к запоминанию воспринятого: в долговременной памяти фиксируются в основном не смыслы, а место расположения той или иной информации. Невысокое качество получения информации из интернета связано и с тем, что при этом задействован преимущественно визуальный канал. Все это препятствует формированию критического мышления, глубокому пониманию и запоминанию прочитанного, сопоставлению его с ранее полученными сведениями. Результатом становится фрагментация знаний, неспособность к сосредоточенной и содержательной мыслительной деятельности. Исследования Психологического института Российской академии образования, обобщенные Н. А. Борисенко, убедительно показали, что вследствие многочасового сетевого серфинга сокращается доля времени на чтение, появляются трудности концентрации внимания при чтении сложных, объемных бумажных текстов и т. д. (Борисенко, 2019).

О преимуществах чтения объемных содержательных книг перед необременительными для восприятия интернет-текстами шла речь и на «Читательской ассамблее содружества» (Щеглова, 2019). Осмысление трудных для понимания процессов, решение сложных задач

требует системного мышления, что невозможно без углубленного чтения как важнейшего инструмента усвоения и передачи смыслов, поэтому так важно даже в наше динамичное время учить искусству неторопливого чтения с размышлением, пониманием, запоминанием, ведению записей в процессе чтения. Отметим, что сложнейшая проблема восприятия бумажных и электронных текстов требует дальнейшего углубленного репрезентативного исследования с представлением четких эмпирических индикаторов, характеризующих особенности мышления в том и другом случае.

Опасности «зависания» в электронном пространстве ощущаются не только взрослыми, но и молодежью: более половины подростков, опрошенных американским исследовательским центром PEW в 2018 г., заявили, что проводят слишком много времени в своем мобильном телефоне, а 41% подростков заметили, что неоправданно много времени проводят в социальных сетях (Auxier et al., 2019). Молодые люди пытаются найти баланс между использованием цифровых технологий и реальной жизнью (Horrigan, 2017). Абсолютизация информационных технологий, ведущая к нарушению гармонии в социальных коммуникациях, особенно опасна для детей. На международной конференции 2019 г. «Книжное пространство XXI века. Издательства, библиотеки, книжные магазины и цифровые ресурсы» речь шла об опыте корейских коллег, которые периодически устраивают для взрослых и детей двухнедельные каникулы от гаджетов: их вывозят на остров Нами, где проводится книжный фестиваль – там дети читают традиционные книги, соревнуются в литературных конкурсах, встречаются с писателями, смотрят спектакли, участвуют в мастер-классах и много времени проводят с родителями, учителями, библиотекарями. О пагубности чрезмерного увлечения гаджетами предупреждал и президент Международного совета по детской книге IBBY Чжан Минчжоу: он привел данные о том, что в странах, где мало бумажных книг, у детей снижается уровень когнитивного интеллекта и способность к концентрации внимания, возникают нарушения в эмоциональной сфере и страдает логика⁴.

К негативным последствиям цифровизации отнесем и безграничные возможности распространения лжи и дезинформации (вольной или невольной), которые в электронном пространстве дали мощный импульс развитию приемам манипулирования сознанием. В результате к традиционным газетным уткам, сплетням, слухам, домыслам, умолчаниям, пристрастной селекции информации, подтасовке фактов добавились

⁴ Mobilis in Mobili. Книжная индустрия в эпоху цифровых развлечений. URL: <http://www.bookind.ru/events/9162/> (дата обращения: 21.11.2019).

пранк (телефонное хулиганство с целью спровоцировать на определенные высказывания); фактоид (опубликованный в медиа несуществующий факт); фрейминг (процесс селекции и способ организации информации, программирующий ее восприятие); джинса (текст низкого качества, продвигающий товар или услугу); фейк (поддельные тексты; аудио-, видео- и фотоматериалы; фальшивые аккаунты; лайки, поставленные ботами); постправда (субъективная трактовка событий в зависимости от эмоций, убеждений и сиюминутной выгоды), агнотология (умышленное распространение ложных научных или иных сведений, сокрытие проблем) (Пашинян, 2012; Proctor, Schiebinger, 2008).

Обилие дезинформации в сетевом пространстве связано и с резко возросшим количеством людей, упражняющихся в создании контента. К позитивным сторонам этого факта отнесем возможность проявления индивидуальности, публичного самовыражения, что в целом способствует гражданской социализации и совершенствованию письменно-речевых практик, к негативным – захламление сознания малограмотными текстами некомпетентных авторов.

Все это формирует недоверие к СМИ, причем не только к текстовым, но и видеоплатформам. По данным опроса П. Касселя (2018), большинство пользователей YouTube в США говорят, что они нередко сталкиваются с ложным или тревожным контентом; 64% взрослых респондентов заявили, что им приходилось просматривать видео, содержащие ложную информацию⁵. По данным американского исследования 2019 г., 67% жителей США знают об особенностях проникновения рекламы на различные платформы, отслеживании их сетевого поведения, о способах фишингового мошенничества, нарушениях конфиденциальности (Vogels, Anderson, 2019).

Обилие дезинформации и лжи в сетевом пространстве требует от современного человека умения распознавать неверные сведения. Анализ контента, обозначение критериев его достоверности, развитие навыков оперативной верификации материалов, способность выявлять репутационные характеристики сетевых ресурсов и авторов может стать основным содержанием библиотьюторства⁶.

Современный библиотекарь как тьютор

Изложенные проблемы побуждают обратить взор на библиотеку как институт, способный упорядочить информационный хаос, навигатора,

формирующего и направляющего информационный поток. По данным американского исследовательского центра REW, 80% опрошенных американцев полагают, что библиотеки должны проводить курсы цифровой грамотности: обучать население пользоваться смартфонами, компьютерами и другими гаджетами, методам проверки надежности информации (Рено, 2017).

Исследование Д. Харригана «Как люди подходят к фактам и информации», проведенное в США в 2017 г., позволило установить, что даже компетентные в вопросах выявления и использования информации люди доверяют именно библиотекам как институтам, которые занимаются селекцией информационных потоков и помогают найти наиболее достоверные, надежные источники, узнавать новое и принимать важные решения. 31% опрошенных заявили, что хотели бы пройти курс обучения анализу и применению интернет-ресурсов, и 28% – о необходимости освоения умений, связанных с использованием компьютеров. Они проявили высокую заинтересованность в обучении цифровым навыкам и информационной грамотности, отсюда заинтересованность в увеличении часов работы библиотеки и удобном ее расположении (Horrigan, 2017).

Именно при библиотеке (особенно детской, школьной, юношеской) могут существовать школы цифровой гигиены, где библиотечные специалисты будут учить не только отсеивать ложную информацию, но и уметь грамотно перераспределять и концентрировать внимание при работе в цифровом пространстве, разумно позиционировать себя в виртуальном мире. Сейчас передовые зарубежные библиотеки развивают сервисы, связанные с умением создавать различные тексты, безопасно пользоваться интернет-технологиями, вести блоги, размещать аудиовизуальные материалы на YouTube. Они становятся воротами в мир технологий, обучают азам программирования и информационной безопасности (Garland, 2020).

В библиотеках США получили широкое распространение компьютерные игры по обучению цифровой грамотности, изучению библиотечных ресурсов; проводятся конкурсы, связанные с умением выявлять, оценивать и использовать различные виды контента. Не менее интересен и российский опыт проведения компьютерных телекоммуникационных игр, направленных на формирование умений самостоятельно выявлять, оценивать информацию и использовать ее для создания различных мультимедийных продуктов: лент времени, визуальных словарей, виртуальных экскурсий, коллекций видеороликов, ментальных карт и др.

Изложенные проблемы побуждают задуматься над тем, какой должна быть подготовка

⁵ Shareable quotes from experts about the next 50 years of digital life. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2019/10/28/shareable-quotes-from-experts-about-the-next-50-years> (дата обращения: 02.02.2020).

⁶ Термин предложен И. В. Жилавской.

современного библиотекаря, специализирующегося на деятельности по поддержке и развитию чтения. Представляется, что он должен сочетать основательную гуманитарную подготовку с цифровой грамотностью, ориентироваться в различных медиа, их ресурсах и компетенциях, которые обеспечивают владение различными стратегиями обучения чтению и технологиями читательского развития.

Цифровая грамотность – обязательное условие профессионализма современного библиотекаря. М. Легенчук и С. Смолина видят его, в частности, в роли цифрового куратора, в обязанности которого входит консультирование по вопросам применения информационно-коммуникационных технологий и развитию цифровой грамотности различных групп населения (Легенчук, Смолина, 2017). Подобный опыт уже есть: в Чикаго специалисты публичной библиотеки работают как волонтеры-кибернавигаторы, аналогичные попытки принимаются и в Польше.

Тем не менее цифровая грамотность обеспечивает лишь техническую сторону взаимодействия. Мало выявить необходимый ресурс, требуется критическая оценка его качества с точки зрения целесообразности использования, целевого и читательского назначения. Владение онлайн-инструментами и применение технологий также должно сопровождаться осмыслением их человеческого измерения. М. В. Ивашина справедливо обращает внимание на то, что не менее значимо обладание гуманитарными знаниями, позволяющими синтезировать умения smm-специалиста и книжного эксперта, умеющего выстраивать коммуникацию по поводу книги и чтения в новых форматах (Ивашина, 2019).

И. В. Жилавская, внесшая весомый вклад в развитие теории и практики медиаобразования, предложила другое словесное обозначение такого специалиста: библиотьютор. Он должен понимать специфику сетевой деятельности читателя, обучать его поиску, оценке, селекции, конструированию текстов из разрозненных фрагментов, их экспертированию и использованию для решения различных задач (Жилавская, 2015).

К сожалению, библиотечными специалистами не в полной мере осознается необходимость медиаобразования: как собственного, так и ориентированного на читателей. В частности, практически не обсуждается необходимость вмешательства в сам процесс восприятия различных текстовых материалов. Между тем это важнейшая проблема, порожденная, прежде всего, обилием мультимодальных текстов новой природы; их обозначают как гибридные, интерактивные, гетерогенные, поликодовые, семиотически осложненные тексты дополненной реальности и проч. Е. Квашнина впервые показала возможные

варианты работы с этими текстами в условиях детской библиотеки (Квашнина, 2017). Пока нет ответов на многие вопросы, связанные со спецификой восприятия таких текстов, качеством усвоения содержащихся в них смыслов, на что обращает внимание В. А. Бородина (Бородина, 2017). Библиотьютор должен обучать чтению текстов в любом знаковом воплощении, на разных носителях, созданных с использованием вербальных и невербальных компонентов.

Другая возможная точка приложения сил – обучение умению наполнять содержательным контентом свою страницу, вести блог, создавать посты. Школы начинающего блогера, клубы блогеров могут стать востребованными формами групповой библиотечной работы, поэтому как никогда актуальна проблема опережающей подготовки библиотечных кадров, способных вести такую работу.

Заключение

Описанные в статье примеры убедительно показали, что в странах, где ведется культурная политика, направленная на всемерную поддержку чтения книг любого формата с использованием широкого спектра мультимедийных средств и информационных технологий, чтение продолжает оставаться в ряду наиболее значимых ценностей и, более того, становится более привлекательным даже для представителей цифрового поколения. Однако встраивание в систему библиотечной деятельности электронных медиа должно сопровождаться рефлексией по поводу полноценного использования их позитивных сторон и нейтрализации возможных негативных воздействий. Совершенно очевидно, что с погружением человечества в цифровой мир потребуются все более глубокий анализ человеческого измерения происходящих процессов на предмет их служения во благо цивилизации, неизменным спутником которой является чтение. Профессор индустрии нейронной и системной сложности Университета Аделаиды Фиона Керр по этому поводу высказалась с афористической меткостью: «Люди будут злоупотреблять технологиями, иногда самым ужасным способом. В конечном счете, человеческий прогресс основан на создании будущего, основанного на знании, а не на невежестве»⁷ (перевод автора – А. В.). Во избежание этих злоупотреблений и требуется культурное посредничество библиотечного специалиста между читателем и противоречивым, избыточным различными трансформациями и неожиданностями миром мультимедиа.

⁷ Shareable quotes from experts about the next 50 years of digital life. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2019/10/28/shareable-quotes-from-experts-about-the-next-50-years> (accessed 5.02.2020).

Список источников / References

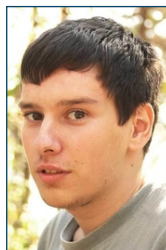
- Аскарова В. Я., Зубанова Л. Б. Изучение детского и юношеского чтения в эпоху цифровой реальности: актуальные исследовательские и проектные стратегии // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2018. № 5. С. 93–102 ; Askarova VY and Zubanova LB (2018) The study of children and youth reading in the digital reality epoch: current research and design strategies. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv*, 5: 93-102. (In Russ.).
- Аскарова В. Я., Кирьянова К. В. Чтение: расширение публичного пространства // Молодежь в науке и культуре XXI века: научные школы : материалы междунар. науч.-творч. форума (науч. конф.), 1–2 нояб. 2018 г. Челябинск, 2018. С. 248–253 ; Askarova VY and Kiryanova K. (2018) Reading: expansion of public space. *Molodezh' v nauke i kul'ture XXI veka: nauchnye shkoly : materialy mezhdunar. nauch.-tvorch. foruma (nauch. konf.)*, 1-2 noyab. 2018 g. Chelyabinsk, pp. 248-253. (In Russ.).
- Библиотека в эпоху перемен : реф. обзор / Курская обл. науч. б-ка им. Н. Н. Асеева ; сост. Ж. И. Третьякова. Курск, 2017. 34 с. ; Tret'yakova ZhI (comp.) (2017) *Library in an era of changes : ref. overview* [Biblioteka v epokhu peremen : ref. obzor]. Kursk. (In Russ.).
- Борисенко Н. А. Психологические особенности цифрового поколения и изменение его читательских характеристик // Пятый международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 октября 2019 г.) : материалы форума. Челябинск, 2019. С. 291–296 ; Borisenko NA (2019) Psychological features of the digital generation and a change in its reading characteristics. *Pyatyy mezhdunarodnyi intellektual'nyi forum «Chtenie na evraziiskom perekrestke» (Chelyabinsk, 24-25 oktyabrya 2019 g.) : materialy foruma*. Chelyabinsk, pp. 291-296. (In Russ.).
- Бородин В. А. Изучение продуктивности чтения текстов новой природы: основные направления исследования в интересах будущего библиотек // Библиотекосведение. 2017. Т. 66, № 2. С. 159–165 ; Borodina VA (2017) Studying the productivity of reading texts of a new nature: the main directions of research in the interests of the future libraries. *Bibliotekovedenie*, 66(2): 159-165. (In Russ.).
- Гудова М. Ю. Концепция постграмотности как теоретико-методологическое основание понимания чтения // Пятый Международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 октября 2019 г.) : материалы форума. Челябинск, 2019. С. 22–39 ; Gudova MY (2019) The concept of post-literacy as a theoretical and methodological basis for reading comprehension. *Pyatyy mezhdunarodnyi intellektual'nyi forum «Chtenie na evraziiskom perekrestke» (Chelyabinsk, 24-25 oktyabrya 2019 g.) : materialy foruma*. Chelyabinsk, pp. 22-39. (In Russ.).
- Жилавская И. В. Библиотечное обслуживание – новая функция библиотеки // Библиотеки вузов Урала. 2015. № 14. С. 13–17 ; Zhilavskaya IV (2015) Library tutoring is a new function of the library. *Biblioteki vuzov Urala*, 14: 13-17. (In Russ.).
- Ивашина М. В. Онлайн-инструменты книжного эксперта // Пятый Международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 24–25 октября 2019 г.) : материалы форума. Челябинск, 2019. С. 199–207 ; Ivashina MV (2019) Book expert online tools. *Pyatyy mezhdunarodnyi intellektual'nyi forum «Chtenie na evraziiskom perekrestke» (Chelyabinsk, 24-25 oktyabrya 2019 g.) : materialy foruma*. Chelyabinsk, pp. 199-207. (In Russ.).
- Квашнина Е. «Новые» детские книги в пространстве библиотеки и школы. Новые формы организации читательской деятельности. Москва : Библиомир, 2017. 160 с. ; Kvashnina E (2017) "New" children books in the library and school space. New forms of organizing reader activity. Moscow: Bibliomir. (In Russ.).
- Легенчук М. В., Смолина С. Г. Цифровая грамотность: возможность библиотекаря оставаться востребованным в современном обществе // Четвертый Международный интеллектуальный форум «Чтение на евразийском перекрестке» (Челябинск, 26–27 октября 2017 г.) : материалы форума. Челябинск, 2017. С. 199–207 ; Legenchuk MV and Smolina SG (2017) Digital literacy: the possibility of a librarian to remain in demand in modern society. *Chetvertyy mezhdunarodnyi intellektual'nyi forum "Chtenie na evraziiskom perekrestke" (Chelyabinsk, 26-27 oktyabrya 2017 g.) : materialy foruma*. Chelyabinsk, pp. 199-207. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Медиакультура как диалог культур современного общества // Библиосфера. 2017. № 4. С. 30–34 ; Lizunova IV (2017) Mediaculture as a dialogue of cultures of modern society. *Bibiosfera*, 4: 30-34. (In Russ.).
- Онуфриенко Г. Ф. Инновации в обслуживании читателей: зарубежный опыт: обзор // Библиотека в эпоху перемен. 2017. № 1 ; Onufrienko GF (2017) Innovations in reader services: foreign experience: an overview. *Biblioteka v epokhu peremen*, 1. URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/bep/2017/01/2017-01_bep-3.pdf (дата обращения = accessed 07.02.2020). (In Russ.).
- Онуфриенко Г. Ф. Новые методы продвижения чтения и литературы в библиотеке (зарубежный опыт) // Библиотека в эпоху перемен. 2016. № 1 ; Onufrienko GF (2016) New methods of promoting reading and literature in the library (foreign experience). *Biblioteka v epokhu peremen*, 1. URL: http://infoculture.rsl.ru/donArch/home/bep/2016/01/2016-01_bep-2.pdf (дата обращения = accessed 10.02. 2020). (In Russ.).
- Пашинян И. А. Риски лжи и фальсификации в СМИ в современном обществе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2012. № 1. С. 71–75 ; Pashinyan IA (2012) Risks of lies and falsifications in the media in modern society. *Sovremennaya nauka: aktual'nyye problemy teorii i praktiki. Seriya: Gumanitarnyye nauki*, 1: 71-75. (In Russ.).

- Рено А. Эволюция библиотек: как хранилища знаний меняются под влиянием технологий // Теплица социальных технологий. 2017 ; Renault A (2017) The evolution of libraries: how do knowledge stores change under the influence of technology. *Teplitsa sotsial'nykh tekhnologii*. URL: <https://te-st.ru/2017/11/03/evolution-of-libraries/> (дата обращения = accessed 07.02.2020). (In Russ.).
- Рубанова Т. Д. Поддержка чтения в пространстве социальных сетей. Вестник культуры и искусств. 2018. № 3. С. 45–53; Rubanova TD (2018) Reading support in the space of social networks. *Vestnik kul'tury i isskustv*, 3: 45–53. (In Russ.).
- Самохина М. М. Что, зачем и как мы изучали: еще об исследовании пользователей РГБМ // Библиотечное дело. 2014. № 17. С. 4–44 ; Samokhina MM (2014) What, why and how did we study: more about the users' research of RGBM. *Biblioteknoe delo*, 17: 4–44. (In Russ.).
- Ян Цун. Современное состояние и стратегия национальной программы поддержки и развития чтения в КНР. Библиотековедение. 2014. № 3. С. 100–105 ; Yang Tsun (2014) Current status and strategy of the national reading support and development program in China. *Bibliotekovedenie*, 3: 100–105. (In Russ.).
- Чудинова В. П. Дети, молодежь и взрослые посетители публичных библиотек США в ракурсе Теории поколений В. Штрауса и Н. Хоува // Библиотековедение. 2017. Т. 66, № 5. С. 553–559 ; Chudinova VP (2017) Children, youth and adult visitors to US public libraries from the perspective of Generation theory by W. Strauss and N. Howe. *Bibliotekovedenie*, 66(5): 553–559. (In Russ.).
- Чудинова В. П. Чтение и литературные предпочтения школьников поколения Z: социокультурный контекст // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15, № 6. С. 668–681 ; Chudinova VP (2018) Reading and literary preferences of schoolchildren of Z generation: socio-cultural context. *Observatoriya kul'tury*, 15(6): 668–681. (In Russ.).
- Щеглова Д. В Москве прошла первая «Читательская ассамблея Содружества» // Книжная индустрия. 2019 ; Shcheglova D (2019) The first "Readership Assembly of the Commonwealth" was held in Moscow. *Knizhnaya industriya*. URL: <http://www.bookind.ru/events/8926> (дата обращения = accessed 01.09.2019). (In Russ.).
- Янева Е. В. Школьная библиотека в мире глухих и слабослышащих детей: путь к чтению // От чтения – к творчеству жизни. Санкт-Петербург, 2019. С. 148–157 ; Yaneva EV (2019) School library in the world of deaf and hard hearing children: the path to reading. *Ot chteniya – k tvorchestvu zhizni*. Saint Petersburg, pp. 148–157. (In Russ.).
- Auxier B, Anderson M. and Kumar M. (2019) 10 tech-related trends that shaped the decade. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/20/10-tech-related-trends-that-shaped-the-decade/> (accessed 15.02.2020).
- Garland J (2020) Current technology trends in libraries. *Princh*. URL: <https://princh.com/current-technology-trends-in-libraries> (accessed 10.02.2020).
- Horrigan JB (2017) How people approach facts and information. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2017/09/11/how-people-approach-facts-and-information> (accessed 05.02.2020).
- Proctor RN and Schiebinger L (eds.) (2008) *Agnotology: the making and unmaking of ignorance*. Stanford: Stanford University Press. 312 p.
- Van Kessel P (2019) 10 facts about Americans and YouTube. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/12/04/10-facts-about-americans-and-youtube> (accessed 06.02.2020).
- Vogels EA and Anderson M (2019) Americans and digital knowledge. *Pew Research Center*. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2019/10/09/americans-and-digital-knowledge> (accessed 06.02.2020).

АНАЛИЗ СКОРОСТИ ПУБЛИКАЦИИ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ CRIS-СИСТЕМЫ SCIACT

Б. Л. Альперин, И. В. Зибарева, А. А. Ведягин

Федеральный исследовательский центр «Институт катализа
им. Г. К. Борескова Сибирского отделения Российской академии наук»,
Новосибирск, Россия;
e-mail: zibareva@catalysis.ru



**Альперин
Борис Львович,**
ведущий
инженер-программист

ORCID: [0000-0001-8166-6178](https://orcid.org/0000-0001-8166-6178)
e-mail: alperin@catalysis.ru



**Зибарева
Инна Владимировна,**
кандидат
педагогических
наук, начальник
информационно-
аналитического отдела

ORCID: [0000-0002-1872-0212](https://orcid.org/0000-0002-1872-0212)
e-mail: zibareva@catalysis.ru



**Ведягин
Алексей Анатольевич,**
кандидат химических
наук, заместитель
директора

ORCID: [0000-0002-6930-936X](https://orcid.org/0000-0002-6930-936X)
e-mail: vedyagin@catalysis.ru

Аннотация. Одно из наиболее важных конкурентных преимуществ отдельного ученого и / или исследовательской организации – персональная заметность (visibility) в профессиональном сообществе, зависящая от значимости полученных результатов. В условиях высокой конкуренции для такой заметности большое значение имеют не только собственно результаты, но и количество отображающих их публикаций, зависящее среди прочего от скорости издания статей журналами. В России ежегодное количество публикаций по WoS / Scopus является основным критерием выполнения институтами РАН государственного задания, что делает скорость публикации научных результатов критически важной. В статье представлены результаты статистического анализа скорости публикации авторов, работающих в Федеральном исследовательском центре «Институт катализа им. Г. К. Борескова Сибирского отделения Российской академии наук» (ФИЦ ИК СО РАН), проведенного с использованием его CRIS-системы SciAct. Система охватывает более 20 видов научной деятельности, в ней учтены статьи в журналах, материалы конференций, патенты, диссертации. Она содержит профили авторов, организаций и журналов, позволяет оперативно, «в один клик», создавать разнообразные отчеты и справки. На массиве из более 8 тыс. статей ФИЦ ИК СО РАН 1960–2019 гг. в 712 журналах определены минимальные, максимальные и медианные значения скорости их публикации. Полученные результаты позволяют рекомендовать сотрудникам физико-химических исследовательских организаций журналы с медианными скоростями издания статей от одного до двух месяцев. Предложенный подход и его результаты полезны для планирования исследований.

Ключевые слова: показатели научной продуктивности, скорость журнальной публикации, CRIS-система SciAct

Для цитирования: Альперин Б. Л., Зибарева И. В., Ведягин А. А. Анализ скорости публикации научных статей с использованием CRIS-системы SciAct // Библиосфера. 2020. № 1. С. 83–92. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-83-92.

ANALYSIS OF SCHOLARLY ARTICLES' PUBLICATION SPEED WITH SCIACT CRIS-SYSTEM

Boris L. Alperin, Inna V. Zibareva, Aleksey A. Vedyagin

*Federal Research Center «Boreskov Institute of Catalysis, Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences»,
Novosibirsk, Russia,
e-mail: zibareva@catalysis.ru*

Alperin Boris L'vovich,
Leading engineer-programmer;
ORCID: [0000-0001-8166-6178](https://orcid.org/0000-0001-8166-6178)
e-mail: alperin@catalysis.ru

Zibareva Inna Vladimirovna, PhD,
Head of information and analytical
department;
ORCID: [0000-0002-1872-0212](https://orcid.org/0000-0002-1872-0212)
e-mail: zibareva@catalysis.ru

Vedyagin Aleksey Anatolyevich,
PhD, Deputy director;
ORCID: [0000-0002-6930-936X](https://orcid.org/0000-0002-6930-936X)
e-mail: vedyagin@catalysis.ru

Abstract. One of the most important competitive advantages of researchers / research organizations is their individual visibility in professional community depending on scientific importance of results obtained. Under hard competitive conditions, however, not only results as such are essentially important for the visibility but also the amount of publications reflecting them. This amount depends, amongst other factors, on scholarly journals' publication speeds. In Russia, an annual amount of publications accounted in the WoS / Scopus is adapted as the main criterion for institutes of the RAS on the state task fulfillment, thus making the speed of research results publishing critically important. The article reflects the results of the statistical analysis of publication speeds of materials for the authors affiliated with the Boreskov Institute of Catalysis (BIC), Siberian Branch of the RAS. The statistical analysis of journal publication speeds is performed with the aid of the CRIS-system SciAct. The system embraces more than 20 modes of scientific activities and accounts journal articles, conferences proceedings, patents, dissertations, etc. It contains profiles of authors, organizations and journals and allows preparing various reports and accounts in one click. With array of more than 8 thousands of BIC articles 1960–2019 in 712 scholarly journals, the authors determined the minimal, maximal and median values of their publication speeds. Results obtained allow recommending journals with median articles' publication speed of 1–2 months to the staff of physical-chemical research organizations. The approach and its results are useful for research planning.

Keywords: research productivity indicators, the journal publication speed, CRIS-system SciAct

Citation: Alperin B. L., Zibareva I. V., Vedyagin A. A. Analysis of scholarly articles' publication speed with SciAct CRIS-system. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 83–92. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-83-92.

Received 17.12.2019
Revised 24.01.2020
Accepted 27.01.2020

Введение

Современная наука продолжает быстро развиваться, вовлекая возрастающие людские и финансовые ресурсы. По данным ЮНЕСКО, в 2013 г. в мире насчитывалось ~7,8 млн ученых-исследователей, опубликовавших ~1,3 млн научных трудов (Доклад ЮНЕСКО..., 2016). И хотя глобальный рост расходов на науку опережает рост ВВП (в 2007–2013 гг. ~31 и ~20% соответственно) (Доклад ЮНЕСКО..., 2016), ситуация в научном сообществе, связанная с получением финансирования, занятием должностей, является высоко конкурентной. Одно из наиболее важных конкурентных преимуществ – персональная заметность (visibility) ученого-исследователя в профессиональном сообществе, зависящая от значимости полученных результатов. В условиях высокой конкуренции для заметности большое значение имеют не только результаты, но и быстрота их

доведения до сведения сообщества, особенно скорость журнальной публикации. В связи с этим в общем контексте научной коммуникации скорость публикации научных статей активно изучается во всем мире (Björk, Solomon, 2013; Lin et al., 2016; Rosenkrantz, Harisinghani, 2015; Salinas, Munch, 2015; Toroser et al., 2017), охватывая разнообразные исследовательские дисциплины – например, естественные науки (Dióspatonyi et al., 2001; Lin et al., 2016), (био)медицину (Chen et al., 2013; Dong et al., 2006; Kalcioğlu et al., 2015; Salinas, Munch, 2015; Seboe et al., 2019; Toroser et al., 2017), экономику (Azar, 2004), экологию (Okuzaki et al., 2019), пищевые продукты (Amat, 2008), в том числе в изданиях открытого доступа (open access) (Bird, 2010; Solomon, Björk, 2012).

Национальная / географическая специфика при этом не исследовалась, хотя очевидно, что она существует. В частности, в России Министерство науки и высшего образования установило для институтов Российской академии

наук, работающих в настоящее время по государственному заданию, в качестве основного критерия его выполнения ежегодное количество публикаций, учтенных в базах данных (БД) WoS / Scopus. Для институтов первой категории эти показатели, как правило, заметно выше многолетних статистических. В этих условиях для институтов критически важной становится не только скорость выполнения собственно исследований по заданию, но и скорость публикации их результатов в журналах. На уровне отдельных ученых мотивация к быстрой публикации та же, что во всем мире.

Цель работы – статистический анализ скорости публикации статей журналами на примере Института катализа Сибирского отделения Российской академии наук – с марта 2019 г. Федерального исследовательского центра (ФИЦ ИК СО РАН). Хотя для утилитарных целей, связанных с отчетностью, интерес представляют только данные последнего времени, в фундаментальном отношении интересна как можно более глубокая ретроспектива. Поэтому изученный период охватывает 1960–2019 гг.: с первого года работы ИК по настоящее время.

Методология

Анализ скорости публикации статей выполнен на основе данных, представленных в CRIS-системе SciAct (Альперин и др., 2015; Свидетельство..., 2018) (CRIS – current research information system¹), разработанной в ИК для повышения

эффективности управления исследованиями. Система охватывает более 20 видов научной деятельности; в ней учтены статьи в журналах (рис. 1), материалы конференций, патенты, диссертации; она содержит профили авторов, организаций и журналов. При вводе данных производится привязка к профилям, исключающая дублирование и обеспечивающая разнообразный анализ. Ввод данных производится как администраторами SciAct, так и самими авторами публикаций, имеющими доступ к системе из любой точки мира. Все вводимые данные проходят обязательную верификацию. Система позволяет оперативно, «в один клик», создавать как общеинститутские отчеты в вышестоящие инстанции, так и индивидуальные справки сотрудников о результативности научной деятельности, соответствии квалификационным критериям.

Для журнальных публикаций в системе SciAct приводятся даты поступления в редакцию (received), принятия к публикации (accepted) и издания (published) в электронном (online) или / и печатном (print) виде. Эти даты берутся из полных текстов статей, отыскиваются на сайтах журналов / издательств или агентства Crossref² – подразделения International DOI Foundation³ (DOI – digital object identifier). В Crossref имеется интерфейс (API = application programming interface), позволяющий получить даты печатного или онлайн-издания статьи по ее DOI. С этой информацией, однако, имеются существенные проблемы, особенно для давних статей, в первую очередь из отечественных журналов.

Рис. 1. Страница журнальной публикации в системе SciAct
Fig. 1. Display of a journal publication in the SciAct

¹ Current research information system (CRIS). URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Current_research_information_system (accessed 21.11.2019).

² Crossref. URL: <https://www.crossref.org> (accessed 21.11.2019).

³ International DOI Foundation. URL: <https://www.doi.org> (accessed 21.11.2019).

В работе анализ скорости публикации статей выполнен по датам поступления в редакцию и онлайн-ового или печатного издания. При этом из печатной и онлайн-овой версий выбиралась наиболее ранняя дата публикации. Следует отметить, что иногда дата онлайн-овой публикации может быть гораздо более поздней, чем печатной. Это касается старых работ, когда предварительная онлайн-овая публикация еще не стала общепринятой (например, печатная публикация датирована 22.02.1995, а онлайн-овая 02.05.2005).

Результаты и их обсуждение

К настоящему времени в SciAct имеются 28,4 тыс. записей об опубликованных работах. Из них 18,7 тыс. – статьи в 1,3 тыс. журналов за 1960–2019 гг. (рис. 2). Необходимые для этой работы сведения содержат более 8 тыс. статей в 712 журналах (табл. 1); топ-20 журналов, статьи в которых имеют дату поступления и дату печатного / онлайн-ового издания, приведены в таблице 2. Для остальных журналов сведения об одной из дат отсутствуют как на сайтах издательств, так и в полных текстах статей. Особенно это характерно для отечественных журналов (табл. 3). Всего для анализа были доступны полные тексты 13,8 тыс. статей, 4,2 тыс. из которых на русском языке.

Из одиннадцати зарубежных журналов (табл. 2) восемь имели не менее 90% публикаций с датами. Два из них представлены на платформе

Springer Nature (Reaction Kinetics and Catalysis Letters и Catalysis Letters), пять – на Elsevier Science Direct (Journal of Catalysis, Applied Catalysis A, Surface Science, Chemical Physics Letters и Applied Catalysis B: Environmental) и один – на American Chemical Society (Journal of Physical Chemistry B).

Из российских журналов (табл. 2) можно выделить Mendeleev Communications (на платформе Elsevier Science Direct) и переводные Kinetics and Catalysis, Journal of Structural Chemistry, Russian Chemical Bulletin, Catalysis in Industry, Russian Journal of Physical Chemistry A, Russian Journal of Applied Chemistry, Doklady Physical Chemistry и Theoretical and Experimental Chemistry (все на платформе Springer Nature). При этом Theoretical and Experimental Chemistry, Journal of Structural Chemistry, Russian Chemical Bulletin и Catalysis in Industry представлены на платформе с 1-го тома. Большинство статей в них имеют обе даты – в отличие от других переводных журналов (Kinetics and Catalysis: с 41-го тома, 2000 г.; Doklady Physical Chemistry: с 375-го тома, 2000 г.; Russian Journal of Applied Chemistry: с 74-го тома, 2001 г.; Russian Journal of Physical Chemistry A: с 80-го тома, 2006 г.).

Для публикаций в переводных отечественных журналах Kinetics and Catalysis / «Кинетика и катализ»; Journal of Structural Chemistry / «Журнал структурной химии»; Russian Chemical Bulletin / «Известия Академии наук. Серия химическая»; Russian Journal of Applied Chemistry / «Журнал прикладной химии»; Russian Journal

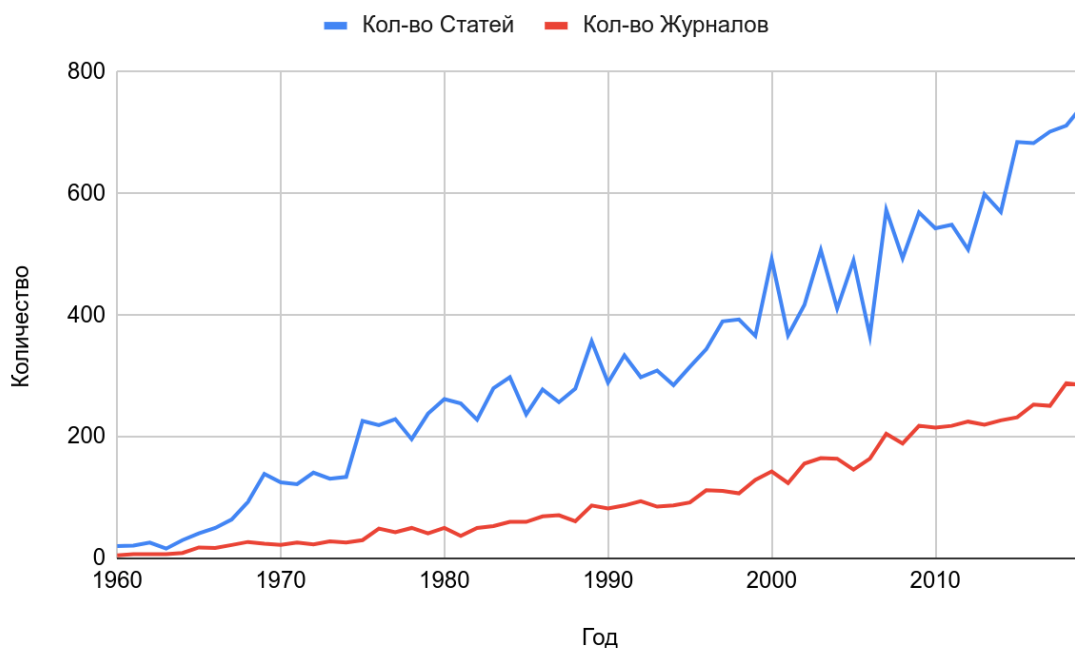


Рис. 2. Распределение статей и журналов в системе SciAct по годам издания (для 2019 г. данные неполны)

Fig. 2. Distribution of articles (blue line) and journals (red line) accounted in the SciAct over years of issue (data for 2019 are incomplete)

Таблица 1. Количество статей / журналов в SciAct, имеющих даты, характеризующие скорость публикации

Table 1. Amounts of articles / journals accounted in the SciAct and having dates characterizing publication speeds

Информация о датах	Количество (%)	
	статей	журналов
Поступила в редакцию	11 876 (63)	857 (66)
Принята к публикации	5 387 (29)	643 (49)
Опубликована печатно	10 236 (55)	807 (62)
Опубликована онлайн	6 835 (36)	738 (57)
Поступила в редакцию и опубликована (печатно или онлайн)	8 356 (45)	712 (55)
Поступила в редакцию и принята к публикации	5 356 (27)	634 (49)
Поступила в редакцию, принята к публикации и опубликована (печатно или онлайн)	4 996 (27)	572 (44)
Все даты	3 342 (18)	488 (37)

Таблица 2. Топ-20 журналов в SciAct, статьи в которых имеют даты поступления печатного или онлайн-издания

Table 2. The Top-20 of accounted in the SciAct journals having dates of receiving and print or online publishing

Журнал	Количество (%) статей с датами
Reaction Kinetics and Catalysis Letters / Reaction Kinetics, Mechanisms and Catalysis	1232 (100)
Kinetics and Catalysis	810 (48)
Journal of Structural Chemistry	402 (99)
Russian Chemical Bulletin / Bulletin of the Academy of Sciences of the USSR. Division of Chemical Sciences	261 (100)
Journal of Catalysis	166 (99)
Applied Catalysis A: General	160 (96)
Surface Science	150 (95)
Catalysis in Industry	147 (84)
Catalysis Letters	142 (100)
Journal of Molecular Catalysis A: Chemical	126 (67)
Catalysis Today	106 (38)
Russian Journal of Applied Chemistry	95 (69)
Chemical Physics Letters	95 (99)
Russian Journal of Physical Chemistry A	83 (59)
The Journal of Physical Chemistry B	75 (96)
Applied Catalysis B: Environmental	71 (97)
Theoretical and Experimental Chemistry	70 (99)
Mendeleev Communications	68 (84)
Doklady Physical Chemistry	65 (82)
Chemical Engineering Journal	60 (42)

of Physical Chemistry A / «Журнал физической химии»; Doklady Physical Chemistry / «Доклады Академии наук» (табл. 2 и 3) в системе SciAct зарегистрированы обе версии: оригинальная и англоязычная. Всего таких пар статей 4463. В этих парах 2732 статьи имеют даты поступления оригинальных версий и 2749 статьи – переводных; 1797 статей содержат даты поступления и оригинальных, и переводных версий, для 1753 из них даты поступления совпадают. При этом переводные версии имеют и даты публикации, отсутствующие у оригинальных версий – и печатных, и онлайн-овых.

Для каждого журнала по датам поступления печатного или онлайн-ового издания вычислено минимальное, максимальное и медианное время публикации статей в днях. Список 20 журналов с минимальным медианным временем публикации (от 1 до 3 месяцев) возглавляет журнал открытого доступа Catalysts (табл. 4). Десять из них относятся к 1-му квартилю БД WoS (Chemical Communications, ACS Catalysis, Dalton Transactions, Acta Crystallographica Section C, Journal of Chromatography A, The Journal of Physical Chemistry C, ChemCatChem, Catalysis Science and Technology, PCCP: Physical Chemistry Chemical Physics, и Angewandte Chemie –

International Edition), семь – ко 2-му (Catalysts, Materials Letters, CrystEngComm, Tetrahedron Letters, RSC Advances, Catalysis Communications и Physica E: Low-Dimensional Systems and Nanostructures) и две – к 3-му (Reaction Kinetics, Mechanisms and Catalysis и ChemistrySelect).

Российские журналы не попали в таблицу 4, топ-20 из них, имеющих минимальные медианные сроки издания (от ~3 до ~10 месяцев), приведен в таблице 5. Три выходят на русском языке («Катализ в промышленности»; «Журнал Сибирского федерального университета. Серия Химия»; «Кинетика и катализ»), два – на английском (Applied Magnetic Resonance и Mendeleev Communications). Остальные – переводные версии российских журналов, для которых следует иметь в виду, что в расчетный период входит также время, затраченное на перевод статьи. Это особенно заметно по паре «Катализ в промышленности» / Catalysis in Industry, для которых медианное время составляет 102 и 292 дня соответственно. Из отечественных журналов только Russian Chemical Reviews попадает во 2-й квартиль БД WoS; JETP Letters, Mendeleev Communications и Petroleum Chemistry – в 3-й; а остальные относятся к 4-му квартилю.

Таблица 3. Журналы, для которых в SciAct отсутствует одна из требуемых дат *

Table 3. Accounted in the SciAct journals with the lack of at least one of the required dates *

Журнал	Количество (%) статей с полным текстом
Журнал структурной химии	280 (67)
Химия в интересах устойчивого развития	176 (56)
Успехи химии	83 (100)
Журнал физической химии	74 (27)
Доклады Академии наук	62 (48)
Теоретические основы химической технологии	55 (40)
Журнал прикладной химии	52 (29)
Химия твердого топлива	40 (82)
Неорганические материалы	37 (36)
Физика горения и взрыва	36 (95)
Вестник Кузбасского государственного технического университета	35 (100)
Известия Российской академии наук. Серия физическая	34 (74)
Известия Академии наук. Серия химическая	32 (12)
Журнал неорганической химии	32 (21)
Поверхность. Рентгеновские, синхротронные и нейтронные исследования	28 (39)
Высокомолекулярные соединения. Серия А	28 (97)
Российский химический журнал	28 (82)
Высокомолекулярные соединения. Серия Б	28 (97)
Журнал аналитической химии	26 (46)
Нефтехимия	24 (27)

* Менее 10 или нет статей с обеими датами. Less than 10 articles with both dates.

Таблица 4. Топ–20 журналов с минимальными медианными сроками публикации

Table 4. The Top–20 of journals with minimal median publication speeds

Журнал	Количество статей*	Срок публикации (дней)**		
		мин.	макс.	мед.
Catalysts	18	16	66	31
Materials Letters	16	4	152	40
CrystEngComm	23	10	119	50
Tetrahedron Letters	13	29	294	56
Chemical Communications	19	10	134	58
RSC Advances	24	14	159	62
ACS Catalysis	27	30	270	63
Dalton Transactions	19	22	124	63
Acta Crystallographica Section C	15	23	116	71
Journal of Chromatography A	11	34	580	72
Reaction Kinetics, Mechanisms and Catalysis	49	4	263	73
ChemistrySelect	11	46	130	73
The Journal of Physical Chemistry C	55	22	328	75
ChemCatChem	25	8	164	75
Catalysis Science and Technology	19	17	165	76
Catalysis Communications	47	28	224	77
Catalysis for Sustainable Energy	25	6	509	78
PCCP: Physical Chemistry Chemical Physics	58	14	307	82
Physica E: Low-Dimensional Systems and Nanostructures	11	2	165	84
Angewandte Chemie – International Edition	16	31	309	88

* Более 10.

** Минимальное (мин.), максимальное (макс.) и медианное (мед.).

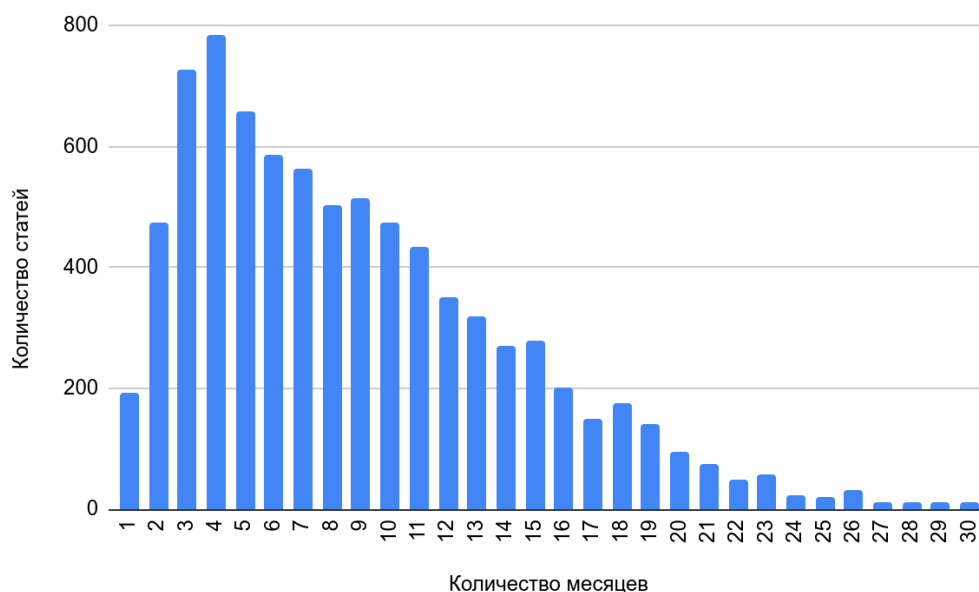


Рис. 3. Распределение статей по срокам публикации; ось X – количество месяцев между датами поступления и издания статьи

Fig. 3. Distribution of articles over publication speeds; the x-axis – the number of months between the date of reception and publication of the article

Таблица 5. Топ–20 российских журналов с минимальными медианными сроками публикации

Table 5. The Top-20 of Russian journals with minimal median publication speeds

Журнал	Количество статей*	Срок публикации (дней)**		
		мин.	макс.	мед.
Катализ в промышленности	24	66	158	102
Applied Magnetic Resonance	27	35	518	109
Journal of Experimental and Theoretical Physics Letters (JETP Letters)	24	11	274	116
Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Химия	25	1	406	117
Russian Journal of Applied Chemistry	95	16	895	143
Mendeleev Communications	68	2	1849	144
Doklady Chemistry	19	92	253	152
Doklady Physical Chemistry	65	83	630	159
Physics of the Solid State	20	154	1374	240
Кинетика и катализ	48	23	571	256
Petroleum Chemistry	41	89	1198	258
Russian Journal of Organic Chemistry	39	59	612	264
Russian Chemical Reviews	22	100	4596	276
Crystallography Reports	12	149	340	286
Journal of Surface Investigation: X-Ray, Synchrotron and Neutron Techniques	25	168	553	290
Polymer Science Series A	14	210	402	291
Catalysis in Industry	147	145	903	292
Inorganic Materials	57	140	1001	297
High Energy Chemistry	11	190	990	302
Russian Journal of Coordination Chemistry	23	191	560	316

* Более 10.

** Минимальное (мин.), максимальное (макс.) и медианное (мед.).

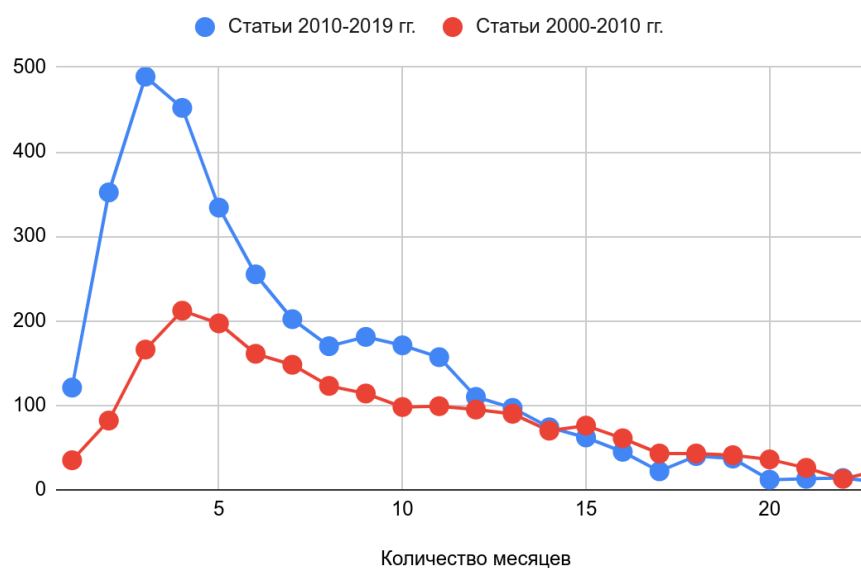


Рис. 4. Распределение статей 2000–2009 и 2010–2019 гг. по времени публикации (для 2019 г. данные неполные)

Fig. 4. Distribution of articles 2000–2009 (red circles) and 2010–2019 (blue circles) over publication speeds (months)

В целом распределение сроков публикации в общем интервале от 1 до 30 мес. крайне неравномерно: максимум приходится на 4 мес. (785 статей), 50% статей издано за 6,5 мес., 75% – за 10 мес. (рис. 3). В последнюю декаду сократились сроки выхода статей: в 2000–2009 гг. максимальное количество статей издано через 4 мес., в 2010–2019 гг. – через 3 мес. (212 и 489 соответственно; (рис. 4). Это, несомненно, связано с прогрессом в информационных технологиях издательского дела: переходом на системы электронного документооборота и автоматизацией большинства задач, связанных с взаимодействием между людьми.

Заключение

Современные информационные технологии позволяют и ретроспективно, и оперативно анализировать на больших массивах скорость публикации журналами статей научного института. Но сведения о датах поступления и издания чаще сообщаются зарубежными и переводными отечественными журналами. В оригинальных российских журналах эти сведения нередко отсутствуют как на сайтах изданий, так и в полных текстах статей.

Благодарности

Работа выполнена в рамках государственного задания ИК СО РАН (проект АААА-А17-117041710086-6)

Анализ, проведенный на основе CRIS-системы SciAct, позволяет рекомендовать сотрудникам не только ИК, но и других исследовательских организаций физико-химического профиля обращаться для быстрой публикации результатов в следующие журналы, имеющие медианные значения скорости издания статей от одного до двух месяцев: Catalysts – 31 день; Materials Letters – 40 дней; CrystEngComm – 50 дней; Chemical Communications – 58 дней; RSC Advances – 62 дня; ACS Catalysis и Dalton Transactions – 63 дня.

Предложенный подход и полученные результаты полезны для планирования исследований, направленных на достижение заданных ежегодных показателей продуктивности. Безусловно, судьба каждой статьи индивидуальна, но статистика дает разумные ориентиры при выборе журнала.

Поскольку скорость публикации статей будет, скорее всего, оставаться актуальной проблемой и в ближайшем будущем, целесообразно создание специального сервиса (сайта), оперативно предоставляющего отечественным авторам соответствующую информацию по журналам, сгруппированным по дисциплинарной принадлежности.

Acknowledgments

The work was conducted within the framework of the budget project АААА-А17-117041710086-6 for Boreskov Institute of Catalysis

Список источников / References

- Альперин Б. Л., Ведягин А. А., Зибарева И. В. SciAct – информационно-аналитическая система Института катализа СО РАН для мониторинга и стимулирования научной деятельности // Труды ГПНТБ СО РАН. 2015. Т. 9. С. 95–102 ; Al'perin BL, Vedyagin AA and Zibareva IV (2015) SciAct – Institute of Catalysis of SB RAS information-analytical system for monitoring and promoting research activities. *Trudy GPNTB SO RAN* 9: 95-102. (In Russ.).
- Доклад ЮНЕСКО по науке: на пути к 2030 г. / ред.: С. Шниганс, Д. Эроджал. Париж : Изд-во ЮНЕСКО; Москва: МАГИСТР-ПРЕСС. 2016. 794 с.; Shnigans S and Erojal D (eds.) (2016) *UNESCO Report on Science: Towards 2030* [Doklad YuNESKO po nauke: na puti k 2030 g.]. Paris, UNESCO Publ.; Moscow, MAGISTR-PRESS. (In Russ.).
- Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2018665317 «SciAct», опубликовано 4.12.2018 г., заявка 2018662712 от 1.11.2018 г.; *Certificate of State registration of software «SciAct» No. 2018665317* [Svidetel'stvo o gosudarstvennoi registratsii programmy dlya EVM № 2018665317 «SciAct»], publ. 04.12.2018, appl. No. 2018662712 of 1.11.2018. (In Russ.).
- Amat CB (2008) Editorial and publication delay of papers submitted to 14 selected food research journals. Influence of online posting. *Scientometrics* 74(3): 379–389. DOI: [10.1007/s11192-007-1823-8](https://doi.org/10.1007/s11192-007-1823-8).
- Azar OH (2004) Rejections and the importance of first response times. *International Journal of Social Economics* 31(3): 259-274. DOI: [10.1108/03068290410518247](https://doi.org/10.1108/03068290410518247).
- Bird C (2010) Continued adventures in open access. *Learned Publishing* 23; 107-116. DOI: [10.1087/20100205](https://doi.org/10.1087/20100205).
- Björk B-C and Solomon D (2013) The publishing delay in scholarly peer-reviewed journals. *Journal of Informetrics* 7(4): 914–923. DOI: [10.1016/j.joi.2013.09.001](https://doi.org/10.1016/j.joi.2013.09.001).
- Chen H, Chen CH and Jhanji V (2013) Publication times, impact factors, and advance online publication in ophthalmology journals. *Ophthalmology* 120(8): 1697-1701. DOI: [10.1016/j.ophtha.2013.01.044](https://doi.org/10.1016/j.ophtha.2013.01.044).
- Dióspatonyi I, Horvai G and Braun T (2001) Publication speed in analytical chemistry journals. *Journal of Chemical Information and Computer Sciences* 41(6): 1452-1456. DOI: [10.1021/ci010033d](https://doi.org/10.1021/ci010033d).

- Dong P, Loh M and Mondry A (2006) Publication lag in biomedical journals varies due to the periodical's publishing mode. *Scientometrics* 69(2): 271-286. DOI: [10.1007/s11192-006-0148-3](https://doi.org/10.1007/s11192-006-0148-3).
- Kalcioglu MT, Ileri Y, Karaca S, Egilmez OK and Kokten N (2015) Research on the submission, acceptance and publication times of articles submitted to international otorhinolaryngology journals. *Acta Informatica Medica* 23(6): 379-384. DOI: [10.5455/aim.2015.23.379-384](https://doi.org/10.5455/aim.2015.23.379-384).
- Lin Z, Hou S and Wu J (2016) The correlation between editorial delay and the ratio of highly cited papers in nature, science and physical review letters. *Scientometrics* 107(3): 1457-1464. DOI: [10.1007/s11192-016-1936-z](https://doi.org/10.1007/s11192-016-1936-z).
- Okuzaki Y, Nakamura S and Nakaoka M (2019) Toward more rapid and efficient peer review: a case study on publication in ecological research. *Ecological Research* 34(5): 563-574. DOI: [10.1111/1440-1703.12037](https://doi.org/10.1111/1440-1703.12037).
- Rosenkrantz AB and Harisinghani M (2015) Metrics for original research articles in the AJR: from first submission to final publication. *American Journal of Roentgenology* 204(6): 1152-1156. DOI: [10.2214/AJR.14.13944](https://doi.org/10.2214/AJR.14.13944).
- Salinas S and Munch SB (2015) Where should I send it? Optimizing the submission decision process. *PLoS ONE* 10(1), e0115451: 1-11. DOI: [10.1371/journal.pone.0115451](https://doi.org/10.1371/journal.pone.0115451).
- Seboe P, Fournier JP, Ragot C, Gorioux P-H, Herrmann FR and Maisonneuve H (2019) Factors associated with publication speed in general medical journals: a retrospective study of bibliometric data. *Scientometrics* 119(2): 1037-1058. DOI: [10.1007/s11192-019-03061-8](https://doi.org/10.1007/s11192-019-03061-8).
- Solomon DJ and Björk B-C (2012) Publication fees in open access publishing: sources of funding and factors influencing choice of journal. *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 63(1): 98-107. DOI: [10.1002/asi.21660](https://doi.org/10.1002/asi.21660).
- Toroser D, Carlson J, Robinson M, Gegner J, Girard V, Smette L and O'Kelly J (2017) Factors impacting time to acceptance and publication for peer-reviewed publications. *Current Medical Research and Opinion* 33(7): 1183-1189. DOI: [10.1080/03007995.2016.1271778](https://doi.org/10.1080/03007995.2016.1271778).

E-BOOKS MARKET IN POLAND. A FEW GOOD MEN'S PASSION IN A NON-READING SOCIETY

Barbara Chmielewska

University of Warsaw Library, Warsaw Poland;
e-mail: b.chmielewska@uw.edu.pl



Chmielewska Barbara,
mgr, head of fund
acquisition department

ORCID: [0000-0001-9700-0709](https://orcid.org/0000-0001-9700-0709)
e-mail: b.chmielewska@uw.edu.pl

Abstract. The article's aim is to give an overview of the e-books market in Poland, including some issues from the history and perspectives of its future development; to reveal the role of authors and bloggers in popularizing e-books and e-reading; to elucidate how preferences of Poles in e-books reading devices and their attitude towards electronic reading were changing; to analyse problems that publishers and e-books sellers face. The article is based on social interrogation data, works of researchers and Polish book market analysts.

The period between 2009–2018 demonstrate the following main characteristics of the market: rapid changes in technology, necessary for creating e-books; changing habits of the Polish readers, the lack of systematized approach to e-books as new media and economic barriers such as rather high VAT rate for digital publications. The paper underlines also the role of individuals and their initiatives in shaping the broadband culture. The basic conclusion of the work is as follows: Polish e-books market is still at the stage of forming its main segments. This work novelty and theoretical significance is in exposing and characterizing tendencies of e-books market evolution in Poland.

Practical significance of the work is in acknowledging the necessity of attracting publishers, librarians and researchers to solving problems of creation in the country a constantly renovated database of electronic editions, its accessibility by Pole users.

Keywords: e-books, electronic reading, electronic devices for reading, publishing houses, shops, market, culture, Poland

Citation: Chmielewska B. E-books market in Poland. A Few good men's passion in a non-reading society. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 93–101. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-93-101.

РЫНОК ЭЛЕКТРОННЫХ КНИГ В ПОЛЬШЕ. УВЛЕЧЕНИЯ НЕМНОГИХ ХОРОШИХ ЛЮДЕЙ В НЕЧИТАЮЩЕМ ОБЩЕСТВЕ

Барбара Хмелевска

Университетская библиотека в Варшаве, Варшава, Польша;
e-mail: b.chmielewska@uw.edu.pl

Хмелевска Барбара,
магистр, заведующий отделом
комплектования фондов;
ORCID: [0000-0001-9700-0709](https://orcid.org/0000-0001-9700-0709)
e-mail: b.chmielewska@uw.edu.pl

Аннотация. Цель статьи – дать обзор рынка электронных книг в Польше. Освещена история его формирования, намечены перспективы его будущего развития; раскрывается роль писателей и блогеров в популяризации электронных книг; показано, как менялось отношение поляков к электронному чтению и их предпочтения при выборе устройств для чтения электронных книг; анализируются проблемы, с которыми сталкиваются современные польские издатели и продавцы электронных книг. В статье использованы данные социологических опросов, аналитические отчеты экспертов польского книжного рынка, научные исследования.

В 2009–2018 гг. проявились основные характеристики формирующегося в Польше электронного книжного рынка: быстрые изменения технологий, необходимые для создания электронных книг; меняющиеся читательские практики; отсутствие систематизированного подхода к электронным книгам как новым медиа; наличие экономических барьеров, таких как высокая ставка НДС на цифровые публикации. В статье раскрывается роль отдельных людей и их инициатив в формировании современной медиакультуры и практик цифрового чтения. Основной вывод работы: польский рынок электронных книг все еще находится в стадии формирования своих главных сегментов. Новизна и теоретическая значимость работы заключается в выявлении и характеристике тенденций развития рынка электронных книг в Польше. Практическая значимость работы заключается в признании необходимости привлечения издателей, библиотечных работников и исследователей к решению задач создания в стране постоянно обновляемой базы данных электронных изданий, ее доступности для всех пользователей.

Ключевые слова: электронные книги, электронное чтение, электронные устройства для чтения, издательства, магазины, рынок, культура, читательские практики, Польша

Для цитирования: Хмелевска Б. Рынок электронных книг в Польше. Увлечения немногих хороших людей в нечитающем обществе // Библиосфера. 2020. № 1. С. 93–101. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-93-101.

Received 20.11.2019

Revised 24.02.2020

Accepted 27.02.2020

1. Introduction

„They are everywhere – in the subway, in buses, in parks, at universities and in the offices. They – we mean e-readers with their reading devices – readers, tablets, smartphones. How many are they in Poland? Nobody has researched it so far” ([Drózd, 2014](#)). This was the beginning of „Czytnikoliczenie”¹, a national survey organized by an internet book store Virtualo together with Allegro – a popular Polish e-commerce platform, a Polish equivalent of Ebay. „Czytnikoliczenie” was a result of the fact that e-reading had become more and more popular, had been

noticed as a phenomenon and ready to be systematized and studied.

E-readers as devices appeared in the global distribution in the 90-ties of 20th century. At that time SONY was the leader of the market. However, the real breakthrough and revolution in the world of e-readers and e-books came together with the introduction of the product of Amazon – the KINDLE. These are common facts. We mention them here to underline the general and well known characteristic of the modern world: a rapid change. Today, only ten years later, few would say that SONY is a leading brand, and KINDLE is being used by the vast majority of e-readers.

¹ Eng. E-readers enumeration.

2. E-books in Poland: the beginning of the history

The possibility to order KINDLE by mail order sales was also for the Polish e-books market² a beginning of a new chapter in the history of e-reading. It is impossible to talk about e-books and not mentioning the devices to display them³. Polish customers go into raptures over KINDLE and to the present day this device is the one that they buy most often.

Nearly at the same time as KINDLE was introduced to the new areas of demand and sale two other significant situations occurred in Poland and it is worth mentioning them at the very beginning for they are not only important in the history of e-reading, but they illustrate as well the general tendencies of the Polish book market. The first of these events was the publication of a book entitled rather provocatively *The death of the book. No future book* in 2008 (Gołębiewski, 2008). The author, Łukasz Gołębiewski, a journalist and book market analyst, made a perfect use of the moment of transformation of the analogue print book culture into the digital print book culture⁴. His book gives a brief but profound insight into many crucial issues, poses questions about the future of the book and reading as such. In the following years (2010) Gołębiewski published *Eksiążka/book. Broadband culture* (Gołębiewski, 2009) and finally (2012) another book with another catchy title *Where has the reader gone?*

² When we say "Market of electronic books in Poland" we mean both books in retail trade, available for each client, but also books in packages, offered for purchase mainly to libraries and institutions of science and culture by individual publishers (Polish and foreign) and the so-called aggregators dealing with the sale of e-content, such as EBSCO or ProQuest. This is a very contractual division, because it is impossible to draw an exact line between who sells what kind of content. At the very beginning, it could be determined with great accuracy, but at the moment this border is very blurred, especially when it comes to books in Polish. One of the most important players on the ebooks market is the PWN publishing group with its IBUK Libra ebooks sales platform. IBUK Libra's offer is addressed to both individual and institutional customers. Just like the offer of the second most important player the Virtualo online bookstore. However, in this article I would like to focus primarily on the retail sale of electronic books or, in other words, on the individual recipient, the statistical e-reader, their behaviour and their environment.

³ An electronic book is not suitable for reading "right away". Due to its immaterial form, it requires a device such as a reader, tablet, computer screen or smartphone to display it. This is one of its biggest drawbacks and arguments put forward by ardent supporters of traditional books. The lack of a reading device is the reason for excluding a certain group of potential recipients. Of course, in today's world this is a minority, because more people have access to a smartphone than to a toothbrush.

⁴ Let us recall that in mid-March 2012, the world was surprised with the news that Britannica was resigning from publishing a paper version of the Encyclopaedia, which had been published continuously for 244 years. In the history of the printed book, this was undoubtedly a breakthrough event. The era of electronic books has begun for good. Of course, much earlier there were voices that were both joy- and fearful that a printed book is forgotten, dying and will be replaced by an electronic book on more or less popular e-readers (<https://www.theguardian.com/books/2012/mar/13/encyclopedia-britannica-halts-print-publication>).

(Gołębiewski, 2012). The „trilogy” of Łukasz Gołębiewski is a splendid example of a mechanism, very popular in a common access to information, where thanks to the Internet the observers and creators of culture draw our attention to specific cultural phenomena much more early than scientists and scholars. They also, in many cases, evaluate and interpret those phenomena more accurately.

The second event, which was a kind of a milestone in the history of the e-book market in Poland, was the appearance of the blog "Świat Czytników" (The world...). The author – Robert Drózd – fascinated by the KINDLE that he acquired in 2010, began to share his fascination with others and for this purpose he founded a blog. The blog still exists today, and the author, still very much "in love with e-reading", runs it with unwavering passion (The world...), informing his readers about new devices, comparing their functionality, collecting tips, and following all e-book promotions⁵. On his blog there are about 20 articles a month. "There are no reprints from foreign websites, the information is to be practical and focused on the reader from Poland. Świat czytników is visited by more than 100,000 people a month and this is a place that has a real impact on the Polish e-book market. Over the four years of the blog's existence we have supported various positive changes – increasing the e-book's offer, removal of DRM by Polish bookstores, publishing magazines in reader formats. As part of the blog, I cooperate with many companies, such as e-bookstores, distributors of readers, etc. I also participate in partner programs. However, the service remains independent and is not associated with any manufacturer" (Drózd, 2014). The example of both Gołębiewski and Drózd shows that the passion of one man can have an effective impact on the shape and functioning of the subject of their interest in culture.

3. Reading in Poland

It is obvious that everything related to e-books, e-book readers, i. e. simply e-reading, fits into the context of reading in Poland, and further into a broad cultural context. We will try to describe briefly the state of reading in Poland. "Poles have never read much, this is the sad truth" – so we read in the beginning of the third book by Łukasz Gołębiewski (Gołębiewski, 2008), mentioned above. His description of the history of reading in Poland is short and accurate. In the last years of the 20th century, after the fall of communism in Poland, with the

⁵ This is how the author himself advertises the blog: "You will read it here: what e-readers and e-reading devices are all about; about books to readers – where to get them from, how to buy them, how to convert them from other formats, where to buy legal books; about using Kindle – tricks, hints, tips; about buying Kindle and other e-readers – what model to choose, and whether e-reader is actually for you; about the e-readers market – tests and news, heavily filtered in terms of usefulness; about promotions on e-books in Polish bookstores".

abolition of censorship and paper limits, the fashion for books collected during the regime as a kind of protest against communist power (Gołębiewski, 2008) also disappeared. The short-term increase in readership at the beginning of the 21st century ended in the middle of the first decade and has since then remained at a similar, low level. This is what the annual readership research conducted by the National Library shows (Koryś et al., 2018). Poles read very little, only 38% of the respondents read one book a year. And only 9% read more than 4 books a year. This situation is not improving despite the actions promoting reading and supporting libraries⁶. Considering the constantly growing popularity of book fairs and various types of book selling events, meetings with authors, the low level of readership in comparison with the crowds visiting the fairs seems paradoxical⁷. If we add to this the popularity of book discounts and the fact that e-books – the subject of our article – can often be purchased at a very low price, as well as the e-reader device itself, we do not see at first glance what could be the ground for such poor reading achievements as those reported by the National Library. Perhaps, one of the reasons is that Polish society, with its undoubtedly difficult history including wars, partitions and occupation, before it managed to develop good mass reading habits in a free country, was suddenly dragged into the whirlwind of technological changes and has simply not yet found itself in it.

4. Book and bookshop market

After we learned briefly what the reading situation in Poland looks like, let's take a look at the situation on the book and bookshop market. This year, in Poland, Nielsen started its activity by launching a project called BookScan Polska⁸. The analysis of the data collected in this project shows that "the book market in Poland is large, but very fragmented, moreover, poorly categorized and described"⁹ (Mendruń, 2018).

Nielsen's diagnosis is to the point. Indeed, no serious publishing house dealing with the book market is involved in a systematic and properly located description of the reality of e-reading. It is enough to

mention here the fact that although electronic books have been discussed for several years (let's remember that one of the biggest players on the ebooks market – Virtualo – has existed on the market since 2008, i. e. a year earlier than the "KINDLE revolution"), few specialist publications from the book market, did notice the existence of books in electronic form until 2012¹⁰: "The Polish e-books market is still under construction, although 2011 was a breakthrough year for the development of this market. (...) The e-readers devices market in Poland is already estimated at 100,000 copies, with Kindle readers being the most popular, with a market share of about 50%. The second place is taken by Onyx devices, followed by Pocketbook and Iriver devices. Polish readers also import readers such as Sony, Kobo and Nook that can not be purchased by local vendors. The number of tablets sold is also growing dynamically, while reading using mobile phones is less popular, although every fifth Polish Internet user has a smartphone. In addition to foreign applications, Polish solutions from Woblink, Nexto and Virtualo¹¹ are also used, which are related to bookshops where you can buy books. It is estimated that in 2011 the sales of e-books amounted to 9–11 million zlotys (Gołębiewski, Waszczyk, 2012). Since then, "Rynek książki w Polsce", a magazine published by "Biblioteka Analiz"¹² devotes every year a bit of attention to electronic publications. The yearbook of the National Library "Ruch Wydawniczy w Liczbach" remains silent in matter of e-books¹³ (Dawidowicz-Chymkowska, 2018).

At the moment, and we are in 2018, it would seem that the phenomenon of e-books is so well established in reading culture in general that it would be appropriate to devote a separate category to it in specialist publications. Also due to the fact that both publishers and readers still have high hopes for its development. However, the professional systematisation of news about the e-books market is unlikely to be the case. The publication "Rynek książki w Polsce 2017", mentioned several times earlier, consists of five large volumes with a total volume of 2050 pages. Of course, you can also buy an electronic version. The whole publication devotes only a tiny subchapter to the issues of electronic content entitled "The world of bits" and placed in the volume entitled "Distribution", in "Direct sales". At this point

⁶ The programmes are: „Cała Polska czyta dzieciom”, „Czytanie Narodowe”, and others lead by the National Library of Poland (<https://www.bn.org.pl/dla-bibliotekarzy/programy-mkidn>).

⁷ According to data from "Book market in Poland 2017. Trade fairs, institutions, media", the 10 most important trade fair events throughout the year were visited by about 400 thousand visitors.

⁸ Rynek-ksiazki.pl. URL: <http://rynek-ksiazki.pl/czasopisma/rynek-ksiazki-po-polsku/> (accessed 12.06.2019).

⁹ On 12 October, a text presenting the results of the Bookscan Polska project carried out by Nielsen in July 2018 was published. The project lasted three months and in addition to describing the main characteristics of the Polish book market, it also posed important questions, including what research sample is needed to reliably assess book sales.

¹⁰ Some short studies has been devoted to e-books market after this date (e. g. Drapińska, A. Liberadzka, B. Trendy na rynku książki w Polsce. Wybrane aspekty, 2017 or Zygierewicz, A. E-book. Product, technologia, rynek, 2013). However they report mostly data concerning economics of e-books market and its financial analysis.

¹¹ Woblink, Nexto, Virtualo – internet bookstores. All three are pioneers on the Polish e-book market since 2008–2010.

¹² "Biblioteka Analiz" is a biweekly magazine, founded by Łukasz Gołębiewski.

¹³ A short mention of electronic media appears in the 2017 issue, but it concerns the declining number of paper encyclopaedias and dictionaries that are losing the fight against Wikipedia or Google.

one may risk the thesis that the layout of content in this important publication is a good reflection of the nature of the real book market in Poland¹⁴. The categories used by the authors of "Rynek książki w Polsce" to organize the content are very unclear to a researcher looking for specific information.

Among this state of things, the initiatives of individuals or commercial companies, which are trying to introduce a certain systematic approach to the growing market of electronic books, seem to be even more valuable.

The Virtualo company, the organizer of the nationwide campaign "Czytnikoliczenie" mentioned at the very beginning, runs not only its own Internet bookstore, but apart from it also tries to be as well a culture animator and promoter of e-readership¹⁵ in the spirit of the philosophy it adheres to. Now, let's say a few more words about the course of "Czytnikoliczenie". In order to encourage readers to take part in it, a promotional campaign was tailored: in exchange for filling in a questionnaire on the bookstore's website, the participants received a code enabling them to download the electronic book of the BURDA Media Publishing House and discount codes to be used in the ebooki.allegro.pl bookstore.

The results of the action were as follows: 5500 people took part in it. However, this is a very small number of the most involved users, who regularly visit online bookshops and follow promotions on e-books on various blogs and portals. The estimated number of users of e-readers, i. e. by default e-readers, is about 100,000 ([Drózd, 2014](#)).

5. E-reading in Poland

For the purpose of this article we will provide answers to two basic questions: 1) Since when have you been reading e-books? 2) What do you read on? ([Drózd, 2014](#)).

¹⁴ The five parts are: 1. Publishing houses (Main trends on the publishing market; forecasts for the publishing market, publishing business in the world in 2016, ranking of publishing houses, largest book publishers in 2016); 2. Distribution (wholesale bookshop, retail bookshop, direct sale, import and export of books); 3. printing and paper (book printing houses, bookshop. Offset and digit - fight for the market, revolution in printing, book in the People's Republic of Poland 1945–1989, criteria for evaluating printing houses in the People's Republic of Poland until 1989 and the Republic of Poland after 1990, the history of Polish printing houses on the example of the printing house Dom Słowa Polskiego, ranking of "Magazyn Literacki Książki" book printing houses for 2017, printing houses in Poland, producers and distributors of printing machines and materials, paper and electronic media, cellulose, newsprint, wood-free papers, wood-free papers, coated wood-free papers, conversion of paper machines to cardboard production, American market, markets of developing countries, European market, Polish paper manufacturers, foreign paper manufacturers, paper distributors in Poland, appendix. Nanopapier – what is such); 4. Fairs, Institutions, Media (Book Fairs, festivals, cultural institutions, organizations, foundations, higher education, awards, media, literary agencies); 5. Who is Who. A detailed table of contents has been deliberately quoted in its entirety to show the full range of topics. This makes it possible to find out which problems of the book market are taken into account and which are completely ignored.

¹⁵ Virtualo.pl. URL: <https://virtualo.pl/o-nas/> (accessed 10.10.2019).

When asked, since when you have been reading ebooks, 2% declared that they had started reading ebooks before 2009. 4% since 2010, 2011 – 10%, and from 2012 – 29%, from 2013 – 39%. 16% of respondents admitted starting reading e-books in 2014 ([Drózd, 2014](#)). It should be noted that the survey was conducted in the middle of 2014. This indicates very well the steadily growing trend at the turn of 2009–2014 in the number of people reading e-books. At the turn of 2011–2012 the increase was even threefold.

The answers given by the respondents to the second question "What do we read on" show that KINDLE is the most popular ebooks reading device. It is used by as much as 73% of all those participating in the survey. The second place was taken by the Onyx Book reader (5%) and the third by the PocketBook (4%). The rest reads on other brands or use an iPad, a tablet or a smartphone ([Drózd, 2014](#)).

The conclusions drawn by Virtualo after the end of the "Czytnikoliczenie" are as follows: "In the National Library's readership survey, the criterion for "real readers" was 7 and more books a year and only 11% of Poles read so many books a year. Meanwhile, research conducted by Virtualo shows that e-readers read on average 3 times more books than paper readers, who are mainly the subject of the National Library's research. Also interesting in this context are the data of the National Library, which shows that 7% of the respondents admitted to reading e-books and 6% to listening to an audiobook. It shows that although e-readers are a minority among all readers, they form an elite of people who read far more than the average"¹⁶. The above juxtaposition of the results of "Czytnikoliczenie" with the research of the National Library directs our attention to a very interesting phenomenon. E-readers make only 1% of the respondents, but this is a group that reads more than average. Among e-readers there are also many Internet users who lead a lively literary life on portals and blogs, commenting and recommending each other's readings. Virtual literary culture, created and developed by the participants themselves, where the reader is the author and the author is the reader, is already a global phenomenon and in this aspect of e-reading in Poland rivals other countries, where the general level of reading is much higher.

The problem of low level of reading is only one problem faced by publishers and sellers of e-books. The second important problem is the issue of content promotion. The President of Virtualo, Robert Rybski, says that "digital content must be sold in a different way and only a few of the strongest entities have the idea how to do it"¹⁶. Publishers, in cooperation with authors, are constantly looking for answers to the question of what is needed to

¹⁶ VIRTUALO. Ebooki, audiobooki, eprasa, darmowe książki. URL: https://virtualo.pl/?gclid=EAIaIQobChMIpquFsOC-5wIVwa-SaCh0gmQvEEAAYASAAEgIaO_D_BwE (accessed 18.12.2019).

effectively sell digital content. Are there any special conditions as far as Poland is concerned? How is it in other countries? In the context of the outlined situation of readers and reading in Poland, it seems that the biggest obstacle to the development of the e-books market is a small or total lack of interest from the potential buyers, i. e. a lack of readers. The second significant obstacle is the price of the e-book itself. As far as the group of those who actually read e-books is concerned, one of the weak points of the e-book market is still a rather narrow title offer of e-books compared to paper list.

Robert Drózd, the author of "Świat Czytników", thanks to his passion rightly recognized as an expert in the field of e-books, claims that the value of the e-book market is "several dozen million zlotys. This is still a drop in the ocean of paper sales. The e-book market has been growing significantly for several years, but there is no decisive impulse to go beyond this niche of a few per cent"¹⁷. There is also a lack of accurate data on the number of new titles released in electronic form. This data is not even provided by the National Library, despite the creation of the Digital Repository. "Since 2009, the National Library has had a Repository for Electronic Documents, which collects monographs and serial publications, published only in digital form and available on the Internet. Electronic documents are sent voluntarily by publishers as a legal deposit. According to the Regulation of the Minister of Culture and Art of 6 March 1997 on the list of libraries entitled to receive legal deposit of particular types of publications and the rules of their storage, in Poland two libraries have the right to a legal deposit of electronic documents: The Jagiellonian Library and the National Library. For each publishing house applying to the Repository, a password-protected access account is created, to which the publishers hand over the publications themselves. The editors of the Repository correct the entered metadata of documents and enhance them if necessary. (...) In 2015, publishers submitted 50,243 publication units to the Repository (60,843 in 2014 and 55,948 in 2013)" (Gołębiewski, 2017). Unfortunately, access to these documents is possible only in the National Library. The National Library also does not maintain any separate catalogue for these documents and the main catalogue does not give additional information, how many of the bibliographic records concern e-books, etc.

Another aspect of this situation, where there is no complete and constantly upgraded database of e-publications, is that all groups interested in e-books – readers, publishers, librarians, researchers – do not really know how rich the offer of e-books in Poland is. "By the middle of 2014, almost 35,000 titles were available in digital form, and 20,000 after the exclusion of classics and non-commercial titles" (Wimmer, 2011). While the vast majority of new titles are currently available in electronic

form, the number of e-books, which by 2010 – symbolically considered the beginning of the e-book market in Poland – did not have its digital version, is growing relatively slowly. This is almost the whole world of classical Polish and world's fiction, from Joyce to Marquez. According to Robert Rybski, this is one of the obstacles to the development of the market: "We are constantly looking for opportunities for growth in the e-book market to achieve three-digit results. We carefully analyse the sales structure with the use of business intelligence tools. The results indicate that one of the main restraints to the more dynamic development of the e-book market is still the poor availability of back-list titles"¹⁸.

Fortunately, as the largest publishers and sellers of electronic books are – just like e-readers – people with passion, they continue their efforts to find new ways of promoting e-content. An event on a European scale, which had its place in Poland and contributed to the opening of the electronic books market, was the abolition of DRM protection. In 2011, the Helion publishing house (Wimmer, 2011), publishing mainly IT books, decided to take this step. On their initiative, the ebookpoint.pl¹⁹ electronic book sales platform was created, which to this day is doing well and is still expanding its ebooks offer.

Promotional solutions commonly used in the ebooks market are: sale of books in many formats (EBUP, MOBI, PDF), e-books in a package with soundtrack, which can be listened to while reading, e-books in sets with an audiobook, and finally an electronic and a paper version together. However, there are still some publishers who look at the electronic version of a book as a product that can bring losses rather than profits. This attitude is caused by fear of piracy. The Virtualo report reminds us of a book by a popular Polish fantasy novelist Andrzej Sapkowski. "From the very beginning, the publisher announced that the book would be published only in print, which caused great dissatisfaction among e-readers. Despite numerous phone calls and e-mails to the publishing house, only the printed version was present on the market. After some time someone scanned the paper version, threw into the Internet and ... here's how the e-book was ready. Eventually the publisher decided to make the official version of the e-book available, but the losses incurred by the publisher without listening to the voice of readers who wanted to buy a book in an electronic version legally are simply impossible to estimate"²⁰.

One of a very successful initiative of promoting e-books is an e-book database "Upoluj E-booka"²¹. It gathers broad information about e-books that are currently in sale and, in case of interest, redirects the

¹⁷ VIRTUALO. Ebooks, audiobooks, eprasa, darmowe książki. URL: https://virtualo.pl/?gclid=EAIaIQobChMIpquFsOC-5wIVwa-SaCh0gmQvEEAAYASAAEgIaO_D_BwE (accessed 18.12.2019).

¹⁸ VIRTUALO. Ebooks, audiobooks, eprasa, darmowe książki. URL: https://virtualo.pl/?gclid=EAIaIQobChMIpquFsOC-5wIVwa-SaCh0gmQvEEAAYASAAEgIaO_D_BwE (accessed 18.12.2019).

¹⁹ Ebookpoint.pl. URL: <https://ebookpoint.pl/> (accessed 18.12.2019).

²⁰ VIRTUALO. Ebooks, audiobooks, eprasa, darmowe książki. URL: https://virtualo.pl/?gclid=EAIaIQobChMIpquFsOC-5wIVwa-SaCh0gmQvEEAAYASAAEgIaO_D_BwE (accessed 18.12.2019).

²¹ E-books hunt. URL: <https://upolujebooka.pl/> (accessed 18.12.2019).

customer to a bookstore, which offers the product. The database is oriented to search for the cheapest e-books, to save the readers' money and time. No wonder it has become very popular among its users.

The leitmotif of Łukasz Gołębiewski's book *E-book. Broadband culture* is that in a world dominated by modern technologies, one of the few possible ways for the legal culture to survive, legal culture, i. e. one that respects and recognizes copyright, is to create a model of acquiring e-books onto an e-reader available for a symbolic zloty and e-books available in a subscription (Gołębiewski, 2009). Legimi, another important online bookstore on the market, has gone in this direction. The campaign under the slogan "E-reader for one zloty" is being advertised by Agata Passent, a journalist, president of the Agnieszka Osiecka „Okularnicy” Foundation and a great book lover. The Legimi bookstore is doing quite well. There are two counters on their website: one indicating the number of minutes devoted to reading, the other the number of books downloaded. Legimi has also established cooperation with the Public Library of the Capital City of Warsaw. For the first 300 patrons with a valid library card, the library has prepared codes enabling them to log in to the Legimi service and have free access to 20,000 titles²². This is indeed an impressive number. It is worth remembering, however, that this number of e-books very often includes works from the public domain, as well as contemporary books made available by authors on Creative Commons or in Open Access. Sadly, this is from time to time also the activity among major global aggregators selling e-books. This phenomenon is likely to disappear only when a full current catalogue of books published on the basis of Open Access will be established²³.

Subscription services, such as Legimi, have globally turned out to be – at least for the time being – a great disappointment. Magdalena Lemańska, a journalist from the "Rzeczpospolita" daily newspaper, points out the following: "At the end of 2015, one such service disappeared from the American market – Oyster, which operated on the same idea as Spotify or Netflix – for a fixed monthly fee it offered readers access to a huge amount of e-books. In the United States there are still platforms such as Amazon's Kindle Unlimited or Scribd, but according to PwC analysts, despite the affordable price (less than 10 dollars per month), they will have a weak market position until the publishers finally start to make current bestsellers available on them. The Kindle Unlimited catalogue does not include Harper Lee's

"Go, Guard Attitude" (ed.), E. L. James' trilogy and none of the Harry Potter's series" (Lemańska, 2016).

Both examples – from the Polish and global markets – prove that it is not clear in what direction the electronic book market will develop. Much depends on the type of content. According to Magdalena Lemańska, "by 2020, revenues from the sale of all books will fall by several percent. Even more and more popular e-books will not help (Lemańska, 2016). Lemanska even predicts that "the entire book market (not only fiction, but also books for professionals and textbooks) will shrink by 3.05% to \$667 million by 2020. At the same time, revenues from the sale of fiction will fall the most (by 7.2%)" (Lemańska, 2016). These forecasts are taken from materials made available by PwC²⁴ company, which publishes an annual report with forecasts for the media and entertainment market.

Włodzimierz Albin, President of the Polish Chamber of Books, is of the same opinion and agrees "that the decline in influence in the textbook segment may slowly slow down, as textbook producers have already undergone key changes in this market. However, the industry is not convinced of the forecasts for fiction. The situation on the fiction market is difficult to predict, because one international bestseller such as *Harry Potter* or *50 shades of Grey*, that can completely change the situation, is enough (Lemańska, 2016).

According to the latest report by PwC, a company researching the prospects for development of the entertainment and media sector in Poland, including a forecast for 2018–2022, the book market will grow by only 2.5%. VR technology, which is in the first place, will grow by as much as 40%²⁵. The forecast presented by PwC in 2016, which is unfavourable for books, both in paper and electronic form, is, interestingly enough, at the moment the latest forecast for books. Besides, the phrase "books" does not appear there at all. On the other hand, we have the phrase "press and publishing houses". Books as a separate category of media are not taken into account. The forecast for 2017–2021 does not mention this medium at all, and the latest forecast for 2018–2022 is a 16-page material, half the "thinner" than the forecast for 2017–2021, and the books are mentioned only in the infographics showing the growth forecast of the role of particular media. The book (as medium) is located at the bottom of the chart and unbeatably loses to such media as advertising, OTT or VT, which this year is in the first place. Virtual entertainment provided for a fee definitely wins over a book that requires the involvement of imagination. The report also shows one interesting observation that all media

²² Koszykowa.pl. URL: <http://www.koszykowa.pl/home/komunikaty/4590-darmowy-dostep-do-18-000-ebookow-w-serwisie-legimi-w-prezencie-od-biblioteki> (accessed 18.12.2019).

²³ The issue of Open Access, the popularity of this model among authors, is a secondary issue in this article. However, it is worth mentioning that many new, novice authors have taken advantage of the digital world and published their works electronically through self-publishing and then posted them for free wherever possible.

²⁴ Pw C.pl. URL: <https://www.pwc.pl/> (accessed 27.12.2019).

²⁵ PwC: wzrost, bezpieczeństwo, efektywność. URL: <https://www.pwc.pl> (accessed 11.01.2019).

based on advanced technology are in danger of falling into their own trap. What is the trap? Let's show it with the example of VR media. „VR is in the situation of 'hens and eggs'. Without mass access to low-cost devices, content producers will not invest in new formats, without a large selection of interesting content, consumers will not be able to buy devices in crowds, and accessory suppliers, unable to build a mass scale of sales, will not be able to reduce equipment prices”²⁵. The same is true for e-books and e-readers: without a reader available for one PLN and without the number of electronic publications, similar to the number of printed publications, e-reading will never develop on a mass scale. It remains to be hoped that the subscription solution adopted by Legimi bookstore will be accepted for good on the Polish market. Several models of e-readers (three models of PocketBook and three inkBook) are already available in the offer, which certainly makes the bookstore's offer more attractive.

Let's go back to the e-reader for a moment. Employees of Virtualo, an online bookshop responsible for creating a report giving the most complete picture of the e-books market in Poland so far, state that the largest group of recipients of e-books are young people. “Most e-books are read by young people aged 24 to 45. We also see a growing interest among the youngest people, i. e. 18+, who very often read e-books on smartphones. We would also like to interest the oldest people in e-books, especially as the reader has the option to enlarge the font” says Martyna Bednarczyk, coordinator for marketing at Virtualo (Bednarczyk, 2017). On the electronic books market there is also an increase in the number of publications intended for the youngest readers. Electronic books for children and young people are in the offer of publishing houses that traditionally specialize in children's and youth literature (e. g. Nasza Księgarnia, Wilga), as well as those that occasionally publish children's literature (e. g. PWN). Currently, the offer of e-books for children and teenagers is best visible in online bookstores, where you can easily find the category of books you need. On the pages of the bookstores themselves, the information about publishing an electronic version is often hidden quite deeply. Perhaps the fact that Virtualo sees in the young reader

as the most frequent recipient of e-books is the first signal that something has changed positively in terms of the level of readership in Poland.

Bednarczyk's statement appears in the context of abolishing the 23% VAT rate on e-books, which so far has effectively blocked its development. The year 2018 brought good news to publishers and readers alike, which may become a new impulse, pushing the e-books market to a higher level. In September 2018, the European Union positively accepted the proposal to equalise VAT rates for paper and electronic books (Nawotka, 2018). The rates in force in Poland – 5% for paper books and 23% for e-books respectively – are very diverse and are among the highest in Europe. The Ministry of Finance has announced that lower rates are likely to come into force as early as January 2019. “This will have a positive impact on the development of the book and publication market, including research and development, increase the legal stock of digital books and prevent the development of Internet piracy. The Ministry of Finance wants to present as soon as possible a proposal for changes, which will assume a reduction in VAT rates for electronic publications. I hope that this much needed and beneficial solution will enter into force as soon as possible, already at the beginning of 2019”. This is what Minister Teresa Czerwińska says (Musiał, 2018).

6. Conclusion

The report created after the “Czytnikoliczenie” campaign, quoted so often, gave us quite a full picture of the Polish e-books market. When the next report will appear, we do not know. It remains to be hoped that in the light of the planned changes in e-book fees and with the unflagging share of e-book fans and lovers, who contribute to the development of this product and medium, it will bring new, surprising and satisfactory data on the development of the e-book market.

Thus, the review of the modern electronic market of Poland permits to assert that all its main segments continue to develop. Data of social interrogations testify to widening of e-books readers' audience, users of e-reading devices being its core.

References

- Bednarczyk M (2017) Obniżona stawka VAT może zwiększyć sprzedaż e-booków. *Prawo.pl*. URL: <https://www.prawo.pl/podatki/obnizona-stawka-vat-moze-zwiekszyc-sprzedaz-e-bookow,23918.html> (accessed 27.12.2019).
- Dawidowicz-Chymkowska O (2018) Ruch wydawniczy w Liczbach 2017. *Książki. Biblioteka Narodowa. Raporty BN*. URL: <https://bn.org.pl/projekty/raporty-bn/ruch-wydawniczy-w-liczbach/ruch-wydawniczy-w-liczbach-2017-k> (accessed 10.10.2019).
- Drózd R (2014) Ruszyło Czytnikoliczenie – „Pokażmy ilu nas jest!” + gratisy: e-book i kod. *Świat Czytników. Wszystko o czytnikach e-booków, książkach elektronicznych i Kindle w Polsce*. URL: <https://swiatczytnikow.pl/ruszylo-czytnikoliczenie-pokazmy-ilu-nas-jest-gratisy/> (accessed 07.09.2019).
- Gołębiewski Ł (2008) Śmierć książki. No future book. Warszawa. 145 s.

- Gołębiewski Ł (2009) *Eksiążka/book*. Szerokopasmowa kultura. Warszawa. 132 s.
- Gołębiewski Ł (2012) *Gdzie jest czytelnik?* Warszawa. 190 s.
- Gołębiewski Ł (red) (2017) *Rynek Książki w Polsce 2017*. W 3 ks. Warszawa.
- Gołębiewski Ł and Waszczyk P (2012) *Rynek książki w Polsce 2012*. Warszawa. 889 s.
- Koryś I, Michalak D, Zasacka Z and Chymkowski R (2018) *Stan czytelnictwa w Polsce w 2017 roku*. Warszawa: Bibl. Narodowa. 187 s.
- Lemańska M (2016) Wpływy ze sprzedaży książek w Polsce coraz niższe. Nie pomogą coraz popularniejsze e-booki. *Rzeczpospolita*. URL: <https://www.rp.pl/Media-i-internet/309269872-Wplywy-ze-sprzedazy-ksiazek-w-Polsce-coraz-nizsze-Nie-pomoga-coraz-popularniejsze-e-booki.html> (accessed 27.12.2019).
- Mendruń R (2018) *Rynek książki po Polsku. Rynek-Książki – Największa baza materiałów w branży*. URL: <https://rynek-ksiazki.pl/czasopisma/rynek-ksiazki-po-polsku/> (accessed 05.10.2019).
- Musiał M (2018) Obniżona stawka VAT na publikacje elektroniczne od 2019 r. *IFOR. Księgowość firm*. URL: <https://ksiegowosc.infor.pl/podatki/vat/stawki-vat/2759912,Obnizona-stawka-VAT-na-publikacje-elektroniczne-od-2019-r.html> (accessed 23.14.2019).
- Nawotka E (2018) Europeans approve flexible VAT for ebooks. *Publishers Weekly*. URL: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/international/international-book-news/article/78199-europeans-approve-flexible-vat-for-e-books.html> (accessed 14.05.2019).
- The world of e-readers. *Wszystko o czytelnikach e-booków, książkach elektronicznych i Kindle w Polsce*. URL: <https://ebooki.swiatczytnikow.pl/szukaj/The%20world%20of%20e-readers> (accessed 07.09.2019).
- Wimmer P (2011) Ebooks – czy to koniec DRM? *PCWorld*. URL: <https://www.pcworld.pl/news/Ebooki-czy-to-koniec-DRM,376823.html> (accessed 18.12.2019).

ЛИТБЛОГИ И ПОДКАСТЫ КАК ФОРМАТЫ КНИЖНОГО МЕДИАБЫТИЯ

Г. М. Агеева

Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва,
Саранск, Россия;
e-mail: ageevagm@rambler.ru



Агеева
Галина Михайловна,
доктор культурологии,
доцент, ФГБОУ ВО
«МГУ им. Н. П. Огарёва»

ORCID: [0000-0001-9135-3765](https://orcid.org/0000-0001-9135-3765)
e-mail: ageevagm@rambler.ru

Аннотация. На примере блогинга – специализированных литературных блогов и подкастов – в статье показана постепенная виртуализация читательских практик, изменение представлений о книге в медиасреде и в целом медиатизация российской книжной культуры. Основные вопросы исследования: как цифровые технологии трансформируют книжную культуру, в чем состоит специфика изменений и можно ли в условиях конвергенции традиционализма с новой культурной реальностью сохранить ключевые смыслы отечественной книжной культуры. Цель статьи – анализ литблогов и подкастов как форматов книжного медиабытия в контексте глобальной культурной повестки и изменений в сфере российского книжного потребления. Автор рассматривает аспекты фиджитализации и диджитализации книги, ее укорененность в медиапространстве и потребность в медиаподдержке; сравнивает популярные читательские интернет-сервисы и медиапроекты по популяризации чтения. Выводы: современное читательское бытие невозможно представить вне медиасреды и блогосферы прежде всего из-за их высоких коммуникативных возможностей. Книжные сервисы предоставляют виртуальную площадку для обсуждения прочитанного, инициируя диалог; блоги являются одним из востребованных и эффективных инструментов ориентации в литературном процессе и развития книжной коммуникации; блогосфера меняет ракурс восприятия книжной культуры, предлагает нестандартные подходы к ее осмыслению.

Ключевые слова: книжная культура, медиасреда, блогосфера, литблоги, подкасты, диджитализация, медиапотребление

Для цитирования: Агеева Г. М. Литблоги и подкасты как форматы книжного медиабытия // *Библиосфера*. 2020. № 1. С. 102–107. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-102-107.

LITERARY BLOGS AND PODCASTS AS FORMATS OF BOOK MEDIA EVENTS

Galina M. Ageeva

National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia;
e-mail: ageevagm@rambler.ru

Ageeva Galina Michajlovna,
Doctor of Cultural Studies,
associate professor, National
Research Ogarev Mordovia
State University;
ORCID: [0000-0001-9135-3765](https://orcid.org/0000-0001-9135-3765)
e-mail: ageevagm@rambler.ru

Abstract. Using the example of literary-specialized blogs the article shows the gradual virtualization of readers' practices, the changes in book perceptions in the media environment, and the overall mediatization of Russian book culture. The main problem raised in the article: how digital technologies transform book culture, what are the specifics of these changes, and is it possible to preserve the key meanings of the Russian book culture in the context of convergence of traditionalism with the new cultural reality. The purpose of the article is to consider literary blogs and podcasts as book media formats in the context of the global cultural agenda and changes in the field of Russian book consumption. The author treats different aspects of book's phygitalization and digitalization, its rootedness in the media space and the need for media support; compares popular online readers services and media projects on reading popularization. The main conclusions are: it is impossible to imagine modern readership outside the media and blogosphere, primarily due to their high communicative capabilities. Book services provide a virtual platform for discussing what is read, initiating a dialogue; blogs are one of most popular and effective tools for orientation in the literary process and the development of book communication; blogosphere changes the perspective of the perception of book culture, offers non-standard approaches to its understanding.

Keywords: book culture, media environment, blogosphere, literary blogs, podcasts, digitalization, media consumption

Citation: Ageeva G. M. Literary blogs and podcasts as formats of book media events. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 102–107. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-102-107.

Received 10.01.2020

Revised 26.02.2020

Accepted 27.02.2020

Фиджитализация книги и новые сервисы для читателя цифровой эпохи

В последние годы получил распространение термин «фиджитализация» – соединение физического и цифрового (Rouse, 2016). Применительно к книге, имеющей двуединую природу, этот термин особенно важен, так как он, в отличие от «диджитализации» («цифровизации»), акцентирует значимость ее физической составляющей и декларирует целесообразность традиционного книгоиздания и книгопотребления, нуждающихся в государственной поддержке. С одной стороны, без «физической» книги пока еще не может быть книги электронной. Здесь имеется в виду не только оцифровка и генерация электронных коллекций, но и процесс создания произведения: в настоящем трудно представить, чтобы автор, работая над текстом, не опирался на традиционные бумажные источники и не черпал из них идеи, не заимствовал логику и принципы организации своего «труда». Если же предположить, что такое возможно и авторский продукт совершенно уникален или же основан исключительно на цифровом материале, то его творец все равно не автономен от традиционной книжной культуры, потому что, скорее всего, именно она его

и сформировала, если только он не принадлежит к поколению миллениалов, вышедших из визуальной культуры и цифровой среды. С другой – именно физическая природа книги претерпевает в настоящий момент наибольшие трансформации: совершенствуются полиграфические технологии, сокращаются тиражи, растет потребление онлайн-контента (Лизунова, 2018). В этой связи вполне объяснимы нежелание человека полностью уходить в виртуальную реальность и, напротив, стремление сохранить традиции, в том числе и в книжной сфере. Кроме того, проблематику книговедческих исследований невозможно представить без анализа рукописных и печатных книжных памятников, уже в силу своего существования имеющих историческую ценность (Яцунок, 2010). Фиджитализацией можно назвать и технологию print on demand – изготовление по требованию заказчика печатного экземпляра издания в соответствии с электронной версией оригинал-макета, когда тираж распродан, и возможность самопубликации с получением тиража посредством мобильных сервисов самиздата – электронных издательских систем: Bookscripтор, Riderо и др.

Тем не менее вне онлайн-технологий книга сегодня нежизнеспособна. Нет самостоятельной книжной культуры, она укоренена

в медиaprостранстве и нуждается в медиаподдержке (Лизунова, 2013). Неслучайно заглавие статьи отсылает к понятию «медиабытие» – не имеющему четкой терминологической фиксации и вместе с тем отражающему объективную реальность сопряженности книги с медийными технологиями и форматами, в значительной мере определившими вектор современного гуманитарного дискурса. В последние годы сложилась система терминов, затрагивающих различные аспекты бытия медиа: «медиакультура», «медиаграмотность», «медиавосприятие», «медиавоздействие», «медиаатизация» и т. д. (Федоров, 2014). Можно предположить, что в ближайшее время в этот ряд будут встроены и многие книжные термины. В этой связи бесперспективен спор о том, что важнее: бумажная или электронная книга, традиционное или цифровое ее потребление. Книжная культура сохранит свои основания, если не будет возводить границы между бумажным, электронным и аудиальным форматами своей продукции, потому что двум последним легче вписаться в актуальный контекст, образ жизни современного человека, приобщив его к книжным ценностям. Как справедливо замечает исполнительный директор Ассоциации интернет-издателей В. Харитонов, «когда-то мы могли свысока смотреть на электронные книги <...> и считать все это виртуальным пространством, не очень настоящим. Но время-то идет, и виртуальными становятся те книжки <...>, что хранятся в запасниках библиотек»¹.

Медиапроекты по продвижению чтения

В последние годы в России существенно сократилось число книготорговых предприятий. «По такому показателю, как количество книжных магазинов, наша страна, – отмечает президент Российского книжного союза С. Степашин, – не входит в первую сотню»¹. Без государственной поддержки книжному бизнесу приходится сложно, что сказывается на цене экземпляров и способствует оттоку покупателей. И хотя уже приняты меры по снижению арендной ставки для книжных магазинов и рассматривается вопрос об отмене НДС на книгу как на произведенный товар, в российской глубинке зачастую только благодаря электронной торговле у людей остается возможность купить необходимые им издания (Лизунова, 2015). Поэтому уместно остановиться на новых сервисах для читателя в эпоху расцвета цифровых технологий и проанализировать интересные медиапроекты по популяризации чтения.

¹ Конференция «Книжное пространство XXI века»: видеозапись 7 дек. 2019 г. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W5x-yIDf4EeY&feature=youtu.be> (дата обращения: 11.01.2020).

Главным моментом здесь является то, что эти сервисы ориентированы, прежде всего, на подрастающее поколение. И если эти форматы сегодня не использовать, можно лишиться основного сегмента интернет-аудитории. В эпоху цифровых развлечений важно суметь увлечь молодое поколение, предложить решения в духе времени, обеспечить возможность соучастия – только тогда можно надеяться на сохранение интереса к чтению и формирование личностной читательской культуры. Как заметила директор Российской государственной детской библиотеки (РГДБ) М. Веденяпина, «дети – самые важные читатели... Библиотеки должны выстраивать тот формат работы, который интересен детям»². В 2020 г. на поддержку детского чтения в РФ планируется выделить 1 млрд рублей³. В сентябре 2020 г. в России впервые пройдет Международный конгресс детской книги, а в 2021 г. – Международная детская книжная ярмарка.

О серьезности проблемы детского чтения в нашей стране свидетельствует тот факт, что Концепция программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации была утверждена Правительством страны еще в 2017 г., а программа, наполненная конкретными мерами, и «дорожная карта» ее исполнения не приняты до сих пор. На заседании Совета по русскому языку 5 ноября 2019 г. президент РФ В. В. Путин призвал «подтолкнуть» программу поддержки детского чтения в России⁴.

Для продвижения бумажных и электронных изданий в Сети используется вирусная реклама, электронные приложения по выбору книг, система книжной навигации, рекомендательные сервисы и иные каналы. Например, издательство «Эксмо» предлагает онлайн-журнал с интересными подборками: праздничные блюда, заимствованные из литературных произведений, «Книги, которые помогут сделать будущий год удачным», «Книги, которые решат ваши главные проблемы» и др.⁵. РГДБ предлагает путеводитель по детской литературе «Библиогид»⁶. Для популяризации чтения задействуются мультимедийные и VR-технологии, также рассчитанные преимущественно на молодежную аудиторию.

² Конференция «Книжное пространство XXI века»: видеозапись 7 дек. 2019 г. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W5x-yIDf4EeY&feature=youtu.be> (дата обращения: 11.01.2020).

³ В Москве прошла первая «Читательская ассамблея Содружества» // Университетская книга. 2019. 23 сент. URL: <http://www.unkniga.ru/news/9812-v-moskve-proshla-pervaya-chitatelskaya-assambleya-sodruzhestva.html> (дата обращения: 11.01.2020).

⁴ Путин призвал «подтолкнуть» программу поддержки детского чтения в России // РИА Новости. 2019. 5 нояб. URL: <https://ria.ru/20191105/1560605723.html> (дата обращения: 11.01.2020).

⁵ Эксмо. Издательская группа. Тренды. URL: <https://eksmo.ru/trends/knigi-kotorye-pomogut-sdelat-budushchiy-god-udachnym-ID15530004> (дата обращения: 11.01.2020).

⁶ Библиогид. Книги и дети. URL: <https://bibliogid.ru> (дата обращения: 11.01.2020).

Растет потребление книг в аудиоформате. Прогнозы свидетельствуют о дальнейшем росте продаж аудиокниг. Причем эксперты, занимающиеся изучением этого феномена, отмечают, что благодаря аудиоформату приобщились к потреблению бумажных книг люди, которые раньше практически не читали, то есть они вошли в книжную культуру через аудиокниги (Баль, 2018).

В структуре потребляемого аудиоконтента почти четверть (24%) – подкасты, как утверждает С. Анурьев, генеральный директор компании «ЛитРес»⁷.

Подкастинг – процесс создания и распространения звуковых или видеофайлов в интернете (вещание в интернете). В России подкастинг приобрел популярность совсем недавно. Как правило, подкасты имеют определенную тематику и периодичность выхода, предполагают возможность подписки на новые выпуски, значимы своей идеей и авторской принадлежностью. Для их создания не нужно дорогого оборудования – достаточно микрофона и доступа в интернет. Подкаст-провайдерами (медиа, производящими подкасты) являются информационные агентства (РИА «Новости»), радиостанции («Радио Маяк»), сетевые издания («ШколаЖизни.ру»), стриминговые сервисы (Google Play Музыка, «Яндекс.Музыка»), социальные аудиоплатформы (Podster.fm, PodFM.ru), социальные сети («ВКонтакте» и др.), специализированные сайты с подкастами (Castbox.fm, Podcasts.apple.com).

Один из крупнейших русскоязычных каталогов аудиоподкастов (Russiancast.club)⁸ содержит более 360 единиц. Среди них есть аудиофайлы о книгах и литературе: «Вечерние чтения», «Главлит», «Зеленая лампа», «Книжный базар», «Партнерский материал», «Полка», «Поляринов говорит», «Терминальное чтение», «Читатель», «Чтение» и др. Часть этих медийных аудиопроектов имеет коллективное авторство, но есть и индивидуальные решения. Среди не учтенных в каталоге, но известных профессиональному сообществу – «Книги жарь», «Ковен дур» и др.

Большинство книжных подкастов ведется профессионалами – писателями, переводчиками, литературными обозревателями, критиками, педагогами-словесниками, редакторами книжных сервисов. Как правило, это информативные и в некотором роде академичные продукты. Обращает на себя внимание серьезный подход создателей материалов к своему «детисцу»: продумывается композиция, подбираются примеры, используется фоновая музыка, для зачитывания фрагментов произведений привлекаются

актеры. Для проектов журналистов, радиоведущих характерен более свободный формат подачи материала.

Из подкастов можно перейти по ссылкам в «Инстаграм», во «ВКонтакте» и в другие социальные сети, где содержится информация и об авторах аудиотекстов. Подкастам важна не только обратная связь, но и общение слушателей друг с другом.

Подкасты способствуют более осознанному потреблению книжного контента в целом (в электронные коллекции пользователи часто переходят по ссылкам именно из подкастов, видеолекций) и литературного мейнстрима в частности (основной акцент делается на новинки).

Феномен подкастов еще мало изучен, но этот медиаформат подразумевает неформальное, искреннее общение, живые эмоции, диалог (подкасты называют литературным стендапом). Устная речь, импровизация, а не выверенный и отредактированный письменный текст, требующий тщательной подготовки и навыков владения письменным словом, масса личных подробностей, готовность поделиться с аудиторией профессиональным опытом и жизненными наблюдениями, околелитературные темы и книжное закулисье, относительная легкость восприятия и возможность слушать фоном во время какой-то основной деятельности – все это является привлекательным как для слушателей, так и для ведущих.

О признании значимости книжных подкастов как самостоятельных медиапроектов свидетельствует учреждение специальной номинации «Аудиоподкаст» премии «Блог-пост. Лучший книжный блог года»⁹, впервые присужденной в 2019 г.

Подкаст – это по сути аудиоблог, воплощающий идеи блогинга и концентрирующий внимание на личности блогера. Помимо премии «Блог-пост» с 2018 г. в России вручается премия «Литблог»¹⁰, учрежденная Национальной литературной премией «Большая книга» и свидетельствующая о признании блогеров влиятельными фигурами литературного процесса. Номинация «Блогер года»¹¹ есть и у профессиональной книжной премии «Ревизор».

Блогерам удается увлекать своими идеями молодых и активных людей, стремящихся к саморазвитию, готовых тратить деньги на книги и другие интеллектуальные

⁷ Конференция «Книжное пространство XXI века»: видеозапись 7 дек. 2019 г. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=W5xyIDf4EeY&feature=youtu.be> (дата обращения: 11.01.2020).

⁸ Подкасты на русском языке: [каталог]. 2020. URL: <https://russiancast.club> (дата обращения: 11.01.2020).

⁹ «Блог-пост»: премия за лучший книжный блог года // Читаем вместе. 2020. URL: <http://chitaem-vmeste.ru/blog-post-award> (дата обращения: 11.01.2020).

¹⁰ Положение о премии «Литблог» // Национальная литературная премия «Большая книга». 2018. 4 июня. URL: <http://www.bigbook.ru/news/detail.php?ID=29836> (дата обращения: 11.01.2020).

¹¹ Ревизор-2019. Номинации, 2008–2020. URL: <http://www.bookind.ru/revizor/2019/about.php> (дата обращения: 11.01.2020).

удовольствия, позволяющих себя вовлечь в инновационные проекты и любой «неформат».

Помимо книжных аудиоблогов, литературный процесс освещает и масса других: текстовые блоги о книгах на платформах для онлайн-дневников («Живой Журнал», «ЛиРу», «Дайри» и др.), паблики в социальных сетях и, конечно же, книжные видеоблоги (влоги). Последние, как и подкасты, становятся все более популярными площадками для обсуждения издательских новинок. Для обозначения этого явления уже появились слова «букстаграм» (тип книжных блогов интернет-сервиса Instagram) и «буктьюб» – книжный сегмент видеохостинга YouTube¹².

Общей характеристикой этих форматов представления книжного материала, при кажущемся внешнем различии, является доминирующая визуализация. В первом случае – это изображение обложки книги, которой посвящен пост, фото книжных приобретений, просто «атмосферные» фотографии или картинки: фотоистория впечатления или фоторепортаж. Сопроводительные видео не имеют, как правило, самостоятельного значения: это или фрагменты из фильмов (необязательно по книге), или соответствующие настроению видеоклипы. Текстовой отзыв может быть существенно меньше видеоряда, часто это просто цитаты из произведения, отдельные мысли, возникшие после прочтения. Важнее другое: обратная связь, комментарии, мнения подписчиков, для которых иногда предлагаются подборки вопросов или задания-челленджи, которые нужно выполнить и сделать фотоотчет. По-настоящему глубоких рецензий здесь не найти. Тем не менее «Букстаграм» успешно осваивается издательским и книготорговым бизнесом, библиотеками.

Видео «Буктьюба» совсем иное: оно – авторское, имеет самостоятельное значение, является мощным выразительным и коммуникативным средством. Поэтому так важны его технические характеристики, жанровая палитра и приемы построения видеоряда (Кириенков, Хайретдинова, 2017).

Видеоблоги различаются целями, манерой подачи материалов их создателями, уровнем литературной подготовки последних. Назовем лишь некоторые каналы: «Библионариум», «Книга-гид», «Переулок Контрастов – книжные обзоры», «Читайте хорошие книги», «Booksparse» и др.

Намеренно не анализировались текстовые литературные блоги как явление, уже получившее достаточно широкое осмысление.

Блоги и подкасты сегодня широко изучаются в различных гуманитарных науках (педагогика,

филология, экономика и др.) (Науки..., 2013), но пока существенно меньше интересуют книговедов, библиотечных специалистов. Поэтому в статье важно было акцентировать значимость медийного сопровождения книжной деятельности, показать ценность данного эмпирического пласта и исследовательского инструментария, очертить направления возможных исследований.

Выводы

Медиасреда и блогосфера – это, прежде всего, обратная связь, общение, без которых читательское бытие представить невозможно. При библиотеках и книжных магазинах традиционно существовали книжные клубы, дающие своим членам бесценную возможность живого общения с единомышленниками. Книжные интернет-сервисы предоставляют виртуальную площадку для обсуждения прочитанного, инициируя диалог, который вполне может быть продолжен вживую на одном из массовых библиотечных мероприятий. Неслучайно российские библиотечные учреждения сегодня – активные пользователи социальных сетей, с помощью которых легче понять, что волнует современного пользователя и что, собственно, в первую очередь нужно учесть библиотекам в своей работе. Темы для обсуждения книг предлагают посетителям своих сайтов и издательства, понимая, насколько важен такой диалог и как он формирует вовлеченность в книжную культуру. Книга дала интернету интеллектуальный досуг, а Всемирная сеть, в свою очередь, привнесла в него элементы развлекательности, неформальности, творчества.

Подводя итоги, отметим, что блоги сегодня – один из самых востребованных и эффективных инструментов ориентации в литературном процессе и развития книжной коммуникации, хотя блогеров упрекают в поверхностности и упрощении, низком качестве материалов, потворствовании массовым вкусам, навязывании собственного мнения. Вместе с тем эта деятельность способствует творческой самореализации авторов материалов, интеллектуальному общению, создает вокруг книги диалоговое пространство, благодаря чему последняя становится привлекательной для молодежи.

Медийное сопровождение книжной деятельности через блогинг несет в себе эмоции, которых не хватает традиционному книжному производству. Блогерство задает тренд и моду на чтение. Неформальная коммуникация меняет ракурс восприятия книжной культуры, предлагает нестандартные подходы к ее осмыслению. Важно увидеть будущее книги независимо от форматов ее бытия в отдельно взятой временной реальности. Но эта реальность определяет

¹² Буктьюб – книжные обзоры на YouTube // Oceanius.ru. 2016. 6 февр. URL: <https://oceanius.ru/buktyub-knizhnye-obzory-na-youtube> (дата обращения: 11.01.2020).

не только насущные задачи, но и векторы книжной культуры дня завтрашнего.

Исследовательские стратегии книжной культуры сегодня чрезвычайно разнообразны. В условиях активного развития цифровых медиа книжные блоги являются объектом исследовательского интереса прежде всего вследствие гибридности форм: компьютерные технологии предлагают разнообразный инструментарий для воплощения сценариев книжного и читательского бытия, но выбор этих инструментов определяется текущим состоянием книжной культуры. Отсюда – богатство жанров блогосферы и синтетичность форм.

Медиапотребление, в том числе и интегрированного книжного контента, – реальная возмож-

ность узнать многие нюансы этого потребления и скорректировать его. Через обратную связь блогов и социальных сетей, а также посредством статистических инструментов сетевых книжных сервисов, позволяющих вычислить интенсивность ежедневного чтения, покупательскую активность, выявить динамику интересов, портрет читателя вырисовывается вполне четкий. Опираясь на эти данные, можно не только выстраивать стратегию последующего успешного воздействия на отдельно взятого потребителя (таргетированная реклама, целевые предложения и др.), но и предлагать продукт, востребованный обществом в целом. Это внимание, адресованное потребителям книги, обязательно будет ими оценено.

Список источников / References

- Баль В. Ю. «Звучащие книги» в современной издательской индустрии // Текст. Книга. Книгоиздание. 2018. № 17. С. 91–101 ; Bal VY (2018) "Sounding books" in the modern publishing industry. *Tekst. Kniga. Knogoizdanie*, 17: 91-101. (In Russ.).
- Кириенков И., Хайретдинова А. Эти блогеры рассказывают о книгах так, что вы снова захотите читать // АФИША DAILY. 2017. 18 авг. ; Kirienkov I and Khairtadinova A (2017) These bloggers talk about books so that you want to read again. *AFISHA DAILY*. URL: <https://daily.afisha.ru/brain/6508-eti-blogery-rasskazyvayut-o-knigah-tak-chto-vy-snova-zahotite-chitat> (дата обращения = accessed 11.01.2020). (In Russ.).
- Лизунова И. В. Книга как медиа: эволюция в цифровую эпоху // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. 2018. Т. 217. С. 112–115 ; Lizunova IV (2018) Book as a media: evolution in the digital age. *Trudy Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury*, 217: 112-115. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Книжный рынок цифровой дистрибуции в России: тренды и перспективы развития // Библиосфера. 2015. № 2. С. 59–63 ; Lizunova IV (2015) Digital distribution book market in Russia: trends and development prospects. *Bibliosfera*, 2: 59-63. (In Russ.).
- Лизунова И. В. Медиапространство российского региона: книга, пресса, радио, телевидение, интернет (на примере Сибири и Дальнего Востока 1991–2011 гг.). Новосибирск, 2013. 300 с. ; Lizunova IV (2013) *Media space of the Russian region: book, press, radio, television, Internet (a case of Siberia and the Far East, 1991-2011)* [Mediaprostranstvo rossiiskogo

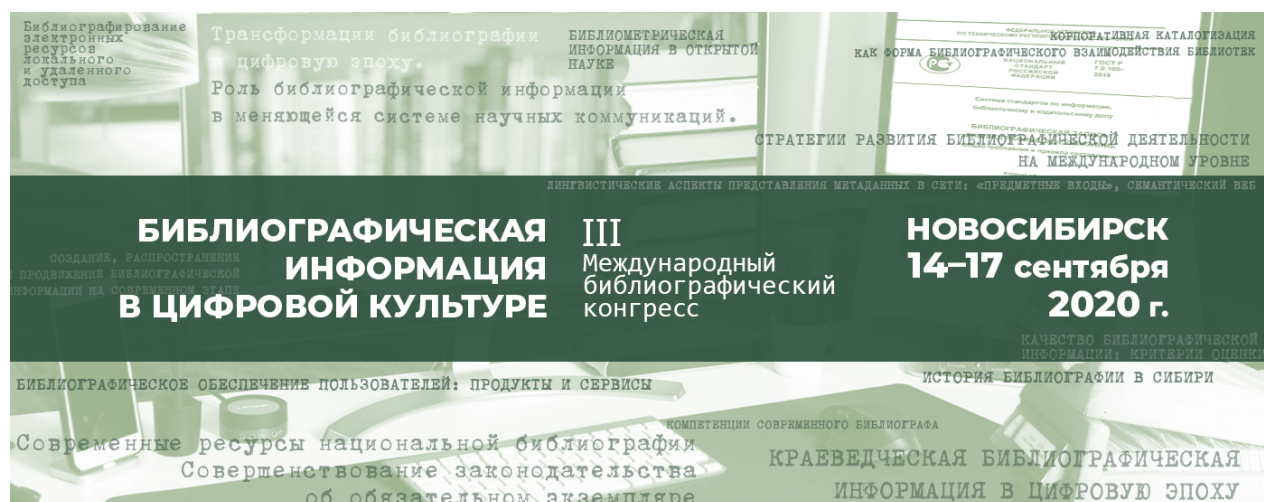
regiona: kniga, pressa, radio, televidenie, internet (na primere Sibiri i Dal'nego Vostoka 1991-2011 gg.)]. Novosibirsk. (In Russ.).

- Науки о культуре в перспективе «digital humanities» : материалы междунар. конф. (3–5 окт. 2013 г., Санкт-Петербург) / под ред. Л. В. Никифоровой, Н. В. Никифоровой. Санкт-Петербург : Астерион, 2013. 600 с. ; Nikiforova LV and Nikiforova NV (eds.) (2013) *The science on culture in the future, "digital humanities": proc. of intern. conf. (Oct. 3-5, 2013, St. Petersburg)* [Nauki o kul'ture v perspektive «digital humanities» : materialy mezhdunar. konf. (3-5 okt. 2013 g., Sankt-Peterburg)]. Saint Petersburg: Asterion. (In Russ.).

- Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Москва : Директ-Медиа, 2014. 59 с. ; Fedorov AV (2014) *Glossary of terms on media education, media pedagogy, media literacy, media competence* [Slovar' terminov po mediaobrazovaniyu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti]. Moscow: Direct-Media. (In Russ.).

- Яцунок Е. И. К определению понятия «книжный памятник» // Актуальные проблемы теории и истории библиофильства : материалы XII Междунар. науч. конф. Санкт-Петербург, 2010. С. 15–24 ; Yatsunok EI (2010) To the definition of the "book monument" concept. *Aktual'nye problemy teorii i istorii bibliofil'stva : materialy XII Mezhdunar. nauch. konf.* Saint Petersburg, pp. 15-24. (In Russ.).

- Rouse M. What is phygital? *TechTarget*. 2016. URL: <https://searchcustomerexperience.techtarget.com/definition/phygital> (accessed 11.01.2020).



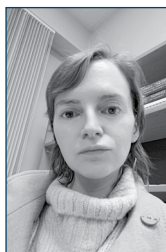
Продолжение. Начало на с. 24

• Современные ресурсы национальной библиографии. Совершенствование законодательства об обязательном экземпляре (электронный обязательный экземпляр). • Корпоративная каталогизация как форма библиографического взаимодействия библиотек. • Библиометрическая информация в открытой науке. • Лингвистические аспекты представления метаданных в Сети: «предметные входы», семантический веб. • Библиографическое обеспечение пользователей: продукты и сервисы • Качество библиографической информации: критерии оценки. • Компетенции библиографа: подготовка, переподготовка, повышение квалификации • Краеведческая библиографическая информация в цифровую эпоху. • История библиографии в Сибири.	• Modern resources of the national bibliography. Improving the legal deposit legislation (the deposit of online digital resources). • Corporate cataloging as a form of bibliographic interaction of libraries. • Bibliometric information in open science. • Linguistic aspects of metadata presentation on the Web: semantic web, subject gates. • Bibliography for users: products and services. • The quality of bibliographic information: evaluation criteria. • Competences of a bibliographer: training, retraining, advanced training. • Local bibliography in the digital age. • The history of bibliography in Siberia.
Рабочие языки: русский, английский	Languages: Russian, English
Важные даты: 31 мая – окончание регистрации участников конференции и представления тезисов докладов 20 июня – уведомление о включении докладов в программу конференции. 30 августа – окончание регистрации участников конференции, не делающих доклады. 31 октября – представление полных текстов докладов для опубликования в научных изданиях	Important dates: 31 May – the deadline for Proposals 20 June – notification of Acceptance 30 August – deadline for registration without papers 31 October – deadline for Final Paper Presentation
Координаторы Наталья Константиновна Леликова доктор исторических наук, зав. отделом библиографии и краеведения РНБ, председатель секции библиографии и информационно-библиографического обслуживания РБА. <i>e-mail: nklelikova@ya.ru</i> Ольга Львовна Лаврик доктор педагогических наук, профессор, главный научный сотрудник, зав. лабораторией информационно-системного анализа, ГПНТБ СО РАН. <i>e-mail: lavrik@spsl.nsc.ru</i> <i>тел. +7 (383) 266-29-89</i>	The coordinators: Natalia Konstantinovna Lelikova – doctor of historical Sciences, the National library of Russia, Russia, S-Petersburg, the head of RLA section on bibliography and information and bibliographic services. <i>e-mail: nklelikova@ya.ru</i> Olga Lvovna Lavrik – doctor of pedagogical Sciences, professor, SPSTL SB RAS, Russia, Novosibirsk. <i>e-mail: lavrik@spsl.nsc.ru</i> <i>tel. +7 (383) 266-29-89</i>

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И МЕДИАГРАМОТНОСТЬ В СТРУКТУРЕ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕКИ

Т. Б. Кавалерчик

Сахалинская областная универсальная научная библиотека,
Южно-Сахалинск, Россия;
e-mail: t.kavalerchik@libsakh.ru



Кавалерчик
Татьяна Борисовна,
главный библиотекарь
отдела комплексного
библиотечного
обслуживания
СахОУНБ

ORCID: [0000-0003-4510-6864](https://orcid.org/0000-0003-4510-6864)
e-mail: t.kavalerchik@libsakh.ru

Аннотация. В связи с активным расширением медиасреды, конвергентными процессами, протекающими в современном социокультурном пространстве, возникает необходимость в создании информационно-образовательных площадок для формирования информационной культуры населения и, в частности, детей школьного возраста. В статье описываются результаты исследования, проведенного в целях создания благоприятных культурно-образовательных условий при организации системной работы в области формирования информационной культуры и медиаграмотности детей среднего и старшего школьного возраста в библиотеке. Цель исследования – построение универсальной модели просветительской программы с последующей ее реализацией в условиях библиотеки. Задачи исследования: 1) проведение экспериментов по апробации интерактивных уроков курса «Информационная культура в изучении литературы родного края», разработанного в соответствии с предложенной универсальной моделью; 2) анализ результатов экспериментальной работы; 3) разработка программы развития Центра информационной и цифровой культуры Сахалинской областной универсальной научной библиотеки (СахОУНБ), осуществляющего просветительскую деятельность в области формирования информационной и цифровой культуры различных групп населения и, в частности, детей школьного возраста.

В статье дана оценка значимости проблемы, охарактеризованы параметры исследования, приведены результаты апробирования курса «Информационная культура в изучении литературы родного края». Разработана программа развития Центра информационной и цифровой культуры СахОУНБ, призванного содействовать решению проблемы формирования информационной культуры подрастающего поколения.

Ключевые слова: информационная культура, медиаграмотность, образовательная программа, программа развития

Для цитирования: Кавалерчик Т. Б. Информационная культура и медиаграмотность в структуре культурно-образовательной деятельности библиотеки // Библиосфера. 2020. № 1. С. 109–120. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-109-120.

INFORMATION CULTURE AND MEDIA LITERACY IN THE STRUCTURE OF THE LIBRARY CULTURAL AND EDUCATIONAL ACTIVITIES

Tatiana B. Kavalerchik

Sakhalin Regional Universal Scientific Library, Yuzhno-Sakhalinsk, Russia;
e-mail: t.kavalerchik@libsakh.ru

Kavalerchik Tatiana Borisovna,
chief librarian, the department
of complex library service,
Sakhalin Regional Universal
Scientific Library;
ORCID: [0000-0003-4510-6864](https://orcid.org/0000-0003-4510-6864)
e-mail: t.kavalerchik@libsakh.ru

Abstract. Due to the active expansion of the media environment, convergent processes occurring in the modern socio-cultural space, there is a need to create information and educational platforms on forming information culture of population and, in particular, school-age children. The article describes the results of a study on creating favorable cultural and educational conditions for organizing systematic work on information culture and media literacy formation for children of middle and high school age in a library. The goal of the study is to build a universal model of the educational program with its subsequent implementation in the library environment. Its tasks were: 1) to make experiments on testing interactive lessons on the course «Information Culture in the Study of the Native Land Literature», developed according to the proposed universal model; 2) to analyze the results of experimental work; 3) to design the development program for the Information and Digital Culture Center of the Sakhalin Regional Universal Scientific Library for it to form information culture and media literacy for various population groups, in particular, the young generation. The article assesses the significance of the problem, describes the research parameters, and presents the results of testing the course "Information culture in the study of literature of the native land". The development program of the center for information and digital culture of the Sakhalin Regional Universal Scientific Library was made, designed to solve the problem of forming the information culture of the younger generation.

Keywords: information culture, media literacy, educational program, development program

Received 04.01.2020

Revised 05.02.2020

Accepted 12.02.2020

Citation: Kavalerchik T. B. Information culture and media literacy in the structure of the library cultural and educational activities. *Bibliosphere*. 2020. № 1. P. 109–120. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-109-120.

Введение

Утверждение концепции общества знания, конвергентные процессы, протекающие в различных областях науки, культурно-образовательной среде и медиапространстве – все это оказывает влияние на формирование информационной культуры личности. Комплексная работа по формированию информационной культуры личности способствует адаптации человека к жизни в новой социально-технологической реальности. В связи с этим в Федеральные государственные образовательные стандарты основного и среднего общего образования включены требования, связанные с освоением учащимися метапредметных способов деятельности, ориентированных на формирование знаний и умений, связанных с поиском, интерпретацией, обработкой, критической оценкой информации (Приказ Минобрнауки об утверждении ФГОС ООО № 1897 от 17 декабря 2010 г.), (Приказ Минобрнауки об утверждении ФГОС СОО № 413 от 17 мая 2012).

Мы анализируем результаты исследования «Информационная культура и медиаграмотность

в структуре культурно-образовательной деятельности библиотеки», проведенного специалистами СахОУНБ с 2017 по 2019 г. в рамках комплексного научного проекта «Информационная культура личности в системе непрерывного образования». Одним из важных направлений исследования стали разработка и апробирование обучающего курса, ориентированного на формирование информационной культуры детей школьного возраста, интегрирующего в себе элементы метапредметного курса и профильной дисциплины – литературного краеведения. Объектом исследования выступила просветительская деятельность библиотеки, направленная на интеллектуальное развитие личности и формирование мировоззренческих установок. Предмет исследования – формирование информационной культуры детей среднего и старшего школьного возраста в рамках просветительской деятельности библиотеки.

Исследование проводилось в целях создания благоприятных культурно-образовательных условий для организации системной работы по формированию информационной культуры

и медиаграмотности детей среднего и старшего школьного возраста через построение и апробирование универсальной модели просветительской программы, разработанной в соответствии с принципами метапредметного и межпредметного подходов. Были решены следующие задачи: 1) разработана универсальная модель просветительской программы, ориентированной на формирование информационной культуры школьников 12–17 лет; апробированы интерактивные занятия курса «Информационная культура в изучении литературы родного края», спроектированного на основе этой модели и объединяющего в себе элементы медийно-информационного и литературного образования; 2) проанализированы результаты экспериментального цикла в целях дальнейшей разработки методической составляющей программы с учетом ее внедрения в работу библиотек Сахалинской области; 3) разработана программа развития структурного подразделения библиотеки, осуществляющего просветительскую деятельность в области формирования информационной культуры и медиаграмотности различных групп населения и, в частности, детей школьного возраста.

Гипотеза исследования сводилась к предположению о том, что проведение интерактивных занятий, интегрирующих в себе элементы определенной предметной области и просветительской программы, отражающей базовые компоненты медийно-информационного образования, будет эффективно способствовать формированию информационной культуры детей школьного возраста при соблюдении следующих условий: 1) реализации метапредметного и междисциплинарного подходов к организации просветительского процесса; 2) систематического проведения занятий. На основании этой гипотезы можно предположить, что объединение метапредметного курса «Основы медиаграмотности и информационной культуры», который был разработан специалистами СахОУНБ в 2015 г., с просветительской программой по литературному краеведению будет эффективно способствовать повышению уровня сформированности информационной культуры учащихся. Литературное краеведение в нашем исследовании рассматривается как частная дисциплина, через которую возможно рассмотреть уровни развития информационной культуры личности.

Эмпирическую базу исследования составляют результаты диагностики учащихся 6–9 и 10–11 классов, а также участников экспериментальных и контрольных групп испытуемых с различным уровнем сформированности медиаинформационной грамотности.

Новизна исследования состоит в том, что результаты предусмотренной им экспериментальной работы позволили сформировать

оптимальную структуру универсальной модели обучающего курса, ориентированного на формирование информационной культуры детей среднего и старшего школьного возраста. Она включает в себя семь основных блоков (этапов): диагностический, ознакомительно-аналитический, репродуктивно-аналитический, продуктивно-деятельностный, информационно-творческий, презентационный, конкурсный, контрольный. Их характеристика представлена ниже в описании Программы развития Центра информационной и цифровой культуры СахОУНБ, в содержание которой включен раздел, иллюстрирующий структуру модели. Кроме того, разработана структура образовательного мероприятия, в соответствии с которой были построены все обучающие занятия, предусмотренные моделью просветительской программы.

Отличительные особенности обучающего курса «Информационная культура в изучении литературы родного края», разработанного на основании предложенной модели, заключаются в его ориентации на комплексную работу в области расширения метапредметных и межпредметных умений школьников, связанных с информационной деятельностью, в процессе их знакомства с региональным литературным процессом. В связи с тем что при отборе средств обучения в ходе разработки курса мы столкнулись с дефицитом печатных информационных материалов литературно-краеведческой тематики, в состав его ресурсной базы был включен разработанный нами электронный информационный ресурс «Литературный мир Сахалина и Курил» (litmir.libsakh.ru), представляющий собой пополняемую полнотекстовую базу данных, располагающую наиболее значимыми произведениями писателей Сахалина и Курильских островов.

Теоретическая значимость исследования состоит в обобщении и уточнении положений, связанных с определением структуры информационной культуры личности, рассматриваемой в единстве трех ее системообразующих компонентов (личностно-мировоззренческого, знаниевого, деятельностно-праксиологического), а также в определении содержания понятия «информационная культура личности» в условиях конвергентных процессов в культуре, образовании, науке.

Разработанная модель просветительской программы и структура предусмотренных ею мероприятий могут применяться библиотеками, осуществляющими проектирование обучающих курсов в области информационного образования. Разработанная в ходе исследования программа развития структурного подразделения библиотеки, организующего

комплексную работу по формированию информационной культуры населения, может быть учтена при создании подобного подразделения в структуре любой универсальной научной библиотеки.

Формирование информационной культуры и медиаграмотности личности в контексте современных социокультурных условий

Темпы модернизации технологий создания и распространения информации превышают возможности людей в ее обработке и осмыслении, а смещение акцентов в освоении информации с культурно-образовательного на развлекательно-справочный приводит к тому, что восприятие окружающей действительности становится все более детерминированным поверхностными стандартами современной массовой культуры. Все это способствует обесцениванию информации и отрицательно сказывается на интеллектуально-творческом развитии личности. В условиях изменения отношения общества к информации и активного расширения медиасреды перспективы модернизации современного культурно-образовательного пространства РФ связываются, прежде всего, с утверждением концепции общества знаний. Формирование информационной культуры и медиаграмотности личности (как одной из ее базовых составляющих) приобретает особое значение, так как сложно представить эффективно действующие механизмы формирования знаний без становления системы ценностей, интеллектуального потенциала субъектов информационной деятельности, прикладных умений и навыков, обеспечивающих взаимодействие человека с информационным пространством и способствующих его адаптации к условиям возрастающей информационной инфляции. В контексте концепции общества знаний информационную культуру личности можно рассматривать как систему интеллектуальных ресурсов, ценностей, представлений и способов деятельности, обеспечивающих ее взаимодействие с современной информационной средой, развивающейся под влиянием конвергентных процессов. Эти процессы оказывают существенное влияние на все сферы жизни общества, способствуют появлению новых концепций общественного развития (Кавалерчик, 2017).

Информационная культура – особый феномен общества знания. Основываясь на методологических подходах к определению культуры, можно выделить следующие признаки информационной культуры: интегративность, динамичность, нормативность, информационный характер деятельности субъекта, ориентация на формирование определенного типа мировоззрения, форм мышления. К функциям

информационной культуры в контексте современных социокультурных реалий можно отнести: воспроизводство деятельности, связанной с осуществлением интеллектуально-творческих, технологических операций с информацией; адаптацию и социализацию личности в формирующемся обществе знаний; развитие когнитивных и метакогнитивных способностей личности, связанных с освоением информационного пространства.

Большой вклад в изучение и определение категории «информационная культура» с позиции общества и личности внесли отечественные исследователи, в их числе М. Г. Вохрышева (Вохрышева, 1997), Н. И. Гендина (Гендина, 2007), Н. Б. Зиновьева (Зиновьева, 2007), В. Е. Леончиков, Э. П. Семенюк и другие. Изучением структуры понятия «информационная культура» занимались Л. К. Лободенко (Лободенко, 2005), Л. Н. Волобуева (Волобуева, 2015), С. В. Тарасова (Тарасова, 2014), В. А. Кравец, В. Н. Кухаренко (Кравец, Кухаренко, 2000), Л. А. Пронина (Пронина, 2008). В 2016 г. вышла коллективная монография Г. А. Банных, Е. Н. Заборовской, С. Н. Костиной, А. И. Кузьмина, Д. Л. Сиволовой, на страницах которой раскрываются теоретические и исторические предпосылки появления понятия «информационная культура», осмысливается ее современное состояние в одном из динамично развивающихся регионов России – Свердловской области (Банных и др., 2016). Понятийный аппарат и элементы структуры информационной культуры личности в трактовках разных исследователей имеют общее идейное основание, что требует осуществления дальнейшего системного анализа составных компонентов этой категории в целях выработки комплексного подхода к пониманию сущности, обоснованию ее структуры и содержания.

С точки зрения анализа структурных компонентов информационной культуры личности особое внимание обращают на себя работы Н. Е. Елистратовой, Н. Б. Зиновьевой, А. Н. Дулатовой, которые рассматривают ее с позиции культурологического подхода. Так, Н. Б. Зиновьева и А. Н. Дулатова выделяют коммуникативный, читательский, когнитивный, информационно-технологический, мировоззренческий, этический компоненты (Зиновьева, 2007). Н. Е. Елистратова – когнитивный, эмоционально-ценностный, действенно-практический (Елистратова, 2012). Теоретические положения, связанные с определением структуры информационной культуры личности, выдвинутые отечественными исследователями (Н. Е. Елистратовой, Е. В. Никотиной, Т. П. Лютиковой, Н. Б. Зиновьевой, Н. И. Гендиной, А. К. Муртазовым, Т. Е. Наливайко, Л. В. Нестеровой, А. Э. Токтаньязовой и др.), имеют общее идейное основание, что позволяет

расширить понимание этой категории как комплексной интегративной системы.

Уточняя и характеризуя структуру информационной культуры личности, мы рассматриваем процесс ее становления в совокупности трех системообразующих компонентов:

- деятельностно-праксеологического (характеризуется наличием у индивида опыта практической деятельности, связанного с освоением информационного пространства, прикладных умений, навыков, компетенций, позволяющих личности эффективно взаимодействовать с информационными объектами и другими субъектами информационной деятельности, а также выражается в осознании ею необходимости их своевременной актуализации);

- знаниевого (определяется уровнем развития интеллектуальных способностей и наличием определенной системы когнитивных ресурсов, связанных с осуществлением информационной деятельности, в частности с умением организовать поиск информации, оценивать ее достоверность, осуществлять ее структуризацию, систематизацию, анализ, синтез, обобщение, совершать другие интеллектуальные операции с информацией);

- личностно-мировоззренческого компонента и его составляющих: 1) нормативной (связана с соблюдением системы норм, правил, требований в ходе осуществления информационной деятельности, а также в процессе взаимодействия с другими ее субъектами); 2) аксиологической (связана с наличием ценностных ориентаций, позволяющих индивиду эффективно взаимодействовать с информационной средой, другими субъектами информационной деятельности, а также связанных с осознанием необходимости ее осуществления, с содержанием информационных потребностей и интересов личности, ее мотивами обращения к тем или иным источникам информации); 3) деятельностно-рефлексивной (связана с наличием и анализом опыта использования накопленных знаний, практических умений, навыков и компетенций информационного характера, применяемых в разнообразных сферах деятельности).

Неотъемлемым показателем развития информационной культуры личности, рассматриваемым в качестве одного из индикаторов ее сформированности, является медиаграмотность, представляющая собой динамично развивающуюся систему знаний, умений и навыков личности, связанных с освоением медиапространства. Особый вклад в изучение сущности и определение структуры этого понятия внес отечественный исследователь специалист по медиаобразованию А. В. Федоров. По его мнению, медиаграмотность представляет собой умение анализировать и синтезировать пространственно-временную

реальность, являющееся результатом медиаобразования (Федоров, 2010). Е. В. Косолапова определяет медиаграмотность как составляющую информационной культуры личности (Косолапова, 2012). Г. А. Арутюнов и М. А. Артеминко считают медиаграмотность составляющей информационной грамотности личности (Артеминко, 2012; Арутюнов, 2013). Н. И. Гендина характеризует «медиаграмотность» как «зонтичное понятие», обращает внимание на тенденцию к его интеграции с понятием «информационная грамотность» и на то, что до внедрения ЮНЕСКО аббревиатуры MIL (media and information literacy) практически ни в одной стране мира формирование информационной и медиаграмотности не велось целенаправленно (Гендина, 2012). П. С. Котляр придерживается схожей точки зрения, рассматривая медиаграмотность как «зонтичное понятие», и отмечает, что в социальной теории до сих пор отсутствует его единое определение (Котляр, 2017).

Мы не рассматриваем понятие «медиаграмотность» в отрыве от понятия «информационная грамотность», определяя ее как составную область базового уровня сформированности информационной культуры личности. Именно поэтому комплексная работа, ориентированная на ее развитие, должна осуществляться в период, имеющий решающее значение для формирования личности – в школьном возрасте. Несмотря на усиление внимания отечественных исследователей и специалистов к проблеме формирования медиаграмотности подрастающего поколения, в настоящее время в контексте основной образовательной программы общеобразовательного учреждения ему не уделяется достаточного внимания. Схожие тенденции проявляются и в зарубежных странах. Так, Тесса Джоллс, президент и генеральный директор Центра медиаграмотности (Center For Media Literacy, США), и Мишель Джонсен, президент Ignite Global Good, LLC, филиала Центра медиаграмотности, отмечают, что медиапроизводство до сих пор рассматривается школой как нечто не соответствующее традиционным академическим стандартам, заслуживающим серьезного изучения (Jolls, Johnsen, 2018).

В связи с резко возросшей необходимостью формирования медиаграмотности подрастающего поколения специалисты библиотек активно включаются в работу по проектированию профильных учебных программ, созданию необходимых методик и технологий. Апробированием и проектированием учебных курсов, ориентированных на формирование медиаинформационной грамотности школьников, занимаются специалисты Кемеровского государственного института культуры (КемГИК) Н. И. Гендина, Е. В. Косолапова, внесшие значительный

вклад в разработку методики формирования информационной культуры детей школьного возраста. Значительный опыт в реализации программ, направленных на развитие медиаинформационной грамотности школьников, накоплен специалистами МКУК «ЦСДШБ» г. Озерска. При подготовке тематических просветительских мероприятий сотрудниками учреждения используются материалы разработанного специалистами КемГИК учебно-методического комплекса «Основы информационной культуры личности», в том числе ориентированного и на развитие медиаграмотности детей школьного возраста (Олефир, 2017).

Важный вклад в проектирование и внедрение образовательных программ, направленных на формирование медиаграмотности молодого поколения, внесли и зарубежные специалисты, в частности, сотрудники Центра медиаграмотности (Center For Media Literacy), г. Малибу (США). Центр реализует комплексный подход к формированию медиаграмотности подрастающего поколения и активно взаимодействует с системой образования, разрабатывая и внедряя научно-обоснованные образовательные ресурсы на национальном и международном уровнях. Имея значительный опыт в реализации учебных программ в области информационного образования, CML помогает гражданам, в особенности молодому поколению, развивать навыки критического мышления и производства медиаконтента. В стремлении обеспечить комплексный подход к формированию знаний, умений, навыков по работе с медийно-информационным контентом CML создал в 2012 г. инструментарий «Media Literacy: A System for Learning AnyTime, AnyWhere» и разработал профильный учебный план для средних школ. Опыт CML свидетельствует об эффективности организации специального информационного образования на базе автономно функционирующей образовательной площадки, интегрирующей свою деятельность с общеобразовательными учреждениями.

В российских реалиях наиболее эффективным инструментом организации комплексной работы, ориентированной на формирование информационной культуры подрастающего поколения и, в частности, в контексте развития медиаграмотности школьников, является создание подобных образовательных пространств в библиотеках, уже накопивших определенный опыт, связанный с разработкой и апробированием соответствующих учебных программ. По этой причине было принято решение о создании в СахОУНБ Центра информационной и цифровой культуры (ЦИиЦК), основная цель функционирования которого заключается в разработке и апробировании программ медиаинформационного образования, их внедрении

в практику работы библиотек, в координации и мониторинге деятельности по формированию медиаинформационной и цифровой грамотности подрастающего поколения, а также в организационно-методическом сопровождении этого процесса.

В апреле 2019 г., в преддверии официального открытия центра, была разработана Программа развития этого структурного подразделения на 2019–2025 гг., стратегической целью которой является содействие созданию на территории Сахалинской области эффективных механизмов координации и кооперации ведомств и институтов, реализующих региональную политику в области формирования информационной и цифровой культуры населения. В процессе проектирования Программы развития ЦИиЦК СахОУНБ была организована экспериментальная работа, проведенная с октября 2017 г. по май 2019 г.

Для школьников 12–17 лет был разработан курс «Информационная культура в изучении литературы родного края», предполагающий освоение ими универсальных методов работы с информацией. В 2017–2018 гг. была проведена экспериментальная работа по апробированию занятий, предусмотренных этим курсом, среди учащихся в возрасте 12–14 лет. В дальнейшем он был адаптирован для детей старшего школьного возраста (16–17 лет). Анализ проблемы формирования информационной культуры школьников с позиции современных социокультурных условий, связанных с возрастающей информационной инфляцией, трансформацией модели восприятия информационного пространства и активным развитием медиасреды включал проведение диагностических мероприятий в двух выборках испытуемых – детей со средними показателями успеваемости и уровня внимания. Первый «срез» проводился на констатирующем этапе, второй – после апробации курса. Статистическая достоверность результатов экспериментов была подтверждена в ходе анализа его основных этапов путем использования непараметрических и параметрических методов математической статистики. Обработка количественных данных на констатирующем этапе осуществлялась с применением метода U-критерия Манна–Уитни, на формирующем и контрольном этапах использовался метод оценки значимости различий средних и относительных величин по Стьюденту (двухвыборочный t-критерий Стьюдента) (Кавалерчик, 2019). На основании анализа качественных и количественных показателей, выявленных в ходе реализации экспериментальной работы, нам удалось обнаружить положительную динамику в формировании информационной культуры детей среднего и старшего школьного возраста (рис. 1–3).

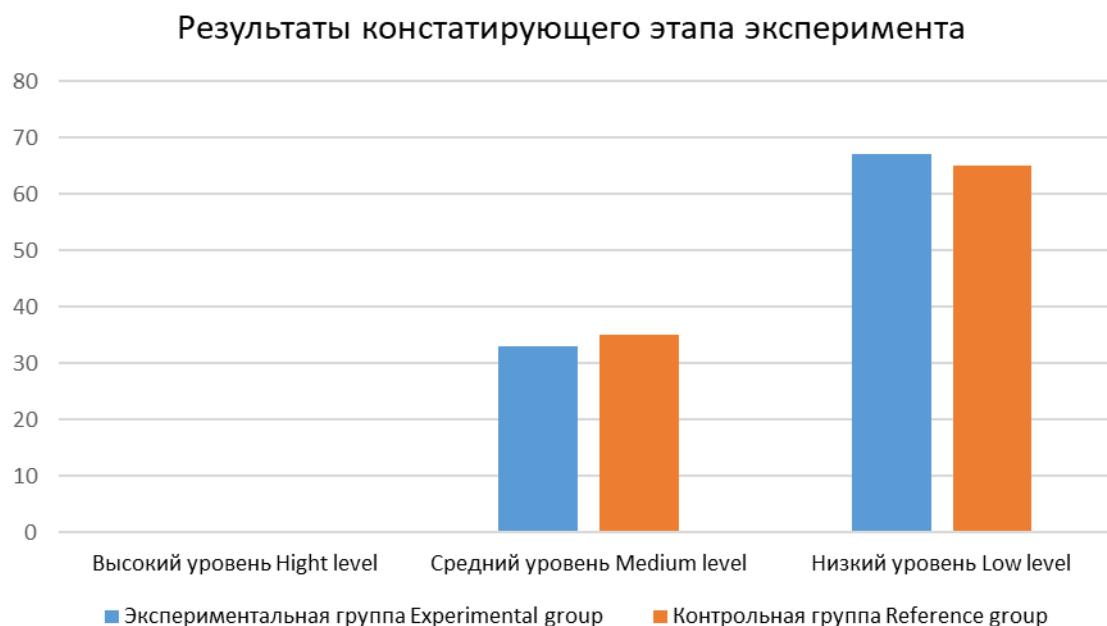


Рис. 1. Результаты констатирующего этапа эксперимента по апробированию программы «Информационная культура в изучении литературы родного края»

Fig. 1. The ascertaining stage experiment results on testing the program «Information culture in the study of the native land literature»

Анализ программы развития Центра информационной и цифровой культуры СахОУНБ

Заключительным этапом исследования «Информационная культура и медиаграмотность в структуре культурно-образовательной деятельности библиотеки» стала разработка Программы развития ЦИиЦК СахОУНБ, осуществляющего просветительскую деятельность в области формирования информационной и цифровой культуры различных групп населения и, в частности, детей среднего, старшего школьного возраста, студенческой молодежи. Сущность Программы сводится к утверждению, что становление информационной и цифровой культуры личности возможно при условии организации работы автономной образовательной площадки, реализующей соответствующие просветительские функции, так как только в результате освоения профильных обучающих курсов, ориентированных на последовательное формирование составных компонентов информационной и цифровой культуры личности, пользователь сможет получить доступ ко всему многообразию информационных ресурсов, культурных ценностей, сосредоточенных в современных библиотеках и глобальном информационном пространстве.

Цель Программы состоит в создании информационно-образовательной площадки на базе СахОУНБ для повышения уровня сформированности информационной и цифровой

культуры населения Сахалинской области, развитие виртуальных сервисов СахОУНБ и цифровой библиотечной среды.

Задачи Программы:

1) организация просветительской деятельности, направленной на формирование у жителей региона компетенций, позволяющих им эффективно использовать свои когнитивные ресурсы, прикладные умения и навыки с целью эффективного взаимодействия с информационным пространством;

2) совершенствование форм библиотечно-информационного обслуживания пользователей СахОУНБ, информационно-консультационное сопровождение процесса формирования информационной и цифровой культуры различных категорий граждан;

3) разработка рекомендаций по вопросам внедрения в культурно-образовательный процесс технологий и методик информационного образования, диагностики уровня сформированности информационной и цифровой культуры населения;

4) методическое сопровождение деятельности библиотек Сахалинской области, ориентированной на формирование информационной и цифровой культуры жителей муниципальных образований;

5) популяризация среди библиотек и образовательных учреждений региона современных методов информационного образования;

6) разработка научных основ организации и функционирования ЦИиЦК СахОУНБ.

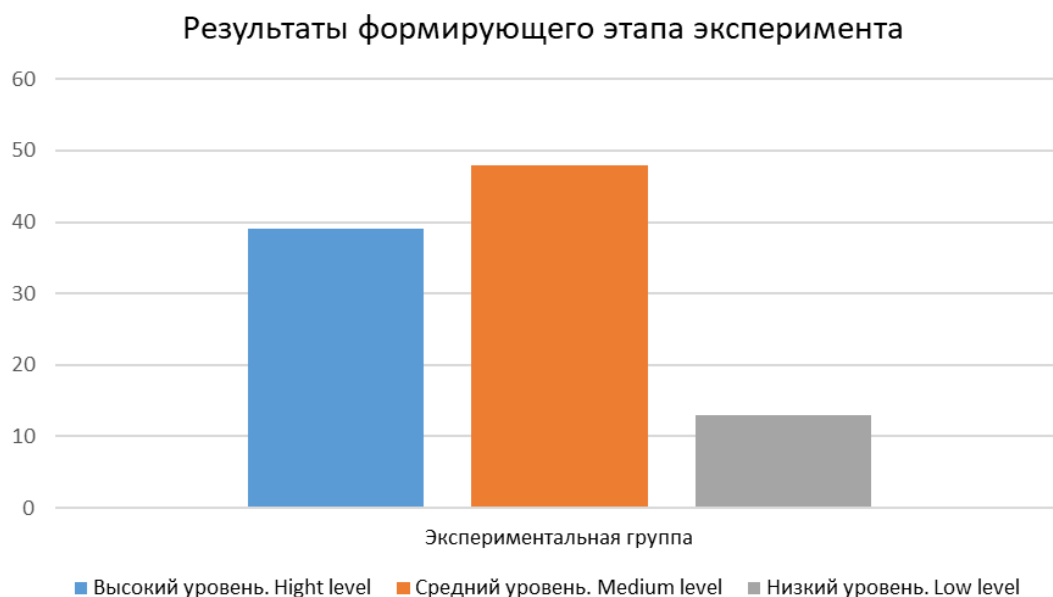


Рис. 2. Результаты формирующего этапа эксперимента по апробированию программы «Информационная культура в изучении литературы родного края»

Fig. 2. The formative stage experiment results on testing the program «Information culture in the study of the native land literature»

Составляющими программы развития ЦИиЦК СахОУНБ являются: трактовка понятия «информационная культура личности» и модель интегративного курса, на основании которой планируется разработка образовательных программ, ориентированных на формирование информационной культуры различных категорий пользователей.

В рамках Программы понятие «информационная культура личности» рассматривается как комплексная категория, включающая совокупность ценностных ориентаций, когнитивных ресурсов и способов деятельности, способствующих адаптации личности к условиям социально-технологической реальности и обеспечивающих ее взаимодействие с информационной средой, которая развивается под влиянием конвергентных процессов.

Особое значение в определении понятия «информационная культура личности» в контексте концепции развития ЦИиЦК СахОУНБ занимает информационное мировоззрение, которое служит основополагающим компонентом этой категории, объединяющим другие ее структурные элементы в комплексную динамично развивающуюся систему. Актуализация проблемы его становления на современном этапе развития социума тесно связана с прогрессивными изменениями в различных отраслях науки и производства, в том числе с социально-экономическими преобразованиями, содействующими их возникновению, что происходит на фоне стремительной технократизации мышления людей и ослабления роли гуманитарных ценностей в обществе.

Модель просветительской программы, ориентированная на формирование информационной культуры личности, как неотъемлемая методическая составляющая программы развития ЦИиЦК СахОУНБ предусматривает описание основных этапов реализации программы, а также элементов структуры, включенных в нее мероприятий и формулировку методических рекомендаций, которыми можно руководствоваться при разработке подобных программ.

Основные этапы реализации образовательной программы:

- подготовительный (диагностический) этап предусматривает оценку показателей развития медийно-информационных, читательских компетенций целевой аудитории или иных индикаторов сформированности информационной культуры целевой группы в зависимости от исходного уровня его состояния;

- ознакомительно-аналитический этап включает проведение образовательных мероприятий в рамках первого модуля программы. На этом этапе рассматриваются проблема, основные направления и история становления информационной культуры общества, цифровой культуры социума; анализируется значение традиционных и современных информационных ресурсов для развития личности, основные интеллектуальные операции с информацией; происходит знакомство слушателей курса с базовыми понятиями из области информационной культуры, анализируется значение знаний и информации в жизни современного социума, в частности связанных с освоением медиaprостранства;

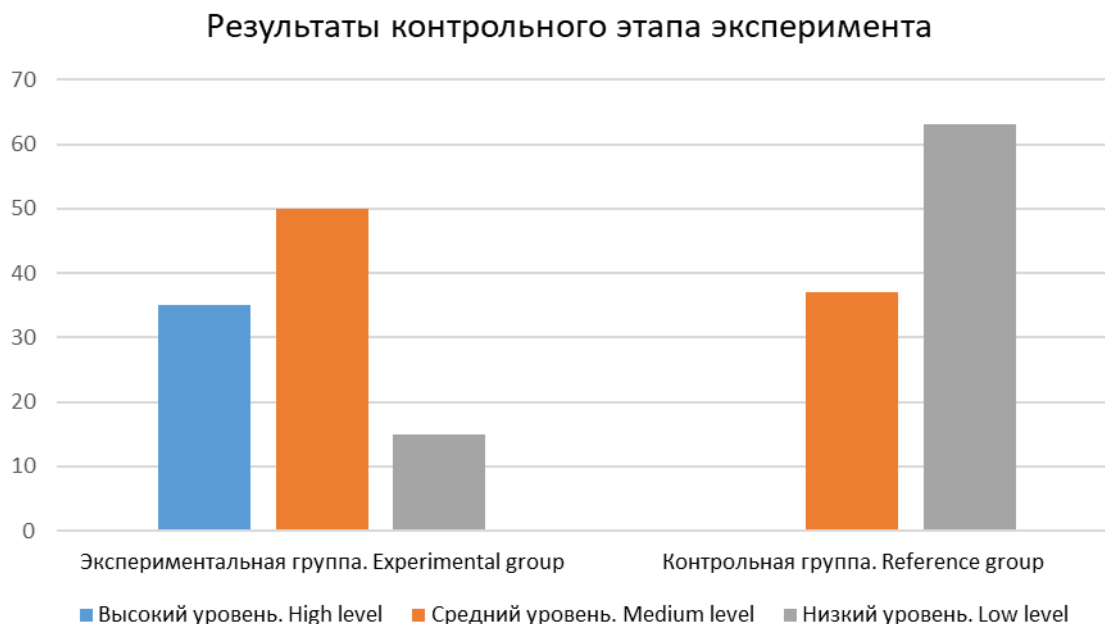


Рис. 3. Результаты контрольного этапа эксперимента по апробированию программы «Информационная культура в изучении литературы родного края»

Fig. 3. The control stage experiment results on testing the program «Information culture in the study of the native land literature»

- репродуктивно-аналитический этап включает проведение образовательных мероприятий, предусмотренных вторым модулем программы. На этом этапе рассматривается проблема достоверности информации и создаются условия для организации работы слушателей курса по поиску информации как в традиционных источниках, так и в цифровой среде, для осуществления ее последующего анализа и практического использования в процессе подготовки разнообразных информационных материалов. В ходе выполнения практических работ слушатели курса строго следуют рекомендациям библиотекаря;

- информационно-деятельностный этап включает проведение образовательных мероприятий, предусмотренных третьим модулем образовательной программы. На этом этапе осуществляется работа с текстовой информацией: слушателями курса выполняется самостоятельный анализ научно-популярных, публицистических, художественных текстов; осуществляется подготовка цифровых материалов, посвященных определенной тематике, составление планов к тексту статей из научно-популярных изданий, художественных или публицистических произведений с целью их устного, письменного изложения; выполняется написание текстов различного уровня сложности, отражающих отношение слушателей курса к той или иной проблеме;

- продуктивно-творческий этап включает проведение образовательных мероприятий, предусмотренных четвертым модулем программы. На этом этапе производится критическая оценка информации в процессе анализа

медиа-информационных материалов, осуществляется работа по созданию аудиовизуальных медиатекстов, изучению основ информационной безопасности, проведение дискуссий, связанных с формированием современной медиасреды. Участники образовательных мероприятий готовят рецензии на информационные продукты, делают критический анализ материалов СМИ, представленных в цифровом пространстве, осваивают инструменты data-журналистики);

- презентационный этап предусматривает подготовку и презентацию индивидуальных и/или групповых исследовательских, информационно-творческих проектов слушателей курса;

- конкурсный этап включает проведение конкурса интеллектуально-творческих работ, в котором могут принять участие пользователи библиотеки, посещавшие мероприятия, предусмотренные программой, а также пользователи, которые их не посещали;

- контрольный этап предусматривает проведение итоговой диагностики и выполнение сравнительного анализа показателей развития компетенций, иллюстрирующих динамику развития и позволяющих оценить уровень сформированности информационной культуры участников конкурса, как посещавших, так и не посещавших занятия.

Программа курса, построенная в соответствии с вышеописанной моделью, ориентирована на формирование составных компонентов информационной культуры личности: личностно-мировоззренческого, знаниевого, деятельностно-праксеологического. Формирование

лично-мировоззренческого компонента достигается в ходе разрешения участниками образовательных мероприятий определенных проблемных ситуаций, искусственно создаваемых библиотекарем, а также в процессе обсуждения дискуссионных вопросов на уровне осознания ими необходимости осваивать те или иные действия информационного характера, расширять свои знания, связанные с пониманием процессов, протекающих в современном информационном пространстве. Формирование деятельностно-праксеологического компонента достигается путем создания ситуаций поиска, вынуждающих участника мероприятия подвергать анализу и оценивать эффективность принятых им практических решений, связанных с совершением тех или иных действий информационного характера, направленных на изучение определенного процесса, события, явления, субъекта. Формирование знаниевого компонента осуществляется через освоение действий информационного характера, предполагающих выполнение различных интеллектуальных операций с информацией.

Структура образовательного мероприятия, предусмотренного вышеописанной универсальной моделью просветительской программы, основана на принципах метапредметного и междисциплинарного подходов и включает в себя пять базовых этапов:

1) освоение универсального действия информационного характера (получение обобщенных представлений о методах и технологии его выполнения);

2) отработка и применение освоенного универсального действия на конкретном материале (выполнение практического задания для закрепления теоретических знаний);

3) создание проблемной ситуации, направленной на проецирование полученных знаний, связанных с одной предметной областью, на другую в ходе изучения процесса, рассматриваемого в контексте определенной области знаний;

4) соотнесение понятия или явления, изучаемого на занятии, со сведениями, полученными из различных источников информации, выполнение межпредметных упражнений с целью формирования у слушателя курса представлений о закономерностях между определенными информационными объектами (понятиями, явлениями, процессами);

5) формулировка вывода о том, что освоенное на занятии универсальное действие информационного характера можно применить в любой предметной области, а также о том, что обнаруженные в ходе анализа определенных фактов закономерности связывают многие информационные объекты (Кавалерчик, 2019).

Основные методические рекомендации к организации и проведению культурно-образовательных мероприятий, предусмотренных моделью просветительской программы, включенной в структуру Программы развития ЦИиЦК СахОУНБ:

- все мероприятия должны быть нацелены на достижение конкретного результата (освоение определенного универсального действия, междисциплинарного умения, связанного с информационной деятельностью, с целью формирования составных компонентов информационной культуры личности);

- в ходе проведения мероприятий библиотекарь должен обращать внимание пользователей на проблему интеграции элементов книжной и цифровой культуры, гуманитарных и естественнонаучных знаний (в результате у пользователя должно сформироваться представление о том, что научно-технический прогресс неотделим от гуманитарных ценностей общества, и даже самые передовые информационно-коммуникативные технологии не отменяют необходимости владения умениями, связанными с освоением традиционных источников информации);

- все дидактические материалы, используемые библиотекарем в ходе проведения мероприятий, должны проходить качественную оценку с целью определения целесообразности их использования для решения конкретной познавательной задачи (в ходе каждого занятия должны использоваться лучшие произведения отечественной и мировой литературы, качественные электронные ресурсы);

- в ходе проектирования каждого культурно-образовательного мероприятия должна быть предусмотрена практическая работа, нацеленная на развитие у различных групп населения ответственного отношения к процессам поиска, интерпретации, оценки, переработки информации;

- в процессе организации и проведения мероприятий необходимо ориентироваться на личность пользователя (что подразумевает учет интересов и потребностей пользователя, при необходимости предварительное изучение состава аудитории, специфики развития определенных типов мышления, уровня креативности и других индивидуальных особенностей участников мероприятия);

- в ходе проведения мероприятий необходимо стремиться к осознанию пользователями определяющей роли информационного мировоззрения в формировании других компонентов информационной культуры личности (для достижения этой цели следует стремиться к развитию у участников мероприятия личностного отношения к современному информационному

пространству, ответственного отношения к процессам поиска, переработки, трактовки, оценки информации и ее этическому использованию) (Кавалерчик, 2019);

- с целью организации комплексной работы в области формирования информационной культуры подрастающего поколения в контексте реализуемых мероприятий необходимо активно включаться в работу по расширению содержания программ внеурочной деятельности, разрабатываемых специалистами общеобразовательных учреждений, за счет проведения тематических круглых столов, диспутов, познавательных программ, лекций с приглашением специалистов различных областей и, в частности, медиаиндустрии.

Заключение

Концепция общества знаний оказала значительное влияние на формирование современной парадигмы образования и, как следствие, потребовала разработки новых и совершенствования существующих методик формирования информационной культуры личности на разных этапах ее становления и, в частности, в школьном возрасте. В контексте основного и среднего общего образования движение к обществу знаний на сегодняшний день проявляется в повышении требований к квалификации педагогов, специалистов школьных библиотек, в растущей популярности различных просветительских программ в области информационного образования, ориентированных на внеурочную деятельность и носящих метапредметный характер.

Для развития у подрастающего поколения системы взглядов, интеллектуальных способно-

стей, прикладных умений и навыков, связанных с информационной деятельностью, необходима разработка профильных учебно-методических комплексов, интегрирующих в себе элементы метапредметной образовательной программы и определенных предметных областей. Дополнительные образовательные программы, в основе которых заложены метапредметный и междисциплинарный подходы к формированию информационной культуры школьников, открывают совершенно новые возможности в построении интегративных методик обучения и служат эффективным инструментом формирования составных компонентов информационной культуры личности.

Несмотря на расширение интереса специалистов образовательных учреждений к проблеме формирования информационной культуры детей школьного возраста, существует еще множество нерешенных вопросов, касающихся внедрения разрабатываемых методик и технологий в практическую деятельность педагога. В связи с насыщенностью и интенсивностью учебного процесса наиболее перспективной является организация системной деятельности в области формирования информационной культуры школьников на базе библиотек. В этом отношении особую значимость приобретает создание в общедоступных библиотеках профильных культурно-образовательных площадок, деятельность которых должна быть ориентирована на реализацию соответствующих просветительских программ и выстраивание партнерских отношений с образовательными учреждениями с целью организации комплексной работы в области формирования знаний, умений, навыков и компетенций учащихся, связанных с освоением информационного пространства.

Список источников / References

Артеминко М. А. Медиаграмотность молодежи в контексте интернет-безопасности // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2012. № 10-1. С. 25–37; Arteminko M (2012) Youth media literacy in the context of internet security. *Intellektual'nyi potentsial XXI veka: stupeni poznaniya*, 10-1: 25-37. (In Russ.).

Арутюнов Г. А. Соотношение понятий информационной грамотности и медиаграмотности // Вестник Московского университета МВД России. 2013. № 8. С. 223–225; Arutyunov GA (2013) Correlation of the information literacy and media literacy concepts. *Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii*, 8: 223-225. (In Russ.).

Баных Г. А., Заборова Е. Н., Костина С. Н., Кузьмин А. И., Сиволов Д. Л. Информационная культура жителей Свердловской области: поселенческий и социально-демографический аспекты. Екатеринбург : Изд-во Урал. федер. ун-та, 2016. 222 с. ; Bannykh GA, Zaborova EN, Kostina SN, Kuzmin AI and

Sivovolov DL (2016) *Information culture of Sverdlovsk region residents: settlement and socio-demographic aspects* [Informatsionnaya kul'tura zhitelei Sverdlovskoi oblasti: poselencheskii i social'no-demograficheskii aspekty]. Ekaterinburg. (In Russ.).

Волобуева Л. Н. Информационная культура как предмет философского анализа // Актуальные проблемы философии и политологии. Москва, 2015. С. 4–20 ; Volobueva LN (2015) Information culture as a subject of the philosophical analysis. *Aktual'nye problemy filosofii i politologii*. Moscow, pp. 4-20. (In Russ.).

Вохрышева М. Г. Формирование науки об информационной культуре // Проблемы информационной культуры. Москва ; Магнитогорск, 1997. Вып. 6. С. 48–63 ; Vokhrysheva MG (1997) Formation of the science about information culture. *Problemy informatsionnoi kul'tury*. Moscow, Magnitogorsk, 6, pp. 48-63. (In Russ.).

Гендина Н. И. Информационная грамотность и информационная культура личности: международный и российский подходы к решению

- проблемы // Открытое образование. 2007. № 5. С. 58–69 ; Gendina NI (2007) Information literacy and information culture of the personality: international and Russian approaches to solving the problem. *Otkrytoe obrazovanie*, 5: 58-69. (In Russ.).
- Гендина Н. И. Продвижение идей информационной и медиаграмотности ЮНЕСКО и ИФЛА: обсуждение в столице и регионе // Библиосфера. 2012. № 2. С. 23–26 ; Gendina NI (2012) Promotion of UNESCO and IFLA information and media literacy ideas: discussion in the capital and the region. *Bibliosfera*, 2: 23-26. (In Russ.).
- Елистратова Н. Н. Информационная культура как критерий информатизации высшего образования в современных условиях реформирования // Современные научные исследования и инновации. 2012. № 7 ; Elistratora NN (2012) Information culture as a criterion for Informatization of higher education in modern conditions of reform. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii*, 7. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2012/07/15770> (дата обращения = accessed 12.09.2019). (In Russ.).
- Зиновьева Н. Б. Информационная культура личности: учеб.-метод. пособие. Москва : Либерей-Библинформ, 2007. 176 с. ; Zinov'eva NB (2007) *Personality information culture* [Informatsionnaya kul'tura lichnosti]. Moscow, Libereya-Bibinform. (In Russ.).
- Кавалерчик Т. В. Информационная культура в изучении литературы родного края: итоги научно-исследовательского эксперимента // Культура и наука Дальнего Востока. 2019. № 1. С. 124–131 ; Kavalерchik TB (2019) Information culture in a study of the native land literature: results of the research experiment. *Kul'tura i nauka Dal'nego Vostoka*, 126: 124-131. (In Russ.).
- Кавалерчик Т. В. Формирование информационной культуры личности в условиях конвергентной научной парадигмы и потенциал книжной культуры для развития доступа к знаниям // Берковские чтения 2017. Книжная культура в контексте международных контактов : материалы Междунар. науч. конф., Полоцк, 24–25 мая 2017. Минск ; Москва, 2017. С. 139–145 ; Kavalерchik TB (2017) Personality information culture formation in conditions of the convergent scientific paradigm and the potential of book culture to develop access to knowledge. *Berkovskie chteniya 2017. Knizhnaya kul'tura v kontekste mezhdunarodnykh kontaktov : materialy Mezhdunar. nauch. konf., Polotsk, 24-25 maya 2017*. Minsk, Moscow, pp. 139-145. (In Russ.).
- Косолапова Е. В. Медиаграмотность как актуальная составляющая информационной культуры детей младшего школьного возраста // Научный диалог. 2012. № 1. С. 170–181 ; Kosolapova EV (2012) Media literacy as an actual component of the primary school children information culture. *Nauchnyi dialog*, 1: 170-181. (In Russ.).
- Котляр П. С. Медиаграмотность в условиях развития цифровых технологий // Вестник Вятского государственного университета. 2017. № 8. С. 26–32 ; Kotlyar PS (2017) Media literacy in the development of digital technology. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 8: 26-32. (In Russ.).
- Кравец В. А., Кухаренко В. Н. Формирование информационной культуры // Дистанционное образование. 2000. № 4. С. 35–37 ; Kravets VA and Kukharensko VN (2000) Information culture formation. *Distsionnoe obrazovanie*, 4: 35-37. (In Russ.).
- Лободенко Л. К. Структурно-функциональный анализ информационной культуры личности // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2005. № 1. С. 92–102 ; Lobodenco LK (2005) Structural and functional analysis of the personality information culture. *Vestnik Chelyabinskoi gosudarstvennoi akademii kul'tury i isskustv*, 1: 92-102. (In Russ.).
- Олефир С. В. Медийная и информационная грамотность пользователей библиотек и библиотечных специалистов // Вестник культуры и искусств. 2017. № 4. С. 24–29 ; Olefir SV (2017) Media and information literacy of the librarian users and library specialists. *Vestnik kul'tury i isskustv*, 4: 24-29. (In Russ.).
- Пронина Л. А. Информационная культура как фактор развития информационного общества // Аналитика культурологии. 2008. № 10. С. 75–91 ; Pronina LA (2008) Information culture as a factor of the information society development. *Analitika kul'turologii*, 10: 75-91. (In Russ.).
- Тарасова С. В. «Культурные гнезда» как ценностные ориентиры краеведческой парадигмы информационной культуры // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2014. № 12. С. 106–109 ; Tarasova SV (2014) «Cultural nests» as a value guidelines of the information culture local history paradigm. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*, 12: 106-109. (In Russ.).
- Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. 64 с. ; Fedorov AV (2010) *Glossary of terms on the media education, media pedagogy, media literacy* [Slovar' terminov po mediaobrazovaniyu, mediapedagogike, mediagramotnosti, mediakompetentnosti]. Taganrog, Taganrog State Pedagog. Inst. Publ. (In Russ.).
- Jolls T and Johnsen M (2018) Media literacy: a foundational skill for democracy in the 21st century. *Hastings Law Journal*, 69(5): 1379-1408.



Уважаемые коллеги!

Приглашаем вас принять участие в Международной научно-практической конференции «Наука, технологии и информация в библиотеках (LIBWAY-2020)», которая состоится 14-17 сентября 2020 г. в Новосибирске

Dear colleagues!

It is our pleasure to invite you to the International Scientific-Practical Conference «Science, Technology and Information in Libraries (LIBWAY-2020)». Dates: the Conference will take place in Novosibirsk, on September 14-17, 2020.

Место проведения: Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук, ул. Восход, д.15, Новосибирск

Place: The State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences, Voskhod 15, Novosibirsk, Russia, September 14 – 17, 2020

Организаторы

- Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН)
- Сибирское отделение Российской академии наук
- Новосибирское библиотечное общество
- Новосибирская государственная областная научная библиотека
- Кемеровский государственный институт культуры
- Берлинская государственная библиотека, Германия
- Баварская государственная библиотека, Германия
- Национальная библиотека Австрии
- Национальная научно-техническая библиотека Германии (TIB)
- Центральная научная библиотека им. Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси, Беларусь
- Российская библиотечная ассоциация

Organizers

- State Public Scientific Technological Library of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (SPSL SB RAS), Novosibirsk, Russia
- Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences
- Novosibirsk Library Society
- Novosibirsk State Regional Scientific Library
- Kemerovo State Institute of Culture
- Berlin State Library, Germany
- Bavarian State Library, Germany
- National Library, Austria
- National Scientific Technical Library, Germany (TIB)
- Central Scientific Library named after Yakub Kolas of the National Academy of Sciences, Belarus
- Russian Library Association

Тематика конференции

Научная библиотека в меняющейся коммуникационной среде

Развитие библиотек разных организационно-правовых форм; научный документопоток: цифровая и печатная модели его развития; поддержка научных исследований: новые направления работы и информационное поведение пользователей; патентные исследования; анализ научного направления; библиотечный маркетинг; прогнозирование научно-технического развития; библиотека как средство для развития социальных и интеллектуальных способностей человека.

Современные тенденции развития информационно-библиотечных услуг; автоматизация библиотечных процессов; библиотечные инновации; управление библиотечным пространством и веб-представительствами библиотек; инструменты веб-аналитики в оценке эффективности деятельности библиотек; тренды веб-дизайна и юзабилити библиотечных сайтов.

The Main topics of the conference

Scientific library in a changing communication environment:

Libraries of various organization-legal forms updating; scientific document flow: digital and printed models of its development; research support: new activity orientations and information behavior of users; patent investigations; analysis of research trends; library marketing; scientific and technological development prognoses-making; library as a means to develop social and intellectual abilities of a person.

Modern tendencies of information and library services development; automation of library processes; library innovations; library space and library web-representatives management; instruments of web-analytics in accessing libraries activities' effectiveness; web-design trends and usability of library sites.



Русская и западноевропейская книга в дореволюционной России: изучение и проблемы сохранности

Археография книжных памятников; документальное и книжное наследие русского Средневековья; русская и западноевропейская печатная книга: от истоков до конца XVIII века; мир старообрядческой книги; современные технологии обеспечения сохранности фонда; сохранность и доступность книжного памятника; цифровые библиотеки; особенности хранения документов на различных носителях: теория и практика.

Книжная культура в ретроспективе и современной проблематике

Проблемы обновления методологии книговедческих исследований; исторические закономерности эволюции книжной культуры; инновации в книгоиздании и книгораспространении; книга в медиапространстве: взаимосвязь и взаимозависимость; книга в системе международных культурных и научных коммуникаций; книга в контексте этнических культур народов Сибири и Дальнего Востока; актуальные проблемы изучения читателя и чтения.

Непрерывное профессиональное образование специалистов информационно-библиотечной сферы в эпоху цифровой трансформации: состояние, проблемы, пути развития

Подготовка библиотечных кадров с учетом задач, поставленных национальными и федеральными проектами; кадровый потенциал современной библиотеки; новые векторы в образовательной деятельности для актуализации компетенций библиотекаря; диверсификация путей и возможности реализации дополнительного профессионального образования специалистов библиотечно-информационной сферы; эффективные модели и практики осуществления образовательной деятельности в библиотеках на современном этапе.

Наукометрические исследования, открытая наука

Наукометрические индикаторы и методы оценки результативности науки; наукометрические базы данных и аналитический инструментарий; анализ цитирований; альтметрика; вебометрика; научные политики; наукометрические исследования стран, регионов, дисциплин и журналов; научные коммуникации.

Влияние открытого доступа на видимость научных результатов; инфраструктура открытых исследовательских данных: инструменты и методы управления, хранения и распространения; национальные и международные инициативы в области открытой науки.

Russian and West-European book in pre-revolutionary Russia: research and preservation problems

Archaeography of book rarities; document and book heritage of the Russian Middle Ages; Russian and West-European printed book: from the origin up to the end of the XVIII century; the world of old-believers' book; modern technologies of collections preservation; safe keeping and accessibility of book relics; digital libraries; peculiarities of storing documents on various devices: theory and practice.

Book culture in historical retrospective and modern problematics:

Problems of updating the methodology of book studies; historical patterns of book culture evolution; innovations in book publishing and book distribution; book in the media space: interconnection and interdependence; book in the system of international cultural and scientific communications; book in the context of ethnic cultures of the peoples of Siberia and the Far East; actual problems of studying readers and reading.

Lifelong professional education of specialists of information-library sphere in the epoch of digital transformation: state of affairs, problems, ways of development

Training library professionals with due regard for tasks put by national and federal projects; modern library staff potential; new vectors in educational activities for actualization of librarians' competences; diversification of directions and possibilities to realize supplementary professional training of library and information sphere specialists; effective models and practices of performing educational activity in libraries at the modern stage.

Scientometric studies, Open science

Scientometric indicators and evaluation methods of science effectiveness; scientometric databases and analytical tools; citation analysis; altmetrics; webometrics; science policies; scientometric studies of countries, regions, disciplines and journals, scholarly communications.

Open access influence on visibility of research results; open research data infrastructure: tools and methods of management, storing and dissemination; national and international initiatives in Open science.

Круглый стол: Деятельность библиотеки в контексте молодежных трендов (отечественный и зарубежный опыт) Сопутствующие мероприятия Школа ГПНТБ СО РАН «Библиотека – Профессионалам» Совещание руководителей библиотек СО РАН: Информационно-методическое сопровождение деятельности библиотек	Round table: Library activities in the context of youth trends (native and foreign experience) Attendant arrangements SPSTL SB RAS school “Library – for Professionals” Meeting of SB RAS library network leaders Information-methodical supply for libraries’ activities																
Рабочие языки: русский, английский. Регистрация Для участия в конференции необходимо пройти регистрацию, оплатить организационный взнос и представить тезисы доклада на русском / английском языках на сайте конференции. Тезисы докладов будут изданы до начала конференции. Организационный взнос за участие в конференции составляет 3000 руб. Важные даты <table border="0"> <tr> <td>30 июня</td><td>Окончание регистрации участников конференции с представлением тезисов докладов (500 слов)</td></tr> <tr> <td>10 июля</td><td>Уведомление участников о включении докладов в программу конференции.</td></tr> <tr> <td>30 августа</td><td>Окончание регистрации участников конференции без докладов.</td></tr> <tr> <td>31 октября</td><td>Представление полных текстов докладов для опубликования в научных изданиях объемом 10–12 стр.</td></tr> </table> Издание материалов Доклады, направленные участниками для выступления и публикации, проходят рецензирование. Материалы конференции будут опубликованы в научных журналах «Библиосфера» и «Труды ГПНТБ СО РАН» и размещены в РИНЦ. Координатор программного комитета: Артемьева Елена Борисовна доктор педагогических наук, главный научный сотрудник, зав. отделом научно-исследовательской и методической работы ГПНТБ СО РАН, тел. (383) 266 83 76, artemyeva@spsl.nsc.ru Регистрация участников Лакизо Ирина Геласиевна (383) 266 83 76, lakizo@spsl.nsc.ru, Школа ГПНТБ СО РАН «Библиотека – Профессионалам» Матвеева Наталья Сергеевна (383) 266 95 88, matveeva@spsl.nsc.ru Работа с иностранными участниками Пшеничная Евгения Владимировна (383) 266 28 56, Pshenichnaya@spsl.nsc.ru Сайт конференции: https://www.libway.ru/2020/conference	30 июня	Окончание регистрации участников конференции с представлением тезисов докладов (500 слов)	10 июля	Уведомление участников о включении докладов в программу конференции.	30 августа	Окончание регистрации участников конференции без докладов.	31 октября	Представление полных текстов докладов для опубликования в научных изданиях объемом 10–12 стр.	Working languages: Russian, English Registration To participate in the conference it is necessary to register, pay the registration fee and submit abstracts in Russian/English languages at https://www.libway.ru. Abstracts will be published before the Conference. Conference registration fee is 3000 rubles. General Schedule of the Conference <table border="0"> <tr> <td>June 30, 2020</td><td>Deadline of registration and abstract submission. The submitted abstract should be not less than 500 words.</td></tr> <tr> <td>July 10, 2020</td><td>Acceptance notification</td></tr> <tr> <td>August 30, 2020</td><td>Online registration of participants without reports.</td></tr> <tr> <td>October 31, 2020</td><td>Full papers submission. The requested minimum length of a paper should be 10-12 pages.</td></tr> </table> Conference Proceedings Abstracts and papers will be peer reviewed. The conference proceedings will be published in the journals “Bibiosphere” or “Proceedings of SPSTL SB RAS” and included in Russian science citation index (RSCI). Coordinator of the Program Committee: Artemyeva Elena Borisovna Doctor of Pedagogical Sciences, Chief Researcher, Head of the Department of Scientific-Research and Methodical Work, SPSTL SB RAS, Russia, Novosibirsk, phone (383) 266 83 76, artemyeva@spsl.nsc.ru Registration of participants Lakizo Irina Gelasievna (383) 266 83 76, lakizo@spsl.nsc.ru, SPSTL SB RAS school “Library – for Professionals” Matveeva Natalya Sergeevna (383) 266 28 56, matveeva@spsl.nsc.ru Responsible for work with foreign participants Pshenichnaya Evgeniya Vladimirovna (383) 266 28 56, Pshenichnaya@spsl.nsc.ru Site of the Conference: https://www.libway.ru/2020/conference	June 30, 2020	Deadline of registration and abstract submission. The submitted abstract should be not less than 500 words.	July 10, 2020	Acceptance notification	August 30, 2020	Online registration of participants without reports.	October 31, 2020	Full papers submission. The requested minimum length of a paper should be 10-12 pages.
30 июня	Окончание регистрации участников конференции с представлением тезисов докладов (500 слов)																
10 июля	Уведомление участников о включении докладов в программу конференции.																
30 августа	Окончание регистрации участников конференции без докладов.																
31 октября	Представление полных текстов докладов для опубликования в научных изданиях объемом 10–12 стр.																
June 30, 2020	Deadline of registration and abstract submission. The submitted abstract should be not less than 500 words.																
July 10, 2020	Acceptance notification																
August 30, 2020	Online registration of participants without reports.																
October 31, 2020	Full papers submission. The requested minimum length of a paper should be 10-12 pages.																

Библиосфера

Научный журнал

№ 1 ■ Январь – март ■ 2020

Редакторы *Т. А. Дементьева, Р. К. Суханова, Е. В. Тараканова*
Библиографическое редактирование
Л. А. Мандригина, В. В. Рыкова
Перевод *О. Л. Лаврик*

Формат 60×84/8. Бумага писчая

Учредитель-издатель:

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Государственная публичная научно-техническая библиотека
Сибирского отделения Российской академии наук

Адрес издателя:

630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15

Bibliosphere

Scientific Journal

№ 1 ■ January – March ■ 2020

Корректоры *А. С. Бочкова, Н. Ф. Подопригора*
Компьютерная верстка *У. С. Симонова*
Дизайн *У. С. Симонова*

Печать цифровая. Усл. печ. л. 15,5. Уч.-изд. л. 13,6
Тираж 200 экз. Заказ № 120
Свободная цена

Адрес редакции:

630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15, ГПНТБ СО РАН, к. 304 в.
Тел.: (383) 266-29-89, факс: (383) 266-29-89,
e-mail: lisa@spsl.nsc.ru, <https://www.bibliosphere.ru/jour/index>

Полиграфический участок ГПНТБ СО РАН

630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

В журнале печатаются ранее не публиковавшиеся материалы: оригинальные статьи, содержащие результаты научных исследований и разработок, новейший для страны опыт, аналитические обзоры по актуальным направлениям науки и практики в области библиотековедения и библиографоведения, книговедения, документальной информации и информатики, дискуссионные статьи профильного содержания; оригинальные лекции по новым направлениям обучения в вузах и системе дополнительного профессионального образования, рецензии на монографии, учебники, сборники трудов.

Рукописи проходят двойное слепое рецензирование. Датой поступления статьи в редакцию считается дата получения редакцией окончательного текста. Авторам высылаются только отрицательный отзыв. Основанием к отказу в публикации служат: несоответствие предоставляемого материала тематике и требованиям журнала, отрицательная рецензия.

Объем статьи должен быть логически оправдан и не превышать 0,6 а. л. без учета информативного реферата, аннотации, списка литературы, сведений об авторах. Объем кратких сообщений – 0,2 а. л. текста и 2–3 рисунка или фотографии.

Плата за публикацию статей и других материалов не взимается.

Для заключения договора его необходимо распечатать (http://www.spsl.nsc.ru/download/bibliosfera/dogovor_bibliosfera.pdf), внести свои данные, подписать и отправить по электронной почте: zakaz@spsl.nsc.ru.

Статьи, присланные на английском языке, публикуются на языке оригинала.

Авторский экземпляр журнала «Библиосфера» рассылается по электронной почте в формате PDF и предназначается только для личного использования.

Статью в журнал можно отправить через систему подачи статей на сайте журнала: <http://www.spsl.nsc.ru/professionalam/bibliosfera/>.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

Присланный материал должен содержать: текст статьи, аннотацию (300–500 знаков), УДК и ББК. На русском и английском языках представляются: информативный реферат, ключевые слова, список литературы (см. рекомендации на сайте), подписи к рисункам и названия таблиц.

Автор должен сообщить о себе следующие сведения: ученая степень, ученое звание, ORCID, место работы (полное наименование), должность. Необходимо указать рабочий телефон, e-mail.

В тексте желательно выделять введение, заключение, а основной текст разбивать на подразделы. Приветствуется авторское выделение курсивом и полужирным шрифтом наиболее важных фрагментов текста.

Текст должен быть в формате .doc. Страницы не нумеруются.

Ссылки на цитируемую литературу (или электронные публикации) в списке литературы располагаются в алфавитном порядке и обозначаются в тексте цифрами в квадратных скобках. При цитировании указывается номер страницы (или диапазон страниц). Правила и примеры оформления списка литературы см. на сайте. Цитирование двух или более работ под одним номером, а также одной и той же работы под разными номерами не допускается.

Приветствуются ссылки на статьи из журналов, индексируемых в Scopus и Web of Science.

Статьи, оформленные без соблюдения приведенных правил, редакцией не принимаются.

Подробнее – на сайте журнала: <http://www.spsl.nsc.ru/professionalam/bibliosfera/avtoram/>,

<https://www.bibliosphere.ru/jour>

For more information: <http://www.spsl.nsc.ru/professionalam/bibliosfera/avtoram/>,

<https://www.bibliosphere.ru/jour>