МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Филологический факультет

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ И ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Сборник материалов VII (XXI)
Международной научно-практической конференции
молодых учёных
(16–18 апреля 2020 г.)

Выпуск 21

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2020

Дж.Д. Сэлинджера. Они были опубликованы нелегальным путем, и люди могут прочитать их в мировой сети даже в переводах на родной язык. Но издательская проблема так и не решена: хотя эти произведения и увидел весь мир, официально их как будто не существует. Электронные библиотеки, размещая «Три истории», фактически занимаются пиратством. В итоге каждый сам выбирает: либо читать нелегально опубликованную версию, либо дожидаться января 2060 года.

Литература

1. «Три рассказа» Сэлинджера // Дистопия : сайт. URL: <https://dystopia.me/three-stories> (дата обращения: 12.04.2020).
2. Три неизданных рассказа Сэлинджера появились в Сети // Лента.ру : интернет-газета. URL: <https://lenta.ru/news/2013/11/28/salinger/> (дата обращения: 12.04.2020).
3. Славенски К. Идя через рожд. М. : КоЛибри, Азбука-Аттикус, 2012. 494 с.
4. О сервисе // КнигоГид. URL: <https://knigogid.ru/about> (дата обращения: 14.04.2020).

DOI: 10.17223/978-5-94621-901-3-2020-123

ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕГРАЦИИ КНИЖНОЙ КУЛЬТУРЫ В ОНЛАЙН-СМИ

Болдырева Е.С.

Томский государственный университет, студент

TOOLS FOR INTEGRATING BOOK CULTURE INTO ONLINE MEDIA

Boldyreva E.S.

Tomsk State University, student

В статье предлагается анализ поисковой деятельности пользователей сети Интернет по новостной выборке в отношении некоторых субъектов книжной культуры с помощью сервиса Google Trends. Наиболее подробно представлен анализ новостных сообщений за 2019 г. по категории «книга», сформулированы инструменты ее интеграции в онлайн-СМИ.

Ключевые слова: книжная культура, онлайн-СМИ, интеграция.

This article is dedicated to an analysis of the search activity of Internet users about certain subjects of book culture by the Google Trends service. New reports in the «book» category issued during 2019 are examined and tools for integrating book culture into online media are presented.

Key words: book culture, online media, integration.

Научный руководитель: И.А. Айзикова, д-р филол. наук, профессор ТГУ.

Инструменты интеграции книжной культуры в онлайн-СМИ – один из важнейших аспектов вопроса о роли и потенциале интернет-пространства в развитии книжной культуры, который продиктован возрастающим количеством технологических и медийных средств, скоростью охвата ими все большей аудитории и их интеграцией во все сферы жизни общества. Сегодня можно говорить о том, что порожденная процессами медиатизации медиасреда, субъектом которой является книжная культура, – это уже наша реальность, обусловленная развитием информационной индустрии.

Для определения отношений между интернет-СМИ и книжной культурой нами была проанализирована поисковая деятельность пользователей интернета по новостной выборке в отношении некоторых субъектов книжной культуры с помощью сервиса Google Trends. Такой подход дает возможность проследить динамику пользовательского интереса к книжной культуре и к отдельным ее субъектам. Предметами наблюдения были выбраны следующие субъекты книжной культуры: «книга», «автор», «издательство», «книжный магазин», «библиотека». Данные поиска указаны по России за последние 5 лет (2015–2020 гг.) на рис. 1.

Рис. 1. Динамика интереса к книжной культуре

Числа на графике отражают уровень интереса к теме – сервис рассчитывает пик популярности запроса для определенного периода времени и присваивает ей максимальное значение (100 баллов), а все остальные периоды отсчитываются относительно этого момента. Таким образом, уровень интереса к категории «книга» в среднем 44 балла из 100, к «автору» – 20, «библиотеке» – 13, «издательству» – 4, «книжному магазину» – 2. Расстановка баллов свидетельствует о том, что именно

книга как объект двустороннего интереса (как со стороны СМИ, так и со стороны интернет-пользователей) является доминирующей категорией в отношениях между интернет-пространством и книжной культурой.

Мы проанализировали новостные сообщения за 2019 г. по категории «книга», так как в это время наблюдался наивысший интерес со стороны пользователей, т. е. 100 баллов. Обзор статей показал, что в целом СМИ пользуются ограниченным набором инструментов для отражения книжной культуры. Основной массив новостных сообщений приурочен к выходу новой книги, имеющей социокультурную значимость или написанной известным автором. Такой практики придерживаются как столичные, так и региональные СМИ. Например, регулярную колонку о выходе новых книг ведут «Российская газета», «Россия Forbes», «Афиша Daily», РИА Новости, в том числе отдельных субъектов, «Meduza» и др.

Также популярностью пользуются книжные тематические списки. Подобные новостные сообщения могут отвечать тематике журнала (например, регулярная подборка книг интернет-издания «vs.ru» о бизнесе), быть в подборке рекомендованных книг от известной личности (например, подборка книг, рекомендованная нобелевским лауреатом Даниэлем Канеманом в журнале «Ис. Россия»), а также иные вариации топ-списков. Подобной практики придерживаются в основном столичные интернет-СМИ, что обусловлено большой концентрацией специализированных порталов и большими возможностями для сотрудничества с медийными людьми.

Регулярно освещаются в столичных и региональных СМИ книжные мероприятия: конкурсы, фестивали, выставки и др. Освещение Всероссийских конкурсов регулярно входит в категорию «Топ». Это означает, что новость появляется во многих интернет-источниках (напр., премия «Большая книга – 2019» освещалась онлайн в газетах «Коммерсантъ», «Российская газета», информационных агентствах ТАСС, Интерфакс, интернет-изданиях «Meduza», «Lenta.ru», онлайн-версии телеканала «Культура» и др.).

Также отметим менее популярные формы освещения книжной культуры в СМИ. Среди них книжный обзор и рецензии (подробное описание издания, в котором приводятся цитаты из книги, иллюстрации, плюсы и минусы издания, рекомендации читателю (например, обзор книги Гарри Дж. Фридмана «Нет, спасибо, я просто смотрю» от интернет-издания «vs.ru»). Не самыми востребованными являются и аналитические статьи по вопросам продаж книжного рынка, места электронной книги среди читательских

предпочтений и др. (например, анализ продаж книг через интернет от газеты «Ведомости»). В этот ряд встают статьи, посвященные сравнению книг и фильмов, снятых по их мотивам. В отличие от обзора фильма по книге такая публикация чаще всего направлена на стимулирование обращения к первоисточнику (например, статья в интернет-журнале «Россия Forbes» «"Книга лучше": почему Донна Тартт прокляла экранизацию "Щегла" – и правильно сделала»). К менее популярным формам освещения книжной культуры в СМИ, хотя и входящим в категорию «Топ» можно отнести и «скандальные новости», вызывающие социальный резонанс, связанный с личностью автора и/или общим посылом книги (например, книга Алекса Лесли о Насте Рыбке обсуждалась в многочисленных интернет-СМИ). Еще менее востребованы новости из области редких и старых книг (проблемы поиска, оцифровки, коллекционирования – так, «Российская газета» публикует новость об оцифровке волгоградской библиотекой 430-летней книги «Триодь постная»). Навевные тенденциями информационного общества актуальные вопросы книжной культуры, культуры чтения, места книги в современном мире также мало популярны в СМИ (например, онлайн-телеканал «Дождь» рассказывает о том, как книга влияет на психологию читающего).

Стоит отметить отдельно два момента: 1) не книжные проекты, в названиях которых есть слово «книга», в плане рассматриваемой проблемы характеризуются тем, что вносят значительный процент ошибки в статистику пользовательского интереса (пик популярности поискового запроса «книга» (конец января – начало февраля 2019 г.) пришелся на выход фильма «Зеленая книга»); и 2) новостные публикации о книгах, вошедших в топ, всегда освещаются региональными СМИ как местные достижения (например, информационное агентство «Удмуртия» сообщает о том, что книга «Удмурты: тайна тамги» оказалась в числе лучших изданий России).

Таким образом, анализ статей онлайн-СМИ показал, что именно книга как объект книжной культуры представляет наибольший, хотя и иерархический, интерес как для СМИ, так и для интернет-пользователей, она имеет множество форм ее представления и в столичных, и в региональных онлайн-медиа.