

РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ:

Лизунова И. В. Медиапространство российского региона: книга, пресса, радио, телевидение, Интернет (на примере Сибири и Дальнего Востока 1991–2011 гг.). Новосибирск: Изд-во СГГА, 2013

Период, начавшийся после распада Советского Союза – идеологические, политические, экономические преобразования, а впоследствии и социокультурная трансформация, – стали основой формирования и становления принципиально новой системы средств массовой информации, издательской системы – многомерной и многоуровневой, основанной на рыночных механизмах функционирования (с. 66).

Исследовав на обширном статистическом материале процессы становления постсоветского издательского дела, автор отмечает изменение территориальной структуры выпуска печатной продукции, издательской системы как Сибири и Дальнего Востока, так и России в целом, и приходит к выводу, что «монополизм центра тормозит, а зачастую и подавляет стабильное функционирование регионального книгоиздания, в т. ч. развитие местных издательств ... книгопроизводство на языках коренных и малочисленных народов России» (с. 41), и «сибирское книгоиздание пребывает в упадке» (с. 88).

Вообще, книжной индустрии (которая в работе выступает ключевым сегментом медиапространства) посвящена отдельная глава монографии. При этом в качестве ее компонентов рассматриваются не только собственно книги, но и газеты и журналы. В целом монографию отличает расширительная, современная, адаптированная под изменившуюся техническую реальность

трактовка «издательского дела», куда автор относит не только издание печатной продукции на различных материальных носителях, но и создание электронных ресурсов, как то сайтов, блогов, компьютерных игр, аудио- и видеoverсий художественных и кинопроизведений и т. д. (с. 32).

В монографии показана сложившаяся в постсоветское двадцатилетие структура издательства и издающих организаций Сибири и Дальнего Востока; определены лидеры, проанализирована динамика, намечены пути дальнейшего развития регионального книгоиздания. Репертуар книжной продукции региона достаточно детализирован, особо отмечены книги для детей и книгоиздание на национальных языках. В работе анализируется многоэтапный процесс реорганизации отрасли, особенности процессов трансформации издательской индустрии Сибири и Дальнего Востока в постсоветское время. Автор отмечает, что эти процессы были связаны с характерными трендами: ликвидацией органов государственного контроля, приватизацией материально-технической базы, демократизацией редакционно-издательских процессов, становлением рыночных основ экономической деятельности, возникновением принципиально иной системы издающих организаций (с. 71). Воспоминания, интервью, другие источники личного происхождения, используемые автором, позволяют читателю понять специфику регионального печатного рынка, побудительные

Беленко В. Е., Симонова Н. Б. Рецензия на книгу: Лизунова И. В. Медиапространство российского региона: книга, пресса, радио, телевидение, Интернет (на примере Сибири и Дальнего Востока 1991–2011 гг.). Новосибирск: Изд-во СГГА, 2013 // *Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология.* 2015. Т. 14, вып. 6. С. 202–204.

мотивы и причины возникновения того или иного издательства, выбора издательской политики, тематики, персон и др. (с. 91–95).

В книге приводится развернутая типология издательств и издающих организаций. Они классифицируются в зависимости от типа выпускаемой продукции, тематики, формы собственности, по административно-территориальному признаку, по масштабу деятельности (с. 72–78). Анализируя издательскую систему Сибири и Дальнего Востока, автор приводит данные о том, что в 2011–2012 гг. в первую десятку крупнейших региональных издательств России вошли два вузовских издательства региона (Тихоокеанский государственный университет и Дальневосточный федеральный университет) (с. 78, 98).

Большое внимание в монографии уделяется изданию книг и периодики на национальных языках, выпуску электронных книг, изданию книг для детей. Исходя из результатов проведенного анализа, автор констатирует, что, во-первых, трансформировалась как модель детского чтения, так и модель информационного поведения детей и подростков, поменялось их отношение ко всему комплексу медиа – книгам, периодике, телевидению, радио, Интернету. Во-вторых, потребности молодежи классики не удовлетворяют ни в кино, ни в телевидении, ни в книгах. Отмечаются проблемы разобщенности детской литературы, телевидения и киноиндустрии, доступности качественного медиаконтента, рассчитанного на дошкольную и подростковую аудиторию. На основании проведенного исследования автор делает аргументированное заключение, что детская книга в региональном медиапространстве играет далеко не главную роль, существенное влияние на детскую и юношескую аудиторию оказывают СМИ, а именно телевидение и Интернет, что не всегда позитивно сказывается на формировании личности подрастающего поколения.

Внедрение новых цифровых технологий в книжную индустрию создало новые условия и перспективы развития уже электронного издательского дела и, как следствие, появление конкуренции между электронным и традиционным книгоизданием. Несмотря на то, что российское электронное издательское дело находится на начальном этапе, но, полагает И. В. Лизунова, реалии ближайшего будущего таковы, что цифро-

вая книга, будь то текстовый или аудиоформат, является единственной сферой, где в современном книгоиздании возможен технологический и коммерческий прорыв.

Как уже отмечалось, рынок периодических изданий рассматривается автором в качестве составной части книжной индустрии («Региональная пресса на рубеже веков» – пятый параграф второй главы «Книжная индустрия Сибири и Дальнего Востока: интеграция в российское медиапространство»). И. В. Лизунова выделяет два периода в развитии газетно-журнального рынка Сибири и Дальнего Востока в постсоветский период. Первый характеризуется, по мнению автора, стабильностью, когда численность изданий этого типа не изменялась принципиально на протяжении целого десятилетия. Второй период, напротив, характеризуется резким ростом числа изданий в 1,5 раза, сопровождающимся таким же стабильным ростом среднеразового тиража (с. 166).

В монографии представлена типологическая структура региональной прессы, как газет, так и журналов. Особенное внимание уделено собственно местным изданиям, выпускаемым в Сибири и на Дальнем Востоке. Более медленные темпы трансформации типологической структуры изданий, формирования новых типологических ниш, по сравнению с европейской частью России, автор аргументировано объясняет сосредоточением издательских комплексов в столицах и региональных центрах, профессиональным «голодом», низкой инвестиционной привлекательностью, слабой развитостью рекламного рынка и системы дистрибуции, невысокой покупательной способностью населения. Однако в перспективе, считает автор, именно региональный рынок сможет обеспечить рост журнального рынка России (с. 178).

В развитии электронного сегмента медиапространства региона автор выделяет такие тенденции, как консолидация и возникновение медиакорпораций в регионах страны. Она проявилась, с одной стороны, в проникновении столичных сетевиков, с другой – в приходе на этот рынок, правда, чуть позже, региональных игроков. Передел медиасобственности, соглашается автор с другими исследователями, на региональном уровне стал наиболее наглядным именно в радиовещании. Автором представлена ха-

рактика телевизионного сегмента регионального медиарынка. Анализ проведен по целому ряду типологических характеристик: форма собственности, способ передачи сигнала, охват и др. На конкретных примерах показан процесс передела рынка электронных масс-медиа как на федеральном, так и на местном уровне, изменившем структуру телевизионного медиaproстранства регионов (с. 286). Однако телевидение, хоть и описывается в третьей главе монографии во всем многообразии его типологических характеристик, все же находится, скорее, на периферии интересов автора.

Что же касается Интернета, то он рассматривается в качестве разрушителя видовых границ СМИ. В монографии большое внимание уделяется истории развития Интернета в нашей стране, при этом в работе практически не представлены региональные интернет-проекты, многие из которых достойны упоминания в рамках темы регионального медиaproстранства. Автор отмечает, что, несмотря на стремительный рост онлайн-СМИ и их явные преимущества перед оффлайн-периодикой, цифровая пресса пока еще не может составить конкуренцию традиционным СМИ. Это связано с тем, полагает И. В. Лизунова, что возможности Интернета как новостного источника используют не более 15 % россиян (автор ссылается на исследование ФОМ: Интернет в России за 2007 г.), а чаще всего к информационным ресурсам виртуального пространства обращается молодое поколение страны в возрасте до 39 лет, доступ в Рунет имеет все-таки ограниченное число людей, а также

немаловажной для многих остается проблема бесплатного доступа к Сети.

В заключение автор приходит к выводу о том, что российская издательская индустрия активно включилась в глобальные информационные процессы. Трансформация медиaproстранства, процесс концентрации, дигитализации и конвергенции масс-медиа, развитие сетевых и спутниковых форм коммуникаций – все это существенно увеличило технические возможности издательско-книготоргово-библиотечного комплекса и СМИ и полностью изменило российский медиаландшафт. Беспрецедентное развитие СМИ, видоизменение всей структуры коммуникативного опыта человечества, актуализирует выявление роли медиaproстранства как канала трансляции духовных ценностей, и как следствие происходящего, особое значение приобретают книжность и печатное слово во всеобъемлющем медийном пространстве – открытой интеллектуальной территории культурного взаимодействия.

Книга адресована историкам, книговедам, социологам, культурологам, экономистам, преподавателям, аспирантам и студентам гуманитарно-экономических факультетов вузов, работникам СМИ.

*В. Е. Беленко,
кандидат философских наук*

*Н. Б. Симонова,
кандидат исторических наук*