



С. А. Водолазька,
канд. філол. наук

УДК 655.065.11

Технологічні інновації як мотиватор радикальних змін у видавничій галузі

У статті проаналізовано технологічні інновації як важливий мотиватор змін у видавничій галузі. Здійснено їх типологічну класифікацію та наведено визначення терміна. Встановлено основні напрями, де вони можуть використовуватися.

Ключові слова: технологічні інновації, інноваційні товари, інноваційні сервіси, книга, видавнича галузь.

Вступ. *Актуальність теми.* Розвиток сучасної видавничої галузі – це безперервний процес змін і трансформацій, активізація якого особливо інтенсивно відбувається в часи інформатизації суспільства, коли під впливом нових здобутків науково-технічного прогресу всі гравці видавничого ринку зобов'язані застосовувати технологічні інновації для припинення стагнації галузі та з метою задоволення запитів аудиторії, переважна більшість якої – це вибагливі медіаспоживачі, зорієнтовані на швидке отримання результату, що не завжди сприймають книгу як духовну цінність. Проведені дослідження, досвід яких ємо акумуляований у працях Т. Крайнікової, засвідчили зміну орієнтирів. Тривалий час засоби масової комунікації формували образ читача та медіаспоживача, на сучасному ж етапі останні визначають специфіку розвитку медіа: «Ментально нова людина бере активну участь у розширенні медіакультури і, як медіаспоживач, отримує новий статус – суверенного і впливового суб'єкта у стосунках із ЗМІ. <...> Він стає норавливим і невловимим: його увагу привернути непросто, а ще важче втримати» [1, с. 169].

Також науково-технічний прогрес поступово стає активним мотиватором появи і впровадження нових технічних і технологічних інновацій, які провокують радикальні зміни, виявляючись рушійною силою розвитку суспільства загалом і виробництва зокрема. Особливого значення вони набувають у видавничій та поліграфічній галузях, які потребують пошуку механізмів спрощення виробничих процесів без втрати якості продукції та вдосконалення сервісів і форматів відтворення інформації з метою набуття здатності конкурувати. Попри значущість повноцінного і комплексного розуміння цієї специфіки, повноцінного впровадження технологічних інновацій у видавничій галузі наразі не відбулося.

Мета дослідження. Головна мета наукової статті – оцінивши наслідки технологічних інновацій, з'ясувати їх значення для радикальних змін у видавничій галузі.

Дослідження за темою. Спеціальних досліджень щодо використання технологічних інновацій у видавничій галузі східноєвропейського регіону ми не виявили. Побіжно про них як про перспективний спосіб виходу галузі з кризи згадує у своєму дисертаційному дослідженні «Планування інноваційної діяльності видавництва» О. Горлова. Про зміни у видавничій галузі під впливом інноваційних технологій розмірковує у монографії «Сучасні видавничі стратегії: від традиційного книговидавання до мережових технологій культурної пам'яті» Л. Зіміна. Дослідниця переконана: «Нові інформаційні та телекомунікаційні технології істотно змінюють вигляд сучасної видавничої справи. Це стосується не тільки виникнення нового конкуруючого напрямку – електронної видавничої справи, а й трансформації традиційного книговидавання на всіх стадіях: від створення книг до дистрибуції (в останньому випадку маються на увазі форми електронної комерції в книжковому бізнесі)» [2].

Вагоме значення для розуміння локальних змін, що відбулися під впливом технологічних інновацій у видавничій галузі, мають статті Л. Городенко, Р. Ленема, Т. Малкович, В. Маркової, В. Теремка, які розглядали «електронну книгу» як феномен сьогодення, а також Г. Богути, А. Житинського, А. Казанського, А. Крилова, Ю. Рогонова, що особливу увагу звертали на розвиток сервісу «друк на вимогу».

Технологічні інновації як основу змін у суспільстві і виробництві розглядаються у працях М. Єгорової, Г. Коврова, О. Лебедева, В. Летнікова, Л. Шаміної, Р. Нуретдинова тощо. Ключовим завданням цих досліджень є намагання встановити місце і значення технологіч-



них змін для процесу виробництва продукції і надання нових послуг та сервісів.

Теоретичні засади і гіпотези. Відбувається трансформація традиційної моделі книговидання, яка в сучасних умовах є неконкурентноспроможною і потребує швидкої модернізації для відновлення потенційних перспектив галузі. Книга поступово стає медіаджерелом, змушена повсякчас конкурувати з іншими способами поширення інформації та проведення дозвілля і вимагає, з метою посилення впливу, розширення власних стратегічних можливостей через запровадження в активний ужиток технологічних інновацій, які доповнюють існуючі засоби впливу.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети, аби виявити перспективність технологічних інновацій на видавничому ринку, використовувалася метод прогностичної оцінки.

Результати й обговорення. Радикальні зміни у видавничій галузі – явище не спонтанне: воно спричинене низькою ефективністю попередніх перетворень. Відбуваються ці зміни як відповідь на процес повільного поступу й неспішної спрямованості на опанування нових вершин. Повсякчасний потяг до перетворень посилюється в епоху інформаційного суспільства, про яку активно заговорили у 1993 р. на конференції американського Національного наукового фонду. Видавнича галузь східноєвропейського регіону сприйняла запропоновану модель розвитку потужним сплеском читацької активності, яка була засвідчена зняттям дефіциту книги і статистичними показниками у книговидаванні.

Найбільш неочікуваним для видавців, але прогнозованим, враховуючи загальносвітові тенденції розвитку засобів масової комунікації, можна вважати період початку ХХІ ст., коли книга починає суттєво втрачати статус головного медіатора, перетворюється на продукт з низьким попитом. Виникнення такої ситуації спричинене багатьма чинниками і має суттєві негативні наслідки для суспільства, галузі та людини: «Не так давно, ще в середині ХХ століття, книга була першим і основним медіаджерелом. Ця ситуація складалася століттями. Сьогодні друковану книгу тіснять з усіх боків – телебачення, музична індустрія, друковані ЗМІ, наступає на п'яти інтернет, радіо, електронні бази даних, навіть аудіокниги. Як по годинах, цифровий медіаринок щорічно від'їдає у книги 2–3 % читацької уваги» [3]. Зміни вподобань читачів поступово призводять до змін правил гри на ринку, видавці змушені виживати і застосовувати потужні важелі впливу. Провокуючим та стимулюючим чинником конкурентноспроможності стають саме технологічні інновації, які Й. Шумпетер назвав «потужною конкурентною перевагою, що призводить до розширення ринку» [4]. Ставлення до

них як у суспільстві, так і серед фахівців є неоднозначним, водночас беззаперечним залишається факт їх значущості для подальшого розвитку видавничої галузі.

Технологічні інновації – термін міждисциплінарний, використовується науковцями з різних галузей знань, набуваючи в їхніх працях фахових різноглумачень. Л. Шаміна та О. Самсонова у статті «Особливості впровадження технологічних інновацій» пропонують вважати технологічними інноваціями «інновації в галузі технологій, удосконалення технологій, застосування принципово нових технологій у виробництві продукту, освоєння нових технологічних регламентів, нових видів технологічного обладнання і технологічного оснащення» [5]. Запропоноване визначення має право на існування, але характеризується однобічністю, бо будуватиметься за принципом непродуманого нанизування. Автори намагаються перерахувати різновиди технологічних інновацій, беручи як об'єднувальну ознаку зорієнтованість суспільства на технологічне оновлення.

Найбільш емно відображає сутність терміна визначення, в якому технологічні інновації ідентифікують як «результат інноваційної діяльності, який існує у вигляді нового або вдосконаленого продукту, що впроваджений на ринок, або у вигляді нового або вдосконаленого технологічного процесу, який використовується в практичній діяльності. Відповідно, технологічні інновації тягнуть за собою зміни в технологічних процесах і, відповідно, в технологічній структурі економіки» [6, с. 20]. У визначенні зроблено два суттєвих акценти: по-перше, «технологічні інновації» співвідносяться з результатом інноваційної діяльності, по-друге, називаються основні форми їх існування.

Незреалізованим залишається прагнення дослідників оцінити міру впливу технологічних інновацій на розвиток видавничої галузі країн східноєвропейського регіону. До того ж, плутанину спричиняє спроба ідентифікувати поняття «технологічні інновації» та «інноваційні технології» як синонімічні, що є некоректним і призводить до заміщення понять. Пропонуємо розуміти поняття «інноваційні технології» як відображення змін складників процесу виробництва видавничого продукту без зміни основної технології виробництва. І вважаємо, що воно є вужчим, ніж «технологічні інновації», бо може бути застосоване лише до процесу творення друкованого видавничого продукту. Тоді як видавничі технологічні інновації – це впровадження змін, що призводять до продукування нових цінностей, поглядів на процес творення книги та сприяють технологічному переоснащенню галузі.



Вважаємо, що технологічні інновації у видавничій галузі можна асоціювати з механізмами, які запускають і регламентують інноваційну діяльність, зорієнтовуючись на досягнення науково-технічного прогресу з метою створення нових носіїв контенту, впровадження нових сервісів або технологій.

Використовуючи поняття «технологічні інновації» щодо видавничої галузі, необхідно зазначити, що можлива класифікація їх застосування за принципом отримання кінцевого результату. У такому випадку переважна більшість видавничих технологічних інновацій – це технології, запровадження яких призвело до появи нових продуктів (електронні, мультимедійні, інтерактивні видання та аудіокниги), та технології, які сприяли вдосконаленню виробничих процесів під час роботи над підготовкою видання, що призвело також до появи інноваційних видавничих сервісів (сервіс «друк на вимогу», сервіс самопублікації тощо). Забезпечили їх створення різноманітні технології з суміжних галузей знань: комп'ютерні технології (технології обробки даних, інтернет-технології, технології програмного забезпечення, мультипроцесорні технології, технології запам'ятовувальних пристроїв тощо), нові технології електроніки (технології цифрової обробки даних, технології цифрового звуковідтворення, технології цифрової відеофільтрації). Технології ці з'явилися не випадково: вони стали відповіддю на виклики інформаційного суспільства і сприяли виведенню видавничої галузі на якісно новий рівень розвитку.

Друга класифікація ґрунтується на принципі застосовуваної інноваційної технології, відповідно до нього можна виокремити:

- технології передавання даних (мережеві комунікації, самопублікація);
- технології портативної електроніки (мобільні книжкові додатки);
- комп'ютерні технології (електронна книга як формат і електронна книга як пристрій).

Запровадження технологічних інновацій призводить до створення альтернативи паперовій книзі (йдеться не про заміщення паперового видання електронним, а про їх паралельне існування для задоволення різноманітних запитів читача), спрощення процесу виготовлення видання та отримання швидкого доступу до видавничої продукції. Використання нових носіїв видавничого контенту сприятиме впровадженню інноваційного способу подання інформації, який привертає увагу читачів, проте на заваді його активному розвитку стає економічний чинник. Інновації програмного забезпечення призводять до наступу «породжених електронною книжністю соціокультурних реалій» [7], що

стають причиною низки недооцінених представниками громадськості і видавничої справи тенденцій.

Переоціненими на сучасному етапі розвитку світової видавничої галузі виявилися сподівання на глобальний вплив для збільшення читацької активності щодо електронних та аудіокниг, яким пророкували галузеперетвірні стратегічні перспективи. Оцінюючи наявні у вільному доступі статистичні дані, варто погодитися з висловленим Л. Зіміною твердженням про те, що «на даний момент електронну книгу необхідно розглядати не як субститут традиційної книги, а швидше як доповнення» [2]. Винятком можна назвати наукову, навчальну та довідково-енциклопедичну літературу, де спостерігається диверсифікація носіїв, що може сприяти їх взаємодоповненню або посиленню конкуренції. Традиційні видавництва поступово опановують також можливості електронної комерції, попри обережне ставлення до перспектив поширення електронних видань на ринку. Не справдилися і сподівання на створення потужної конкуренції для друкованої книги з боку аудіокниг.

Сервіси «друк на вимогу» та самопублікації у країнах східноєвропейського регіону перебувають на стадії розвитку. «Друк на вимогу» використовується з метою зменшення непрогнозованих капіталовкладень і розширення доступного для читача асортименту, часто ототожнюється з оперативною поліграфією, що є неправильним. Аналіз діяльності провідних гравців на видавничих ринках України та Росії засвідчив, що цей сервіс надають переважно інтернет-магазини, а в країнах Західної Європи – видавництва, стаціонарні та інтернет-магазини. У наших реаліях асортимент «Каталогу на вимогу» надзвичайно обмежений, що не викликає довіри у потенційних замовників послуги. Працюють трикомпонентна (покупець – книгорозповсюджувач – видавець) і двокомпонентна (покупець – видавець або покупець – книгорозповсюджувач) моделі надання сервісу.

Сервіс самопублікації – нова послуга, що найбільше розповсюджена в країнах Західної Європи. Створені ресурси з метою задоволення потреб численної аудиторії є інтернаціональними: Kindle direct publishing та CreateSpace (Amazon), iBooks Author (iBookstore), однойменний сервіс ресурсу Bookmate Publisher, Self-PublishedAuthor.com (Bowker) тощо. Сервіси розраховані на авторів в умовах жорсткої конкуренції за видавця та книгорозповсюджувачів, які прагнуть за розширення асортименту без власних капіталовкладень.

Загалом розвиток інформаційних і цифрових технологій повинен поступово формувати іншу концепцію і модель книговидавництва, яка буде



кардинально відрізнятися від попередньої культурованої традиційної моделі. Реалії ж видавничого ринку засвідчують, що в сукупності новий медіаспоживач та технологічні інновації, активно впливаючи на діяльність видавничої галузі, сприяють радикальним змінам, які поступово здобувають стратегічне значення для подальшого розвитку галузі.

Висновки. Попри загрози внутрішні і зовнішні сигнали, рух до нової доктрини української видавничої галузі не відбувся. Технологічні інновації лише в перспективі мають можливість стати невід'ємним джерелом концепції взаємодії між читачем і видавцем. Низький рівень впровадження технологічних інновацій спричиняє перебування в постійному стані невизначеності ролі книги в суспільстві і житті людини та ролі книговидання в системі масової комунікації. Попри те, що демографічні чинники, посилення диференціації читацького попиту, конкуренція з інтернет-ресурсами та засилля електронних версій книг у безкоштовному доступі призводять до зменшення накладів видавничої продукції, альтернативні до друкованої книги носії не здобули прогнозованої популярності на ринку. Низька активність спостерігається і щодо запровадження сервісів самопублікації та друку на вимогу.

1. *Крайникова Т. С.* Медиапотребление: обзор рецепций явления // Вестник Воронежского государственного университета. Сер. : Филология. Журналистика. – 2013. – № 2. – С. 167–170.

2. *Зими́на Л. В.* Взаимодействие электронных технологий и традиционного книгоиздания // Современные издательские технологии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти : моногр. – М. : Наука, 2004. – С. 235–243.

3. *Электронное книгоиздание и его ближайшее будущее* [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.knigonosha.org/article/elektronnoe-knigoizdanie-i-ego-blizhaishee-budushchee>.

4. *Кондратьева Е. В.* Национальная инновационная система: теоретическая концепция [Электронный ресурс] // Шумпетер : инф. портал. – URL: <http://www.schumpeter.ru>.

5. *Шамина Л. К.* Особенности внедрения технологических инноваций [Электронный ресурс] / Л. К. Шамина, О. И. Самсонова // Экономика и экологический менеджмент : электр. науч. журн. – 2011. – № 1. – URL: <http://economics.open-mechanics.com/articles/318.pdf>.

6. *Руководство* Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Совместная публикация ОЭСР и Евростата. – М. : ГУ «Центр исследований и статистики науки», 2006. – 192 с.

7. *Теремко В. І.* Стратегічні виклики друкованої культури в електронну еру // Вісник Книжкової палати : наук.-практ. журн. – 2011. – № 5. – С. 14–18.

Подано до редакції 15. 05. 2014 р.

Vodolazska Svitlana. Technological innovation as a motivator of radical changes in publishing industry.

The paper analyzes the technological innovation as an important motivator of change in publishing industry. It is formulated their typological classification and it is proposed interpretation of the term. It is represented the basic directions where they can be used.

Keywords: technological innovation, innovative products, innovative services, book, publishing industry.

Водолазская С. А. Технологические инновации как мотиватор радикальных изменений в издательской отрасли.

В статье проанализированы технологические инновации как важный мотиватор изменений в издательской отрасли. Осуществлена их типологическая классификация и предложено авторское толкование термина. Установлены основные направления, где они могут быть использованы.

Ключевые слова: технологические инновации, инновационные товары, инновационные сервисы, книга, издательская отрасль.

