

них, мембранної, кристалогідратної й електрохімічної технологій, іонізаційно-радіаційних і магнітних методів, а також комплексної інтенсифікації шляхом поєднання цих ефектів. Широке застосування знайшли такі способи активації технологічних середовищ, особливо води, як магнітна й електрична обробка.

1. Банашек В. Э. Интенсификация процессов экстракции хладонами / В. Банашек, И. Федоткин. — М.: ЦНИИТЭИПищепром. — 1981. — Вып. 6. — С. 27. 2. Банашек В. О теоретических основах кристаллогидратной технологии / В. Банашек, Н. Мельничук, И. Федоткин // Хим. машиностроение: респ. межвед. науч.-техн. сб. — 1983. — Вып. 38. — С. 46–53. 3. Борщевский Ю. Т. Двухфазные турбулентные струйные течения / Ю. Борщевский, И. Федоткин, А. Володин. — К.: Техника, 1972. — 147 с. 4. Lazarenko E. Prospects of nanotechnology application for packaging / E. Lazarenko, V. Netak, M. Estrina, N.Yarka // Квалілогія книги: зб. наук. пр. — Львів: УАД, 2007. — № 2 (12). — С. 39–47. 5. Лазаренко Э. Активация технологических сред в полиграфии / Э. Лазаренко, И. Кошохова. — М.: Книжная палата, 1990. — 40 с. 6. Смирнов И. Электрооборудование и электротехнология / П. Ястребов, И. Смирнов. — М.: Высш. шк., 1987. — 224 с. 7. Федоткин И. М. Интенсификация технологических процессов / И. Федоткин. — К.: Высш. шк., 1979. — 342 с.

**ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА
ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ**
*Рассматриваются направления интенсификации технологических процессов
в полиграфии.*

INTENSIFICATION OF TECHNOLOGICAL PROCESSES BASED ON THE USE OF DIFFERENT PHYSICAL EFFECTS

*The intensification directions of technological processes in printing industry are
considered.*

Стаття надійшла 21.08.09

УДК 658.787

Т. В. Олянишен

Національний лісотехнічний університет України

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРОСУВАННЯ КНИГ ДО ЧИТАЧА

*Обґрунтовується необхідність моделювання процесів купівлі та читання книги,
що може стати основою для оптимізації структури книговидання щодо інтересів
масового читача у нашій країні.*

Книга, процес моделювання купівлі, читання, масовий читач

Сучасні досягнення в електронних засобах обробки, передавання та зберігання інформації в інших сферах науки перетворюють усі сторони життєдіяльності людини, цілі галузі промисловості. Книги, газети, журнали — дру-

кована продукція — разом з телебаченням і радіомовленням, засобами зв'язку основним джерелом отримання інформації сучасною людиною. Сьогодні людство зіткнулося з проблемою надлишку інформації, з тим, що вона розповсюджується дуже швидко і часто є недостатньо структурованою й об'єктивною.

Більшість дискусій стосовно книги точиться навколо її нинішньої матеріальної форми. Але ця форма є історичною і повинна змінитися. Набагато важливішим є питання про подальшу долю читання, яке нерозривно пов'язане з книгою. Вітчизняними науковцями доволі багато уваги приділяється вивченню книги, процесів її створення, поширення та використання. У цьому напрямку протягом останнього десятиліття маємо цілий ряд вітчизняних публікацій, в яких узагальнено великий емпіричний матеріал. Привертає увагу та обставина, що ці публікації стосуються переважно історії книжкової справи або носять оглядовий характер чи констатують її сьогоденний злидений стан [1–10]. Щодо читання та купівлі книжок, то останнім часом це проходило повз увагу дослідників, якщо не рахувати робіт [11–18].

Аналіз літературних джерел [11–18] показав, що процес просування книги до читача сьогодні пов'язаний з масою проблем об'єктивного та суб'єктивного характеру. В Україні книжка займала і займає важливе місце серед цінностей, які визнаються всіма; її можна розглядати як результат дії традиційної ієрархії цінностей, що міцно встановилася протягом другої половини минулого століття. Але у сфері поведінки телебаченню віддається перевага перед книгами. Незважаючи на важливе значення у житті суспільства, книга стала предметом загальної уваги тільки в результаті нинішньої експансії телебачення та новітніх інформаційних технологій.

Можемо виділити звичну для нас (рис. 1, а) та сучасну (рис. 1, б) схему просування книги до читача. З аналізу цих схем випливає, що процес «споживання» книги за останні десятиріччя неймовірно ускладнився. Ще якихось років двадцять тому (рис. 1, а) автор приносив книгу у видавництво, в якому рукопис редагувався і розроблявся макет видання, відтак воно передавалося в друкарню, де книгу набирали, верстали і виготовляли, звідти її забирало видавництво, і через торгівлю вона потрапляла до читача.

Нині ситуація кардинально змінилася. Основною відмінністю є величезна різноманітність шляхів потрапляння твору (друкованої продукції) до рук читача (кінцевого споживача). На схемі (рис. 1, б) добре видно, що книгу читач тепер може придбати, окрім торгівлі, у друкарні, видавництві чи в самого автора. Уже не кажучи про те, що у зв'язку з розвитком електронних засобів обробки, передавання та зберігання інформації книга в безпаперовому вигляді потрапляє від автора до читача без посередників у вигляді видавця, виготовлювача чи розповсюджувача друкованої продукції.

Після аналізу літератури [19] й ознайомлення з результатами соціологічних досліджень, проведених в Україні останніми роками сітьовим маркетинговим агентством ТНС Україна та маркетинговою компанією ГФК Юкрейн (*GfK Ukraine*) на замовлення — «Регіональні ЗМІ в Україні» (ГФК Юкрейн,

2005–2007), «Ринок книжок в Україні» (ГФК Юкрейн, 2006–2008), «Аудиторія щоденних та щотижневих видань» (ТНС Україна, 2008), «Аудиторія друкованих видань» (ТНС Україна, 2008), виділено три групи факторів, що визначають купівлю та читання книг (табл. 1), які є однаково важливими як для купівлі, так і для читання книжок. Деякі інші фактори добре корелюються між собою навіть тоді, якщо не є повними відповідниками один одному. Так, наприклад, місце проживання покупця книжок аналогічне типові населеного пункту та регіону, в якому проживає читач цих книг; читацькі традиції та сім'я багато в чому визначають налаштованість на купівлю книжок і тому подібне.

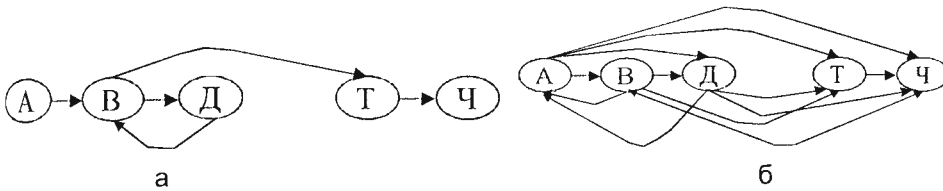


Рис. 1. Схема традиційного (а) та сучасного (б) просування книги до читача:
 А — автор; В — видавництво; Д — друкарня; Т — торгівля; Ч — читач

Таблиця 1

Систематизація факторів, що визначають купівлю та читання книг

Група факторів	Фактори	
	купівлі книжок	читання
Демографічні	Вік	
	Стать	
	Місце проживання	Тип населеного пункту, регіон
	Рівень освіти	
	Професія	
Соціологічні	Читацькі традиції, вплив сім'ї	Налаштованість на купівлю книжок
	Вільний час	Соціальний стан, зайнятість
Соціально-економічні	Матеріальне становище	
	Наявність необхідної літератури	
	Соціокультурне середовище	Наявність мережі книжкових магазинів
		Потреба в придбанні книги
		Вартість книги

Якщо спробувати зобразити ці залежності в графічному вигляді (рис. 2), стає зрозумілим, що не врахований ще один важливий фактор впливу на купівлю книги — її зовнішній вигляд. Тобто на кожному з етапів виготовлення

та просування книги до читача створений автором твір набуває нових властивостей. Оздоблення продукції на етапі її виготовлення може бути складовою технологічного процесу виготовлення книги. Як один з варіантів оздоблення розглядалося лакування обкладинки книги лаками УФ-затвердіння, що значно поліпшить її естетичний вигляд, зробить її привабливішою для покупця.



Рис. 2. Вплив визначених факторів на купівлю та читання книжок у сучасних умовах

Автором спільно з В. М. Сеньківським [19–22], Ж. М. Ковбою [23], А. М. Штангретом [19] та О. В. Мельниковим [19–23] проаналізовано та досліджено ситуацію щодо купівлі та читання книжок, виділено демографічні, соціологічні та соціально-економічні фактори впливу на ці процеси; спільно з Ю. М. Румянцевим [24–30] здійснено оцінювання зовнішнього вигляду друкованої продукції після нанесення на неї (оздоблення) лаків УФ-затвердіння, що, як зазначалося вище, впливає на реалізацію книжок. Відповідно, синтез моделей цих процесів може стати основою для оптимізації процесу книговидавництва відповідно до інтересів масового читача в нашій країні.

1. Видавнича галузь і кадри: досягнення, проблеми, перспективи: наук.-практ. зб. / упоряд. Е. І. Огар. — Львів : Аз-Арт, 2002. — 276 с.
2. Видавнича справа та редагування в Україні : постаті і джерела (XIX — перша пол. XX ст.): навч. посіб. / Н. Зелінська, Н. Черниш, Е. Огар, Л. Івасенко та ін.; за ред. Н. В. Зелінської. — Львів : Світ, 2003. — 612 с.
3. Зелінська Н. В. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан: навч. посіб. / Н. В. Зелінська. — Львів : Світ, 2002. — 268 с.
4. Іван Тиктор: талан і талант: моногр. / Н. Зелінська, Л. Сніцарчук, Е. Огар та ін.; кер. авт. кол. О. Думанська. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2007. — 240 с.
5. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Ісаєвич. — Львів : Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича, 2002. — 520 с.
6. Книга в соціокультурному просторі (досвід книговидання XIX–XX ст. і сучасні проблеми): доп. і повід. Міжнар. наук. конф., 3–5 трав. 1995 р.; ред. гр. І. С. Квітко (відп. ред.) та ін. — Львів, 1995. — 144 с.
7. Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства: зб. наук. пр. каф. видав. справи та ред. (Укр. акад. друкарства) / відп. ред. Н. В. Зелінська. — Львів : Фенікс. — Вип. 1. — 1995. — 104 с.; Вип. 2. — 1998. — 186 с.
8. Реалії та перспективи українського книжкового ринку (про інформаційний маркетинг і не лише про нього...): зб. ст. і матеріали Круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України» / упоряд. Е. І. Огар. — Львів : Аз-Арт, 1997. — 144 с.
9. Тимошик М. Видавничий бізнес: погляд журналіста, видавця, вченого: навч. посіб. / М. Тимошик. — К. : Наша культура і наука, 2005. — 328 с. — ISBN 966-7821-29-3. — (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
10. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практ. посіб. / М. Тимошик. — 2-е вид., стереотипне. — К. : Наша культура і наука, 2005. — 560 с. — (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
11. Глотова Г. Ринок видавничої продукції як середовище маркетингу / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. — 2003. — № 5. — С. 16–21.
12. Глотова Г. Сегментація ринку видавничої продукції / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. — 2003. — № 6. — С. 21–23.
13. Грейт Г. Сучасні канали розподілу книжкових товарів / Г. Грейт // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 3. — С. 5–7.
14. Піча В. Зміст та особливості соціальних функцій книги / В. Піча, Р. Садова // Книга в соціокультурному просторі: досвід книговидання XIX–XX ст. і сучасні проблеми : [доп. і повід. Міжнар. наук. конф.], Львів, 3–5 трав. 1995 р.; ред. гр.: І. С. Квітко (відп. ред.) та ін. — Львів : Фенікс, 1995. — С. 118–119.
15. Садова Р. М. Соціологія книги: мат. до лекції з курсу «Соціологія» / Р. М. Садова. — Львів : Укр. акад. друкарства, 1996. — 32 с.
16. Соціологія культури: навч. посіб. // О. М. Семашко, В. М. Пічі, О. І. Погорілий та ін.; за ред. О. М. Семашко, В. М. Пічі. — 2-е вид. — Львів: Новий Світ. — 2000, 2004. — 334 с.
17. Швайка Л. А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підруч. / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. — 480 с.
18. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: моногр. / Л. А. Швайка. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2005. — 432 с.
19. Сеньківський В. М. Читання як проблема вільного часу : за результатами соціолого-статистичних досліджень: моногр. / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 160 с.
20. Сеньківський, В. М. Моделювання процесу інтенсивності читання / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Полігр. та вид. справа. — 2007. — № 2 (46). — С. 210–220.
21. Сеньківський, В. М. Модель ієрархії критеріїв попиту на книги / В. М. Сеньківський, О. В. Мельников, Т. В. Олянишен // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2008. — Вип. 1 (13). — С. 155–162.
22. Сеньківський В. М. Оптимізація моделі параметрів процесу інтенсивності читання / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Технол. і техніка друкарства. — 2009. — Вип. 1–2 (23–24). — С. 16–23.
23. Ковба Ж. М. Асортимент друкованої продукції: навч.-метод. посіб. / Ж. М. Ковба, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 100 с.
24. Новий пристрій для дослідження покриттів на стійкість до сухого стирання / Т. В. Олянишен // Технол. і техн. друкарства. — 2004. — № 4. — С. 29–31.
25. Румянцев Ю. М. Спектрофотометричні дослідження лаків УФ-отвердіння / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен // Кваліологія кн. — 2005. — Вип. 8. — С. 99–102.
26. Румянцев Ю. М. Дослідження умов формування плівок на основі лаків УФ-затвердіння / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2006. — Вип. 9. — С. 22–23.

27. Румянцев Ю. М. Внутренние напряжения в слоях, формируемых лаковыми композициями УФ-отверждения / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен, Л. М. Стоянова // Технол. і техн. друкарства. — 2006. — № 1—2. — С. 171—173. 28. Олянишен Т. В. Дослідження блиску та світлостійкості фарб УФ-затвердіння / Т. В. Олянишен, Г. А. Чернозубова // Полігр. і вид. справа. — 2007. — Вип. 2 (46). — С. 221—223. 29. Олянишен Т. В. Зменшення внутрішніх напружень у лакових шарах, сформованих композиціями УФ-затвердіння / Т. В. Олянишен, Ю. М. Румянцев, О. В. Мельников // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2007. — Вип. 1 (11). — С. 61—64. 30. Олянишен Т. В. Можливості зменшення внутрішніх напружень у лакових шарах, сформованих композиціями, що фотополімеризуються / Т. В. Олянишен, Ю. М. Румянцев, О. В. Мельников // Полігр. і вид. справа. — 2007. — Вип. 1 (45). — С. 171—175.

ПУТИ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ПРОДВИЖЕНИЯ КНИГ К ЧИТАТЕЛЮ

Обосновывается необходимость моделирования процессов покупки и чтения книг, что может стать основой для оптимизации структуры книгоиздания относительно интересов массового читателя в нашей стране.

SHLYAKH UDOSKONALENNYA PROCESSES PROSUVANNYA BOOKS TO ЧИТАЧА

The necessity of modeling the process of buying and reading books that can be the basis for optimizing the structure of publishing for the general reader interest in our country.

Стаття надійшла 17.09.09