

6. Рейтинг лучших книг 2012 по версии bukabench.com // Режим доступа: <http://bukabench.com/books-collections/collection/?id=98>

7. Рейтинг «Forbes». Литература non-fiction // Режим доступа: <http://www.forbes.ru/stil-zhizni-slideshow/pokupki/231087-10-glavnyh-non-fikshn-knig-2012-goda-po-versii-rossiyan/slideshow/1>

8. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / Под общ. ред. В. В. Григорьева. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2012.

## **ЭЛЕКТРОННЫЕ ВЕРСИИ ЖУРНАЛОВ НА СОВРЕМЕННОМ МЕДИАРЫНКЕ**

**Давлетова В. Р.**

Научный руководитель: Косицин А.А., ассистент

Современный информационный (медиа) рынок России, возникший в 90-е годы прошлого века, весьма динамично развивается. Его субъектами выступают различные СМИ, компании, управляющие медийными активами, население как основной потребитель информационных услуг и государство. Российский рынок СМИ проявляет устойчивую тенденцию к росту. Рост обусловлен рядом факторов, и среди них – устойчивый экономический рост в России, рост уровня жизни значительной части населения и, соответственно, платёжеспособного спроса на различные товары и услуги.

Медиа-рынок России делится на несколько сегментов – телевизионный рынок, радиорынок, рынок печатной продукции и формирующийся рынок интернет-СМИ.

Особенностью отечественного медийного рынка является высокая степень присутствия государства.

Сегодня государство фактически доминирует на телевизионном рынке, контролируя два основных телевизионных канала, которые смотрит всё население страны.

Наряду с телевизионным рынком динамично развивается радиорынок. Радиостанции становятся всё более специализирован-

ными, ориентирующимися на определённую аудиторию, что обусловлено растущей конкуренцией. Растёт объём рекламы на радио.

Значительный сегмент современного российского медиарынка составляет рынок печатной продукции.

На рынке печатной продукции, так же как на телевизионном и радиорынке, наблюдается тенденция к концентрации. Происходит консолидация печатных СМИ, поглощаемых крупными издательскими домами и холдингами.

Крупные компании распространяют своё влияние на регионы, где выпускаются региональные приложения к центральным изданиям. Если рассматривать российский рынок печатных СМИ в территориальном аспекте, то на долю местных газет приходится 32,9% общего тиража, общероссийских – 34,8%, региональных – 32,3%. При этом местные и региональные издания часто находятся в сильной экономической и административной зависимости от местных властей и менее эффективны для бизнеса, чем общероссийские издания.

Всё более широкое распространение интернета в России способствует развитию интернет-СМИ.

С момента приобретения интернетом функций универсального общедоступного средства информации появилась возможность массового появления еще одного вида информационных систем - сетевых электронных журналов, так называемых онлайн-журналов. Всего несколько лет понадобилось, чтобы большинство журналов обзавелось своей электронной репликой, возникли оригинальные электронные книги, каталоги, буклеты и журналы.

В настоящее время четко определилось несколько принципиально различных типов электронных изданий, которые предоставляют авторам и читателям достаточно разнообразный спектр услуг, вполне способный к конкуренции с классическими бумажными изданиями. Как правило, они бывают трех основных видов:

- *параллельные* (электронные версии традиционных печатных изданий). Параллельные электронные журналы представляют электронную версию существующих печатных изданий. Наиболее рас-

пространенная форма существующих печатных изданий;  
- *оригинальные* (издаваемые только в электронной форме).  
Оригинальные электронные журналы часто организованы лучше, чем печатные (большой объем, форма представления, оперативность издания, поиск, учебная и справочная служба, использование мультимедиа и т.п.). Каждый из таких журналов имеет характерные черты, не всегда приемлемые для бумаги.

В настоящее время деятельность интернет-редакций не систематизирована, не изучен опыт, накопленный за годы их существования. Издания создаются (и выпускаются) интуитивным путем, по аналогии с успешными зарубежными или российскими проектами.

Чтобы провести комплексное исследование феномена онлайн-журнала, необходимо определить основные принципы его создания и редактирования. Для реализации этой цели мы поставили перед собой ряд задач:

- 1) дать основные типологические характеристики онлайн-журнала: периодичность, целевое назначение, читательский адрес;
- 2) определить содержание, оформление и удобство исполнения
- 3) проанализировать структуру интернет-журнала и способы организации публикаций в нем;
- 4) разработать основные принципы подготовки интернет-журнала к изданию.

Рассмотрим решение данных задач на примере онлайн-версии журнала «Русский репортёр». При выборе журнала мы руководствовались определёнными критериями отбора, которые помогли нам установить границы исследования. Первый критерий отбора – язык издания. Нас интересуют журналы на русском языке. Вторым критерий отбора – оригинальность или параллельность онлайн-журнала. В данном случае, мы выбрали параллельный вид издания для более глубоко изучения редакторского аспекта анализа.

Поэтапно решая ряд задач, поставленных выше, мы выявили ряд достоинств и недостатков онлайн версии журнала «Русский репортёр». К достоинствам можно отнести:

Усиление двунаправленной связи редакции с читателем;

Расширение функциональных обязанностей редактора (работа в роли автора аннотаций к материалам, отбор и подготовка иллюстраций, оформление гипертекстовых связей, организация рекламы, создание дополнительных сервисов для читателей и др.).

К недостаткам, пожалуй, можно отнести только:

Условия восприятия текста с экрана монитора (высокая утомляемость глаз) требуют особой композиции расположения материала. Оптимальными для восприятия оказываются тексты, разбитые па тематические блоки с подзаголовками, а также снабженные различными гипертекстовыми ссылками.

Специфика работы редактора над интернет-изданиями несколько трансформируется: от редактора требуется знание интернет узлов, усложнение аппарата интернет-журналов (но сравнению с «бумажными» изданиями) происходит за счет глубоко алгоритмизированной структуры по модели «структура - подструктура – под-подструктура – под-под-подструктура и далее». Новые параметры коммуникации определяют специфику работы редактора интернет-журнала. В связи с постоянным развитием и трансформацией сети Интернет, данная тема нуждается в дальнейших разработках.

### **Библиографический список**

1. Засурский, Я.Н. Система Средств Массовой Информации России [Текст] / Я.Н. Засурский. - М.: Аспект Пресс, 2001. - 126 с.
2. Мелюхин И.С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития [Текст] / И.С. Мелюхин. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. - 218 с.
3. СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования [Текст]: учебник /автор-составитель – проф. В.Н. Монахов. – М.: ЭКОПРИНТ, 2003. – 320 с.

4. Калмыков, А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика [Текст] / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 384 с.

5. СМИ российского Интернета [Электронный ресурс] / Медиаатлас. – Режим доступа: [www.mediaatlas.ru](http://www.mediaatlas.ru) (дата обращения 25.01.13).

## **РАБОТА РЕДАКТОРА НАД ЛИТЕРАТУРНО- ХУДОЖЕСТВЕННЫМ ЖУРНАЛОМ (НА ПРИМЕРЕ САМАРСКОГО ИЗДАНИЯ “РУССКОЕ ЭХО”)**

**Салманова М. А.**

Научный руководитель: Косицин А.А., ассистент

Толстый журнал сегодня – востребованная форма межкультурного общения людей в эпоху, когда произошли изменения духовных ценностей, общественных идеалов. Очевидна значимость исследования, нацеленного на целостное осмысление поставленной проблемы. Работ, комплексно исследующих феномен литературно-художественных (толстых) журналов, немного. Актуальными работами, которые помогли нам, послужили труды Ю.А.Головина [1] о проблеме функционирования литературно-художественных журналов на современном этапе, статьи Н.В. Переясллова [4] о самарском литературно-художественном (толстом) журнале “Русское эхо”, В.А.Капустиной [2] о прошлом, настоящем и будущем «толстых» журналов.

В представленной статье рассматриваются задачи, функции, читательский адрес нестоличных литературно-художественных (толстых) журналов. Работа была выполнена по материалам самарских журналов “Молодёжная волна” и “Русское эхо”, издаваемые региональным отделением Союза писателей России. Последний журнал на сегодняшний день главное самарское региональное издание, являющееся не только зеркалом литературных процессов Самары, но и возможностью для талантливых местных писателей выйти на страницы столичных изданий.