

Р. Л. Владімірська,
аспірантка

УДК 007: 304: 655

Цільова аудиторія електронних видань: закордонний досвід

У пропонованій науковій розвідці проаналізовано закордонні дослідження, що стосуються читацької аудиторії, адже краще розуміння вподобань читачів допоможе видавцям в Україні приймати виважені маркетингові рішення, включати у редакційний портфель цифрові видання певних напрямків та адаптуватися до потреб нового покоління. У результаті дослідження було визначено, що найбільш схильною до електронного читання є аудиторія молодих людей від 18 до 29 років, а найбільш популярними серед них є різноманітні довідкові видання та наукові монографії. Також у закордонних наукових працях підкреслюється виключна користь новітніх інтерактивних технологій, які інтегровані у цифрові навчальні видання.

Ключові слова: електронна книга, книговидання, книга.

Вступ. У 2011 р. світовий гігант Amazon вперше звітував про те, що продажі електронних книжок перевищили продажі традиційних. Для видавців та професіоналів у галузі комунікації це означало початок змін у способі споживання інформації. Як підтверджують дослідження вчених, уже в 2011 р. практично половина американців принаймні один раз ознайомилися з будь-якою формою цифрового контенту (книги чи статті) [1, с. 1–3]. З того часу кількість прихильників електронних книг постійно зростає, водночас друковані книги стають менш популярними в окремих сегментах. Перед видавцями всього світу постає низка нагальних питань: чи зможуть електронні книги замінити друковані, чи вся читацька аудиторія надаватиме їм перевагу й як найбільш ефективно пристосувати видавничі програми до нових вимог.

Хоча в Україні світові процеси відбуваються значно повільніше, цифрові книги становлять лише незначну частину нової видавничої системи. Однією з причин такого становища може бути недостатня обізнаність видавців із науковими дослідженнями та методами роботи видавців за кордоном. Проблематика, пов'язана з адаптацією роботи видавництва до умов еволюції цифрових технологій, вкрай мало досліджується у вітчизняній періодиці. Окрему інформацію можна знайти лише в кількох публікаціях [2; 3; 4]. При цьому недослідженим залишається такий важливий аспект успішної диверсифікації, як цільова аудиторія електронних книг. Адже правильна відповідь на питання «Хто в першу чергу є потенційним покупцем видавничої продукції нового типу?» є запорукою успіху на ринку та прибутковості. Тим більше, що ці-

льова аудиторія для однієї й тієї ж книги, виготовленої традиційним та цифровим способами, може суттєво відрізнитися, оскільки електронне читання має низку суттєвих особливостей.

Актуальність роботи зумовлена низьким рівнем споживання в Україні електронних видань, а також необхідністю пошуку шляхів залучення додаткових коштів, що сприятиме підвищенню прибутковості, поширенню книжкової продукції та розвитку культури загалом.

Метою наукової розвідки є аналіз закордонних досліджень, що стосуються читацької аудиторії. Адже краще розуміння вподобань читачів допоможе видавцям в Україні приймати важливі маркетингові рішення, включати у редакційний портфель цифрові видання певних напрямків та адаптуватися до потреб нового покоління.

Метою дослідження передбачено виконання таких завдань: 1) виявити вплив таких чинників, як вік, стать, освітній рівень та щорічний прибуток, на схильність до читання електронного формату; 2) виокремити найбільш перспективний сегмент цільової аудиторії електронних видань; 3) визначити найперспективніші різновиди електронної літератури.

Методи дослідження. У роботі використовувалися загальнонаукові методи аналізу і синтезу, моделювання, абстрагування та узагальнення. Цілісність дослідження забезпечують системний і структурно-функціональний підходи.

Результати й обговорення. Вивчаючи закордонний досвід у галузі випуску цифрових та друкованих видань, насамперед варто звернути увагу на статистичні відомості та простежити за динамікою читацького попиту на цифрові та друковані видання за останні кілька років. Одним із найбільш авторитетних джерел у цій



царині є американська дослідницька компанія Pew Research Center, яка вже кілька років поспіль проводить соціологічні опитування та вивчає структуру читацького попиту в США. Як засвідчило останнє дослідження [5], за минулий рік 76 % американців віком від 18 років прочитали принаймні одну книгу. З них близько 30 % прочитали електронну книгу. Загалом люди читають більше, коли мають доступ до електронних видань. Середня кількість прочитаних друкованих книг за рік – 15, а електронних – 24. Сьогодні в електронному вигляді книги читає вчетверо більше людей, аніж два роки тому [6].

Найбільш схильна до електронного читання молодь від 18 до 29 років. За даними Pew Research Center [5], на неї припадає 37 % від тих, хто прочитав принаймні одну книгу. Одним із стримувальних чинників є ціна на електронні книги та спеціальні пристрої для їх читання. Однак багато закордонних учених вбачають саме в цьому сегменті великі перспективи для розвитку електронного книговидання. Цим пояснюється велика кількість наукових матеріалів, присвячених цій цільовій групі.

Особливу увагу науковці приділяють студентам [7; 8; 9]. Приміром, опитування, проведене в Університеті Ліверпуля, показало, що студенти користуються електронними виданнями значно частіше, аніж викладачі. 29 % студентів і лише 21 % викладачів використовують їх щотижня. Щомісяця електронними виданнями користуються 39 % студентів і 32 % викладачів [10]. Електронні книги використовуються переважно для навчання (80 %) та досліджень (71 %). Практично половина викладачів користуються електронними виданнями під час підготовки до проведення лекцій. Відповідно до мети студенти найчастіше звертаються до підручників та навчальних видань, а також до довідкових видань та наукових монографій. Останнім видом літератури також дуже часто користуються і викладачі. Як підтвердило опитування, мета використання друкованих та електронних видань практично не відрізняється, оскільки зміст книг у різних форматах є ідентичним. Водночас електронні аналоги забезпечують значно ширший доступ до інформації та дають змогу отримати її значно швидше. Крім того, для студентів є важливими такі чинники: можливість віддаленої роботи, портативність, заощадження на роздруковуванні, наявність вбудованих словників та зручних посилань на інші джерела.

Окрім цього, дослідники виокремлюють такі проблеми, які мають враховувати видавці та розробники: незручне виділення та створення нотаток, складна навігація по тексту, неможливість покласти кілька документів поряд, несумісність деяких форматів з електронними пристроями студентів.

Друга за схильністю до електронного читання аудиторія – це випускники університетів та коледжів віком 30–49 років, що мають власне житло та щорічний прибуток понад \$ 75000. Цікаво, що в США жінки читають електронні книги частіше, аніж чоловіки [5; 11]. Натомість в Європі найчастіше електронні видання купують та читають молоді освічені чоловіки [12].

Серед найпопулярніших жанрів літератури дослідники виокремлюють містику, трилери, детективи, фантастику та романи [11].

Слід зазначити, що велика кількість людей читають і друковані, й електронні видання, а перевага електронному формату надається лише в конкретних умовах. Наприклад, 85,9 % опитаних вважають, що дітям краще читати друкований варіант. Те саме стосується й обміну книжками (70,3 %). При цьому за необхідності отримати книгу швидко майже 85 % зроблять вибір на користь електронного видання. 76,6 % читатимуть цифрові видання в дорозі й 54,4 % поцінують легкий доступ до такого виду книг. Таким чином, кожний формат видання має своєрідні функції, залежно від оточення читача [13, с. 3].

Дуже перспективним учені вважають також випуск електронних книжок для школярів. Наразі у закордонній фаховій літературі можна натрапити на чимало досліджень щодо впливу електронного читання на дітей шкільного віку. Дані різноманітних опитувань свідчать, що малюки з радістю читають навчальні та художні електронні книги на спеціальних пристроях, рідше залучаючи до цього процесу батьків, аніж під час читання паперових книг [14; 15]. За наявності вибору учні надають перевагу цифровому формату, оскільки електронна книга дає змогу долучатися до процесу читання, мати мотивацію, інтерес і бажання до подальшого навчання. Крім того, мультимедійні тексти сприяють розширенню словникового запасу, покращують сприйняття й стимулюють продуктивне навчання [16]. Отже, навчання з електронними виданнями може бути ефективнішим за загальними результатами. Водночас учені наголошують, що перевантаження мультимедійними технологіями (відео- або звукові додатки) може відволікати. У будь-якому випадку частка батьків, що купують електронні видання для дітей, зростає швидкими темпами [17].

Висновки. Отже, найбільш схильною до читання електронних книг є аудиторія молодих людей від 18 до 29 років. Особливо тут варто виокремити підгрупу студентів вищих навчальних закладів. Молоді люди використовують електронні книги здебільшого для навчання. І найпопулярнішими серед них є різноманітні



довідкові видання та наукові монографії. Видавцям варто взяти до уваги, що ця група користувачів електронних видань найбільше поціновує додаткові можливості, пов'язані із гіпертекстовими посиланнями на довідкову інформацію, та зручність у користуванні.

Другою за величиною цільовою аудиторією електронних книг є молоді люди, переважно жінки, від 30 до 49 років з вищою освітою та середнім або високим щорічним прибутком. Ця група читачів надає перевагу розважальній літературі. Водночас слід звернути увагу на те, що багато людей роблять вибір на користь електронних видань лише ситуативно, наприклад, використовуючи їх для читання у дорозі.

У багатьох загальнодержавних опитуваннях за кордоном не враховують дітей до 18 років, хоча, як зазначають учені, це досить перспективна цільова аудиторія для видавців, які збираються приділити увагу цифровим форматам. У багатьох дослідженнях підкреслюється користь новітніх інтерактивних технологій для навчання та вищій рівень успішності учня, ніж у тих випадках, коли застосовуються винятково паперові видання.

У будь-якому випадку, незважаючи на постійне зростання продажів електронних книг, на сьогодні не можна говорити про їх домінацію. Й електронні, і паперові видання мають свої унікальні властивості та задовольняють різні потреби читачів. Популярність того чи того формату залежить від індивідуальних демографічних, контекстуальних та ситуативних чинників. Тому українським видавцям варто взяти до уваги дослідження закордонних науковців. Також існує необхідність вивчення читацьких уподобань і в нашій країні, за результатами якого видавці могли б більш успішно включати цифрові видання до видавничих програм, а споживачі – повністю задовольнити свої читацькі потреби.

1. *Samuel S.* Students, Vendor Platforms, and E-textbooks: Using E-books as E-textbooks [Електронний ресурс] / Sara Samuel, Paul Grochowski, Natsuko Nicholls, Leena Lalwani, David Carter // American Society for Engineering Education (ASEE). – 2013. – 26 p. – URL: <http://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/98430/ASEE%20paper.pdf?sequence=1>.

2. *Женченко М.* Цифрова дистрибуція на книжковому ринку України / М. Женченко // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 10. – С. 3–6.

3. *Каїді В.* До питання розвитку електронного книговидання за кордоном / В. Каїді // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 11. – С. 6–9.

4. *Теремко В. І.* Стратегічні випробування електронною книжністю / В. І. Теремко // Вісник книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 10–14.

5. *Zickuhr K.* E-Reading Rises as Device Ownership Jumps [Електронний ресурс] / Kathryn Zickuhr, Lee Rainie // Pew Research Center. – Washington, D. C.,

2014. – 20 p. – URL: http://www.pewinternet.org/files/2014/01/PIP_E-reading_011614.pdf.

6. *Rainie L.* The rise of e-reading [Електронний ресурс] / Lee Rainie, Kathryn Zickuhr, Kristen Purcell, Mary Madden, Joanna Brenner // Pew Research Center. – Washington, D. C., 2012. – 68 p. – URL: <http://libraries.pewinternet.org/files/legacy-pdf/The%20rise%20of%20e-reading%204.5.12.pdf>.

7. *Alain R. Lamothe.* Factors Influencing the Usage of an Electronic Book Collection: Size of the E-book Collection, the Student Population, and the Faculty Population / Alain R. Lamothe // College & Research Libraries. – 2013. – Vol. 74. – № 1. – P. 39–59.

8. *Cumaoglu G.* E-Book versus Printed Materials: Preferences of University Students / Gonca Cumaoglu, Esra Sacici, Kerem Torun // Contemporary Educational Technology. – 2013. – № 4 (2). – P. 121–135.

9. *Akeroyd J.* Ebooks And Elearning: a New Chapter? / John Akeroyd // SCIRES-IT (SCientific REsearch and Information Technology). – 2012. – Vol. 2. – Issue 1. – P. 1–8.

10. *A Survey of eBook Usage and Perceptions at the University of Liverpool* [Електронний ресурс] // Springer.com : official website. – URL: <http://static.springer.com/sgw/documents/1037538/application/pdf/V7671+Liverpool+White+Paper+Part2.pdf>.

11. *Park M.* Who Reads eBooks? [Infographic] [Електронний ресурс] / Mina Park // Random House : official website. – URL: <http://randomnotes.randomhouse.com/who-reads-ebooks>.

12. *Turning the Page: The Future of eBooks* (study of Pricewater house Coopers) [Електронний ресурс] // Pricewater house Coopers : [сайт]. – 2010. – 36 p. – URL: http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/eBooks-Trends-Developments.pdf.

13. *Zhang Y.* Ebooks vs. Print Books: Readers' Choices and Preferences Across Contexts [Електронний ресурс] / Y. Zhang, S. Kudva // Association for Information Science and Technology. – 4 p. – URL: <https://asis.org/asis2013/proceedings/submissions/posters/31poster.pdf>.

14. *Schugar H. R.* Teaching With Interactive Picture E-Books In Grades K – 6 [Електронний ресурс] / Heather R. Schugar, Carol A. Smith, Jordan T. Schugar // The Reading Teacher. – 2013. – Vol. 66. – Issue 8. – P. 614–624.

15. *Ebooks for leisure and learning: key findings of a collaboration between NSW Department of Education and Communities (DEC) and Softlink Australia* [Електронний ресурс] // NSW Curriculum and Learning Innovation Centre. – 58 p. – URL: <http://www.softlinkint.com/softlinkint/wp-content/uploads/2013/11/NSW-DEC-and-Softlink-Ebooks-for-leisure-and-learning.pdf>.

16. *Yoon T.* Beyond the traditional reading class: The application of an e-Book in EFL English classroom / T. Yoon // International Journal of Research Studies in Language Learning. – 2012. – № 1. – P. 17–26.

17. *The Children's Digital Book Market – The Future Looks Bright* [Електронний ресурс] // Kobo : official website. – 2013. – URL: https://media.kobobooks.com/sites/media.kobobooks.com/files/documents/childrens_digital_book_market_-_kobo_whte_paper_spri ng_2013.pdf.

Подано до редакції 15. 05. 2014 р.



Vladimirska Regina. Target audience of electronic editions: foreign experience.

The aim of the research is to analyze foreign researches concerning the readership as the better understanding of the readers' preferences can help the publishers in Ukraine to make important marketing decisions, to include into publishing portfolio the certain e-books and to adapt to a new generation of readers. The study showed that the most prone to e-reading audience is young people from 18 to 29 years. And the most popular among them are various reference books and research monographs. The second largest target eBooks audience are young people, mostly women, from 30 to 49 with higher education and middle or high annual income. This group of readers prefers entertaining literature. Another quite promising target audience is children under 18 years. Many foreign studies emphasize the exclusive benefit of the latest interactive technologies that are integrated into digital educational books.

Keywords: e-book, publishing, book.

Владимирская Р. Л. Целевая аудитория электронных изданий: зарубежный опыт.

В предложенной научной статье проанализированы зарубежные исследования, касающиеся читательской аудитории, ведь лучшее понимание предпочтений читателей поможет издателям в Украине принимать важные маркетинговые решения, включать в редакционный портфель цифровые издания определенных направлений и адаптироваться к потребностям нового поколения. В результате исследования было определено, что наиболее склонной к электронному чтению является аудитория молодых людей от 18 до 29 лет, а наибольшую популярность среди них приобрели различные справочные издания и научные монографии. Также во многих зарубежных исследованиях отмечена исключительная польза новейших интерактивных технологий, интегрированных в цифровые учебные издания.

Ключевые слова: электронная книга, книгоиздание, книга.