

DOI: 10.15372/HSS20150405
УДК 070.3

И.В. ЛИЗУНОВА

РОССИЙСКАЯ КНИЖНАЯ ИНДУСТРИЯ: ИНТЕРАКТИВ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Ирина Владимировна Лизунова,
д-р ист. наук, ведущий научный сотрудник,
Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН,
РФ, 630200, г. Новосибирск, ул. Восход, 15
e-mail: kniga@spsl.nsc.ru

В статье в рамках технологической модернизации 1990-х гг. – первого десятилетия XXI в. анализируется современный этап институциональных изменений российской книжной индустрии. Институциональные трансформации книжного дела постсоветского двадцатилетия происходили здесь под воздействием внедрения рыночных механизмов хозяйствования и новых информационных технологий. Последние повлияли на становление новой виртуальной коммуникационной среды, базовой составляющей которой являются электронные книжные коммуникации. Рассматриваются крупнейшие платформы обетования специализированных книжных ресурсов в Рунете. Особое внимание уделяется социальным сетям книжной тематики. Определяется значение книжных виртуальных коммуникаций для удовлетворения интеллектуальных, читательских интересов интернет-пользователей и для развития книжной индустрии в целом.

Ключевые слова: технологическая модернизация, институциональные изменения, издательства, интернет-торговля, социальные сети, блоги, порталы, читатели, интернет-пользователи, Рунет.

I.V. LIZUNOVA

RUSSIAN BOOK INDUSTRY: INTERACTION IN VIRTUAL SPACE

Irina V. Lizunova,
Doctor of Historical Sciences, Senior Researcher;
State Public Scientific Technical Library,
15, Voshod str., Novosibirsk, 630200, Russia,
e-mail: knigovod@spsl.nsc.ru

The article aims at understanding the changes associated with modernization of the Russian book industry that not only transformed the institutions, their structure and competitiveness, but also led to the emergence of a new virtual book communication environment.

The author applied the formal-logical and comparative-historical research methods which allowed the identification of causal chains in studying the evolution of electronic resources of the book industry in relation to logic and specificity of publishing business' modernization in Russia at the turn of the XX–XXI centuries. Transformation of data-communication networks contributed to the development of the Russian book industry's digital communication segment.

The emergence and spread of digital media has formed a special communication environment while creating the new forms of social communication: electronic publication - e-book, e-content, social media promoting books etc. Nowadays digitization and convergence of information processes determine the direction and nature of book communication.

In the virtual space book communication has been developed due to the expansion of the Internet audience and emergence of the online sales offices created both by the subjects of book business (publishers, booksellers) and by the online media (non-book) organizations.

Modernization of book industry along with the growing number of Internet users, development of online commerce, decline in book production and traditional book distribution business contribute to the stable growth and development of e-book market in Russia. Publishing houses find new ways of delivering digital content to end users through various sales channels - from their own web-sites, specialized online stores, aggregators of electronic resources to book-related social media and special applications for mobile devices. Following the global digital content market the domestic e-book market also shows steady growth dynamics.

Numerous literature portals, forums, websites and blogs being the new phenomena of the modern book culture and elements of the virtual space allow developing dialogic, interactive, individual and personal relationship with readers, users, and buyers.

Existing book-related social networks provide their users with a full range of options: compiling lists of books they have read; writing reviews; receiving notifications of the new reviews in the editions being monitored; information about new products, advertising, promotion of reading, and more.

All of these books online platforms serve as a specific communication medium for the actors in the book market. Despite the fact that the domestic digital book market is only emerging, electronic publishing and distribution are a promising direction, significantly transforming the modern book industry. A wide range of opportunities for the use of various virtual resources of the book market becomes a real factor of the book industry's integration in the global virtual communication space.

In general, electronic communications of the domestic book industry have become an integral part of the ongoing process of modernization of Russian book industry.

Key words: technological modernization, institutional change, publishing, online commerce, social networks, blogs, portals, readers, Internet users of Runet.

В связи с модернизацией книжной индустрии России на рубеже XX–XXI вв. происходит технологическая трансформация – модификация методов, способов и механизмов процесса производства, тиражирования, распространения и использования издательской продукции; изменение состояния последней, ее свойств, материалов и формы. Кроме того, наблюдаются кардинальные институциональные видоизменения. Технологическая трансформация, а именно бурный рост рынка цифрового контента, приводит к тому, что традиционные печатные рынки претерпевают ключевые видоизменения.

В период формирования рыночных механизмов на рубеже XX–XXI вв. книжное дело как социальная система функционирования подверглось серьезным институциональным трансформациям: были ликвидированы органы государственной цензуры и контроля, осуществлено разгосударствление, проведены приватизация и акционирование материально-технической базы производственных и книготорговых предприятий. Все эти меры создали основу для возникновения новых издающих организаций, каналов распространения книжной продукции, способствовали формированию принципиально иной издательской и книгопроводящей инфраструктуры.

Появление и распространение цифровых носителей информации сформировало особую коммуникационную среду, вызвав к жизни новые формы социальной коммуникации: электронное издание – электронную книгу, электронный контент, социальные сети книжной тематики и др.

В условиях модернизации книжного дела рубежа XX–XXI вв. и глобализации информационных процессов капитальным модификациям подвергаются все явления социокультурной среды и в том числе все институциональные структуры книжной отрасли. Книжная отрасль, столкнувшись с влиянием модифицирующих факторов, переживает реструктуризацию на фоне изменения потребительского поведения [1].

Модернизация российской медиаиндустрии стала определенным вызовом для книгоиздателей, повлияла на изменение стратегии их деятельности в цифровой среде. Помимо выпуска электронного контента, перед издательствами возникли задачи развития новых каналов коммуникации и средств хранения информации. Совершенствование гаджетов (компьютеров, планшетов, e-ридеров, «читалок», мобильных устройств и т. п.), с помощью которых потребляется электронный контент, привело к созданию

новых медиаплатформ, формированию электронного книгоиздания, электронных издательств, росту значения агрегации контента. Первое десятилетие XXI в. демонстрировало рост популярности чтения различных форматов электронных изданий.

Эксперты приходят к единому мнению, что дигитализация и конвергенция информационных процессов определяют сегодня направление и характер книжной коммуникации, которая «в условиях современной действительности напрямую зависит от электронных средств представления и переработки информации» [2, с. 121].

Многочисленные литературные порталы, форумы, сайты и блоги как новое явление в современной книжной культуре, существуя в виртуальном пространстве, позволяют развивать диалогический, интерактивный и индивидуально-личностный характер отношений с читателем, пользователем, покупателем.

Местом обетования специализированных книжных ресурсов в Рунете являются:

– крупнейшие платформы книжной торговли: сайты книжных интернет-магазинов (Озон.ру, Болеро, Co@Libri, Myshop.ru), зачастую объединенные в сети («Читай-город», «Новый книжный» и др.), а также сайты – аналоги действующих книготорговых предприятий (Books.ru, Библион, Библиоглобус, Лабиринт, Топ-книга, Мирс, Британия Миллениум, КапиталЪ, Букинист, Почитай-ка-Скрепка, Экор-книга, Сибверк, Новая книга, Московский дом книги);

– дигитальная территория издательств, связанных с цифровыми сетями книжной дистрибуции (Эксмо, АСТ, Олма Медиа Групп, Рипол Классик, Логос, Питер), а также независимых реально существующих издательств, не входящих в систему продаж в интернет-сети, со своими интернет-магазинами (Буква Статейнова, Сибирское университетское издательство, ИД «Приамурские ведомости») или без них (Тюменский издательский дом, Омское книжное издательство и др.).

– электронные издательства, электронные СМИ (Press.Ykt.Ru, Looktme, The-eBook, газета «Музыстор», литературно-художественный альманах «Звезда Севера»);

– электронные библиотеки (полнотекстовая электронная русская библиотека – Библиотека М. Мошкова, Университетская библиотека онлайн, КнигаФонд, Библио Тех, научная электронная библиотека eLibrary);

– книжные социальные сети и сообщества (LiveLib, ImhoNet, X-Libris, Bookmix, Anobii).

Последние, а именно книжные социальные сети, распространены на сегодня в Рунете довольно широко. Они возникли и существуют, в первую очередь, благодаря активному интересу читателей. Лишь 18 % мегаиздательств с разной степенью предприимчивости используют интернет-площадки крупных социальных сетей, таких как: Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter. В большинстве своем интерес к социальным книжным сетям у книготорговцев пока невысок [3].

Возможности электронной коммуникации через вышеперечисленные основные каналы распространения и продажи электронных изданий свидетельствуют о дополнительных перспективах продвижения е-книги к читателю, стирающих границы и расстояния.

Существующие книжные сайты предоставляют пользователю полный спектр «услуг»: составление списков прочитанных книг, написание рецензий, получение уведомления о новой рецензии по отслеживаемому изданию др. Во многих книжных интернет-сообществах содержатся аннотации, оценки, характеристики книг, отдельные произведения каких-либо авторов. Главное, что отличает книжные социальные сети, – возможность читателям обмениваться мнениями о прочитанных книгах самых разнообразных жанров – и классики, и современной зарубежной и русскоязычной литературы – с другими пользователями, обсуждать книги с интересными собеседниками.

Книжные интернет-сообщества различаются между собою по функциям. Следовательно, их можно классифицировать по следующим группам [4]:

1. Социальные сети в формате микроблогов.

Книжный блог «*Пять страниц о ...*» создан В. Болотиным. Блог о литературе, блог о книгах, книжном дизайне, книжной инфографике, экранизации книг, творчестве писателей, о них самих, социальных сетях, сетературе¹.

Bfeed – микроблог, позволяющий пользователю оперативно получать информацию о книге, написать свое, почитать чужое мнение о прочитанном².

2. Социальные сети для виртуального общения на темы книжности.

Anobii – социальные сети, в которых можно найти лучшие книги на 17 языках. Книжный онлайн-магазин представляет читателю книги, изданные на европейских языках, позволяет знакомиться с новинками литературы. Здесь же можно добавлять комментарии; создавать группы для общения; разыскать источник информации об изданной книге; размещать то, что думают о той или иной книге за рубежом³.

Bookmix – социальная сеть любителей книг (учредитель ООО «ЭмДжи Медиа»). Администрация ре-

сурса выкладывает описания книг, биографии авторов, новости; пользователи пишут рецензии на опубликованные тексты, общаются между собой. Читатели могут комментировать рецензии, рекомендовать книги друзьям, вести блоги, создавать группы для общения и т. д. Ресурс интересен своим книжным флэш-мобом⁴.

3. Социальные сети – книжные полки, площадки для рецензий.

«*Reader – найди, что нового почитать, выложи свой список онлайн*» – интернет-площадка, позволяющая хранить список книг, которые пользователь читал, читает или хочет кому-то порекомендовать. Ресурс дает возможность оценить популярность той или иной книги по количеству читателей, найти единомышленников, экспортировать список книг на другой сайт или блог⁵.

КнигоБлог – социальная сеть об интересных обзорах, отзывах о книгах, книжных новостях. Девиз КнигоБлога: «Мы не поспеем за всеми новостями, поэтому предоставляем себе право обращать внимание только на заинтересовавшие нас новости культуры, литературы, изданий и кино-литературы, это новости книжных интернет-магазинов»⁶.

LiveLib.ru – крупнейшая книжная социальная сеть на русском языке. Здесь можно собрать свою книжную полку, написать рецензию, добавить цитату, оценить все, что только можно, поспорить в комментариях. В рубриках «*Что почитать*» содержится самая большая в Рунете коллекция рецензий, на которой возможно создать тематическую подборку книг, составить биографию любимого писателя, получить рекомендацию, почитать отзывы о книгах, узнать рейтинг лучших книг года или месяца, по мнению самих читателей. «*Дневник читателя онлайн*» – ваша личная библиотека. Она позволяет вспомнить, что вы читали в прошлом году, поведать миру собственное мнение в формате отзыва, рецензии или блога. Рубрика «*Сообщество читателей книг*» – это сервис для общения, на котором рекомендуется найти единомышленников; узнать, какие новинки сегодня на слуху; обсудить классику; пообщаться на любые темы на книжном форуме. Наличие самого большого количества рейтингов, составленных пользователями путем голосования, отличает эту сеть от других⁷.

Социальная сеть *Библа* носит характер авторской социальной сети. На главной странице обращение: Библа – это сервис, помогающий ориентироваться в океане книг и осмысленно с ними работать⁸.

Таким образом, модернизация книжной индустрии, а конкретнее, технологическая трансформа-

¹ Пять страниц о ... URL: <http://www.5pages.net> (дата обращения: 10.10.2014).

² Bfeed. URL: <http://www.breff.ru> (дата обращения: 10.10.2014).

³ Anobii. URL: <http://www.anobii.com/> (дата обращения: 10.10.2014).

⁴ Bookmix. URL: <http://www.bookmix.ru> (дата обращения: 10.10.2014).

⁵ ReaderI. URL: <http://ru.reader2.com/> (дата обращения: 10.10.2014).

⁶ Книгоблог. URL: <http://knigo.ru/> (дата обращения: 10.10.2014).

⁷ Что почитать. URL: <http://www.livelib.ru/> (дата обращения: 10.10.2014).

⁸ Библа. URL: <http://bibla.ru> (дата обращения: 10.10.2014).

ция последних лет привела к возможности создания новой институциональной инфраструктуры – особой виртуальной коммуникационной среды, обеспечивающей диалоговое, интерактивное общение автора, издателя, распространителя, потребителя, читателя в реальном времени и пространстве. Современные читатели – интернет-пользователи могут воспользоваться любыми виртуальными ресурсами: от сайтов интернет-магазинов, издательств и электронных СМИ, до порталов, пропагандирующих книгу и чтение в виде книжных соцсетей, литературных форумов и электронных библиотек для получения интересующей его информации. Все эти книжные онлайн-платформы сегодня являются специфической коммуникационной средой субъектов книжного рынка. При этом необходимо отметить, что именно социальные книжные сети, созданные читателями и существующие в их интересах, способны сформировать новое отношение у интернет-пользователей к чтению, являются особым социальным феноменом современного читателя книг. Само же книжное сетевое пространство сегодня способно четко и ясно ориентировать потребителя в сфере интеллектуальной продукции, становясь, с одной стороны, неотъемлемой частью книжной индустрии, а с другой – реальным фактором последней для интеграции в глобальное медиaprостранство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лизунова И.В. Технологическая модернизация издательского дела как основа интеграции в современное медиaprостранство // Мир науки, культуры, образования. 2014. №5(48). С. 244–247.
2. Книга и книжное дело в России: историко-типологический аспект / науч. ред. Л. А. Мосунова. Киров., 2014. 221 с.
3. Крылова Е.В. Использование социальных сетей в PR-деятельности крупнейших издательств России // Вестник СПбГУ-КИ. 2011. №2 (июнь). С. 111–113.
4. Крылова Е.В. Социальные сети книжной тематики как особая коммуникационная среда для субъектов книжного рынка // XVII Смирдинские чтения. СПб., 2013. Труды СПбГУКИ; том 201. Книжное дело: вчера, сегодня, завтра. С. 131–140.

REFERENCES

1. Lizunova I.V. Technological modernization of publishing industry as a basis for integration into the modern media space. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya*. 2014, no 5 (48), pp. 244–247 (In Russ.)
2. The book and the book business in Russia: historical and typological aspect: the team. monograph / sci. ed. L.A Mosunova. Kirov, 2014, 221 p. (In Russ.)
3. Krylova E.V. The use of social networks in the PR-activity of the largest publishing Houses in Russia. *Vestnik SPbGUKI*. 2011, no 2, pp. 111–113 (In Russ.)
4. Krylova E.V. Book-related social media as a special communication environment for the actors of the book market. *XVII Smirdinskie reading. Proceedings SPbGUKI*. SPb., 2013, vol. 201, book Publishing: yesterday, today and tomorrow. pp. 131–140 (In Russ.)

Статья принята
редакцией 22.10.2015