

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФГБОУ ВО «УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ
КАФЕДРА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА И КНИГОВЕДЕНИЯ



ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО В РЕГИОНАХ РОССИИ: ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

Сборник научных статей по итогам
II Всероссийской заочной научной конференции
18 апреля 2017 г.



Ижевск
2017

ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО
В РЕГИОНАХ РОССИИ:
ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ

Сборник научных статей

УДК 655(082)
ББК 76.17я43
И 362

Редакционная коллегия: Ерохин А. В., доктор филологических наук, профессор кафедры издательского дела и книговедения УдГУ,
Бородулина С. Ф., кандидат исторических наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения УдГУ,
Меншатова О. В., кандидат исторических наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения УдГУ

И 362 Издательское дело в регионах России: традиции и новации : сборник научных статей по итогам II Всерос. заоч. науч. конф., 18 апр. 2017 г./ Под. ред. А. В. Ерохина, С. Ф. Бородулиной, О. В. Меншатовой. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2017. – 140 с.

ISBN 978-5-4312-0534-7

Сборник научных статей «Издательское дело в регионах России: традиции и новации» включает работы преподавателей российских вузов и магистрантов направления «Издательское дело». Представлены работы из Воронежского государственного университета, Таврической академии ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь), Тверского государственного университета, Томского государственного университета и Удмуртского государственного университета, посвященные широкому кругу насущных вопросов издательского дела и редактирования: проблемам российского печатного и электронного книгоиздания, современному литературному процессу в регионах России, истории и актуальному состоянию электронных и печатных средств массовой информации, новым явлениям в библиотечном деле.

Сборник имеет теоретическое и практическое значение и может быть использован как в редакционно-издательской практике, так и в научно-педагогической деятельности высшей школы.

УДК 655(082)
ББК 76.17я43

ISBN 978-5-4312-0534-7 © ФГБОУ ВО «Удмуртский государственный университет», 2017
© Авторы статей, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

От редакции	5
Раздел I. Книгоиздание: печатная и электронная книга	9
<i>Злобина А. Г.</i>	
Инновационные виды бумаги	10
<i>Злобина А. Г.</i>	
Инновационные решения в области допечатной, печатной и постпечатной обработки книжных изданий	17
<i>Савченко Л. В., Шум О. Ю.</i>	
Актуализация принципов редакторской оценки изданий детской научно-популярной литературы	25
<i>Степанова И. О.</i>	
Проблемы реорганизации ведомственного издательства	34
<i>Токарева Н. В.</i>	
Книжное дело в Воронеже: основные участники, значимые проекты	38
<i>Хафизова М. М.</i>	
Выпуск краеведческой литературы в Удмуртии в 1990–2000 годы	45
Раздел II. Современный литературный процесс и издательское дело в регионах России	51
<i>Ерохин А. В., Ерохин К. А.</i>	
Альтернативная история Второй мировой войны в современной литературе России	52
<i>Ершова О. А.</i>	
Особенности стратегии продвижения книжных серий массовой художественной направленности.	62
<i>Лосева Н. В.</i>	
Особенности редакционной подготовки собрания сочинений Юрия Красавина (критический анализ).	69
<i>Николаева С. Ю.</i>	
Авторский поэтический сборник в современном литературном и издательском процессе (на материале Тверского региона)	77

<i>Редькин В. А.</i>	
Тверская поэзия начала XXI века	84
<i>Ускова Т. Ф.</i>	
Воронежское Центральное-Чернозёмное книжное издательство: забытые имена (Е. Титаренко)	91
Раздел III. Электронные и печатные СМИ	99
<i>Гаврина И. С.</i>	
Краеведение и туризм Удмуртской Республики в сети Интернет	100
<i>Злобина Е. Г.</i>	
Факторы эффективности сетевых периодических изданий по искусству	107
<i>Старкова Г. И.</i>	
Вклад советской детско-юношеской прессы в эстетическое развитие школьников Удмуртии	115
Раздел IV. Книга. Читатель. Библиотека.	121
<i>Сунцова О. С.</i>	
Национальная библиотека Удмуртской Республики как одна из составляющих культурного пространства региона	122
<i>Шквырина А. В.</i>	
Электронно-библиотечные системы в образовательном процессе	129
Информация об авторах	138

УДК 316.776.3

Е. Г. Злобина

Ижевск, Удмуртский государственный университет

Научный руководитель – д. филол. н., профессор А. В. Ерохин

topaz_ekaterina@mail.ru

**ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕТЕВЫХ ПЕРИОДИЧЕСКИХ
ИЗДАНИЙ ПО ИСКУССТВУ**

E. G. Zlobina

Izhevsk, Udmurt State University

EFFICIENCY FACTORS FOR NETWORK-PERIODICALS ON ART

Аннотация: В статье изучены факторы успешного функционирования и развития сетевых периодических изданий, посвящённых темам искусства, дизайна и культуры. Выделены и проанализированы группы внешних и внутренних факторов, влияющих на конечную эффективность работы онлайн-изданий.

Abstract: In the article studied the factors of successful functioning and development of network-periodicals, devoted to the topics of art, design and culture. The paper also singles out and analyzes two groups of external and internal factors which influence the final efficiency of online publications.

Ключевые слова: факторы эффективности, внешние факторы, внутренние факторы, сетевое издание, конечная эффективность.

Key words: efficiency factors, external factors, internal factors, network-periodical, online-periodical, internet-periodical, media, ultimate effectiveness, competitiveness, publishing.

Интернет охватывает все более-менее значимые события, проблемы и настроения в современном мире, во многом формируя общественное мнение,

задавая тон развитию массовой культуры. Поэтому, несомненно, важную роль в процессе формирования общественного интеллектуального уровня, эстетического восприятия, художественного вкуса и этических норм играют периодические сетевые издания, посвящённые темам искусства, дизайна и культуры.

Такие специализированные сетевые издания становятся источником оригинальных авторских публикаций и информируют читателей о различных событиях в области искусства и культуры (театра, кино, музыки, танца, архитектуры, изобразительного искусства и др.). Отличительной чертой сетевых изданий является то, что материалы могут поступать в режиме реального времени из различных источников, дополняя сведения, демонстрируя полярность мнений, призывая к диалогу, дискуссии, тем самым вызывая живой отклик у пользователей Сети [4].

На данный момент происходит активное количественное увеличение и качественное развитие периодических сетевых изданий. Появляются новые интернет-технологии, увеличиваются возможности развития и влияния интернет-индустрии, ежегодно возрастает количество пользователей Сети. Соответственно, между сетевыми изданиями кратно возросла конкуренция за число потенциальных и реальных читателей. Поэтому назрела проблема повышения эффективности функционирования онлайн-издания для повышения его конкурентоспособности, востребованности на рынке периодических сетевых изданий и дальнейшей успешной работы.

Чтобы решить эту проблему, необходимо выявить и изучить все группы факторов, которые оказывают влияние на конечную эффективность деятельности сетевого издания. Эти факторы можно подразделить на две группы: внешние и внутренние [2]. К первой группе относят экономический, правовой и социально-культурный факторы.

Экономический фактор следует оценивать с трёх сторон: общее состояние внутренней экономики страны, мониторинг рынка сетевых

и печатных периодических изданий, а также оценка рисков и перспектив развития сетевых изданий в качестве выгодного бизнеса. Все три пункта необходимо рассматривать в едином контексте для выявления полного анализа текущей экономической ситуации.

Общэкономический и валютно-финансовый кризис в стране вызвал возрастание себестоимости на печатную продукцию из-за резкого подорожания закупочной цены на бумагу и другие полиграфические материалы [3]. Таким образом, состояние внутренней экономики страны оказывает непосредственное влияние на формирование положения дел на рынке печатной продукции. В данный момент печатные периодические издания переживают очередной кризис (усугублённый, помимо экономического, ещё и правовым фактором), что нельзя сказать о сетевых изданиях. Благодаря сложившимся обстоятельствам на рынке печатной периодики увеличилась востребованность в сетевой периодике, так как люди всегда испытывают потребность в получении необходимой информации. Исходя из вышеперечисленных сведений, можно сделать вывод, что сетевые периодические издания становятся всё более популярными, а значит и перспективными.

Кроме того, создание и поддержка сетевого издания относительно недорого. После выполнения единоразовой работы веб-дизайнера по разработке дизайна внешнего вида сайта и его внедрения на сервер, для постоянной работы небольшого онлайн-издания достаточно наличие одного-двух компьютеров и трёх специалистов: мастера по SEO продвижению сайта, автора и редактора, отвечающих за информационную составляющую.

Доходы сетевого периодического издания включают в себя три составляющие:

- 1) прибыль от размещения рекламы;
- 2) средства непосредственно от продажи информации – платного доступа к публикациям и архивам;

3) специализированные сервисы и предложения, предполагающие дополнительную оплату.

Реклама на сайте увеличивает эффективность рекламных кампаний и, соответственно, прибыль сетевых изданий, однако чрезмерное перенасыщение рекламой даёт обратный результат [2]. Тем не менее реклама была и остаётся наиболее действенным способом получения прибыли для сетевого издания.

Доступ к своим архивам продают многие интернет-издания. Однако далеко не за все архивные данные пользователи готовы платить. Как правило, это информация с узкотематическим содержанием, связанная с научными открытиями и публикациями, коммерческой деятельностью и финансами, либо профессиональной информацией, востребованной квалифицированными специалистами и мастерами [2].

В целом можно смело сказать, что это достаточно выгодный бизнес, в отличие от печатного аналога, не требующий больших финансовых вложений с минимальным количеством рисков.

Правовой фактор следует рассматривать с точки зрения существующего законодательства как для печатных, так и для сетевых изданий, а также их влияния друг на друга.

Федеральный закон от 14.10.2014 № 305-ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации»», ограничивающий объём доли иностранного капитала в бизнесе российских СМИ в 20%, спровоцировал закрытие ряда печатных изданий и существенные перестройки в остальных. Практически все печатные издания понесли финансовые потери разной степени [3].

Что касается правового регулирования действий интернет-изданий, то в этой области отсутствует ряд чётких юридических норм, регулирующих взаимоотношения различного уровня в сетевом пространстве.

Согласно закону РФ «О средствах массовой информации» от 15 июля 2016 г., «под сетевым изданием понимается сайт в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», зарегистрированный в качестве средства массовой информации в соответствии с настоящим Законом» [«О средствах массовой информации»].

Однако, в силу неконтролируемости и открытости интернета трудно определить точное количество сетевых изданий. Многие возникают и исчезают ежедневно. И закон о добровольной регистрации сетевых изданий в качестве СМИ неспособен в полной мере контролировать этот процесс. Разумеется, интернет-издания, незарегистрированные как СМИ, не могут считаться таковыми, однако это не мешает им успешно работать в данной сфере в качестве веб-ресурса и никак не сказывается на количестве пользователей и подписчиков, особенно если это любительский сайт.

И на данном этапе правовой фактор напрямую пересекается с социально-культурным: многие «любители» работают на достаточно высоком профессиональном уровне в силу того, что большинство сетевых изданий первоначально были любительскими, в то время как профессиональные специалисты только начинают знакомство со спецификой работы в Сети, поскольку первоначально были ориентированы на печатные издания [4]. Поэтому появились любители-профессионалы и профессионалы-новички. Разумеется, за последние пару-тройку лет ситуация несколько выравнилась благодаря молодым дипломированным специалистам, получившим соответствующие навыки, ориентированные под реалии Сети: веб-редакторы, веб-журналисты, веб-корректоры и др. Однако пока их количество недостаточно. Особенно в соотношении с увеличивающимся количеством пользователей Сети и востребованности онлайн-изданий. По данным компании Mediascope, аудитория русского сегмента Сети за год увеличилась на 2%, а в октябре 2016 — марте 2017 года достигла

87 млн человек, что составило 71% от всего населения страны [1]. Мировое сообщество меняется. В XXI веке реальность такова, что если о человеке нет информации в Сети, то он словно не существует для мира, по крайней мере для большей его части. Сетевая культура (культура взаимодействия, общения и обмена информацией между пользователями в интернете) – неотъемлемая часть новых ценностей современного общества, в том числе и в России [5].

Ко второй группе относят визуальный, содержательный, технический и аудиторный факторы.

Визуальный фактор имеет огромное значение в работе сетевого издания. Дизайн меню и главной страницы является визитной карточкой сетевого издания, так как это первое, что увидит пользователь, впервые посетив сайт. От того, какое первое впечатление произведёт на потенциального читателя внешний вид периодического издания, зависит, станет ли он читателем реальным. Стилистические, композиционные и цветовые решения должны оказывать положительное психологическое воздействие, не вызывая отрицательных эмоций у пользователей. Очень многие перспективные сетевые издания «прогорели» из-за агрессивного дизайна, который вызывал отторжение у пользователей на подсознательном уровне.

Содержательный фактор является не менее значимым. Конечно, яркая красивая графическая составляющая – первое, что привлекает внимание пользователей, но если содержание не соответствует внешнему виду, то интерес быстро пропадёт, и второй раз пользователь просто проигнорирует такой сайт. Поэтому для сетевого издания крайне важно наличие грамотно подобранного и интересно поданного материала. В первую очередь оригинальные авторские статьи, и только во вторую ленту новостей и событий. По этой причине высокий профессиональный уровень ав-

торов, журналистов, редакторов и корректоров является гарантией постоянного неослабевающего интереса пользователей к веб-ресурсу. Умение грамотно писать, анализировать информацию, знать специфику работы в Сети, без труда применять приёмы сетевого жанра, свободно использовать технические возможности Сети (почта, поисковики, каталоги и пр.) – лишь малая часть тех навыков, которыми должен обладать специалист, ориентированный на работу в онлайн-издании [4].

Технический фактор определяет состояние технических средств, необходимых для поддержания ежедневной работы интернет-издания. Техническое оборудование, его качественное и своевременное обслуживание, бесперебойный доступ к интернету, моментальная обратная связь – всё это имеет огромное влияние на оперативность работы онлайн-издания и, соответственно, на уровень его конкурентоспособности.

И визуальный, и содержательный, и технический факторы во многом подконтрольны аудиторному фактору, так как и дизайн, и текст, и сервис должны соответствовать запросам и ожиданиям той целевой аудитории, на которую ориентировано само сетевое издание. Фактически целевая аудитория — это основа всего. Именно с определения сегмента целевой аудитории, её сильных и слабых сторон, финансового положения, ценностей и приоритетов, потребительских требований и стандартов формируется стратегия любого успешного бизнеса, и сетевые издания в данном случае не исключение. Успешное продвижение, заинтересованность и одобрение пользователей – первоприоритетная задача.

Таким образом, перед созданием периодического сетевого издания, посвящённого темам искусства, и его продвижением до уровня одного из самых популярных и востребованных на рынке сетевой периодики необходимо уделить большое внимание каждому фактору эффективности. Это позволит не только получить полную и достоверную картину

процессов, определяющих успешность того или иного сетевого издания, но также избежать целого ряда ошибок и проблем, возникающих в ходе продвижения собственного онлайн-издания.

Список источников и литературы

1. Аудитория пользователей интернета в России в 2017 году составила 87 млн человек [Электронный ресурс] // РИФ+КИБ. – 2017. – Режим доступа: <http://2017.russianinternetforum.ru/news/1298> (20. 08.2017).

2. Батманова С. Г. Сетевые СМИ: факторы эффективности [Электронный ресурс]// Автореферат дисс. на соискание уч. ст. кандидата филолог. наук. – Воронеж, 2004. – 22 с. – Режим доступа: <http://search.rsl.ru/ru/record/01002768554> (20.08.2017).

3. Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад / под ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016. – 128 с.

4. Сагдулаев К. К. Арт-журналистика в глобальном информационном пространстве [Электронный ресурс] // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. – 2014. – №3. – С. 13-17. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-zhurnalistika-v-globalnom-informatsionnom-prostranstve> (20.08.2017).

5. Суханов В. В. Сетевая культура – неотъемлемая часть новых ценностей гражданского общества [Электронный ресурс] // Современные исследования социальных проблем. – 2014. – №3. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/setevaya-kultura-neotemlemaya-chast-novyh-tsennostey-grazhdanskogo-obschestva> (20.08.2017).

Информация об авторах

Гаврина Ирина Сергеевна, магистрант 1 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Ерохин Александр Владимирович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой издательского дела и книговедения Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Ерохин Константин Александрович, магистрант 2 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Ершова Олеся Александровна, магистрант 1 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Злобина Анастасия Григорьевна, магистрант 2 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Злобина Екатерина Григорьевна, магистрант 2 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Лосева Наталья Вениаминовна, ассистент кафедры филологических основ издательского дела и литературного творчества Тверского государственного университета (г. Тверь).

Николаева Светлана Юрьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры филологических основ издательского дела и литературного творчества Тверского государственного университета (г. Тверь).

Редькин Валерий Александрович, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой филологических основ издательского дела и литературного творчества Тверского государственного университета (г. Тверь).

Савченко Любовь Васильевна, доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь).

Старкова Галина Ивановна, доцент, кандидат филологических наук, доцент кафедры издательского дела и книговедения Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Степанова Ирина Олеговна, НИ Томский государственный университет (г. Томск).

Сунцова Ольга Сергеевна, магистрант 2 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Токарева Наталья Владимировна, преподаватель кафедры издательского дела филологического факультета Воронежского государственного университета (г. Воронеж).

Ускова Татьяна Фёдоровна, преподаватель кафедры издательского дела филологического факультета Воронежского государственного университета (г. Воронеж).

Хафизова Мария Маратовна, магистрант 2 курса по направлению подготовки «Управление современным издательским процессом» Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Шквырина Анжелика Вячеславовна, доцент кафедры издательского дела и книговедения Удмуртского государственного университета (г. Ижевск).

Шум Ольга Юрьевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и издательского дела факультета информационно-полиграфических технологий Таврической академии ФГАОУ ВО «КФУ имени В. И. Вернадского» (г. Симферополь).