

УДК 655.4/.5

В. І. Теремко

*Інститут журналістики Київського національного університету
ім. Тараса Шевченка*

СУЧАСНА ВИДАВНИЧА СПРАВА: МІЖ СТРАТЕГІЧНИМИ ЗАГРОЗАМИ І МОЖЛИВОСТЯМИ

У видавничій справі, як і в інших сферах діяльності, стратегічні загрози відкривають нові можливості, а невдала реалізація стратегічних можливостей загрожує стійкості, конкурентоспроможності суб'єкта. Розглядається природа та особливості цих явищ.

Стратегічні виклики, стратегічні загрози, стратегічні можливості, стратегічний контекст, видавнича справа

Кожна ділова ситуація поєднує в собі можливості, ризики і загрози. Навіть на ринках, що зростають, за сприятливих тенденцій можна наразитися на небезпеки, якими насичене середовище діяльності. Уміння читати його як динамічну систему викликів, які за різних умов трансформуються в можливості або загрози, — важлива стратегічна компетенція. Особливо необхідне воно в період суспільних і внутріструктурних змін.

Діяльність завжди є реакцією на виклики, викликом, передумовою нових викликів або їх провокує. Вони мають унікальну природу, специфічний масштаб, власну змістово-функціональну спрямованість, залишають сліди в результатах зусиль. У системі викликів наявні загальноцивілізаційні і національно-своєрідні тенденції, специфіка галузевих процесів, регіональні особливості, конкурентні ситуації, характер їх сприймання і залежність від них.

Зазвичай виклик потрактовують як «спонукання до будь-яких дій» [3, с. 136], «заклик до змагання, до участі в чому-небудь», категоричну, різку пропозицію «вступити в боротьбу, поєдинок» або дію для втягування в нього [4, с. 408]. Спрямовані на суб'єкта діяльності, ідентифіковані ним виклики мають історичну, соціально-економічну, психокультурну, ментальну зумовленість. У цьому — причина емоційної і ділової реакцій на них.

У статичній ситуації виклик містить відносно нейтральну ділову семантику з великою варіативністю розвитку подій — імовірність трансформації як у можливості, так і в загрози. Усе залежить від сил, які породжують конкретний виклик, та елементів, із яких комбінуються його структура, сутність, динаміка, а також від якості його розпізнавання, декомпонування, розшифрування. У кожному виклику по-своєму поєднуються загальне і ситуативне, а в реакції на нього — стратегічне і тактичне.

Виклик як можливість відкриває перспективи досягнення цілей: подолання несприятливих обставин, використання прихованого в них

потенціалу для розвитку. За таких умов він фігурує як «здійсненність, допустимість чого-небудь» або як «наявність умов для чого-небудь, обставин, які допомагають чомусь» [9, с. 778]. Близький до можливості, хоч трохи слабший за потенціалом, шанс — «умова, яка забезпечує удачу, успіх у чому-небудь; ймовірність, можливість здійснення чогось» [18, с. 404].

Навіть найсприятливіший виклик (можливість, шанс) не завжди трансформується в дійсність. Його можна вважати хіба що гіпотезою дійсності і то з багатьма застереженнями. «Дійсність — це реалізована можливість... сукупність усіх реалізованих можливостей... закономірне здійснення сутності», вихідним началом яких є «сукупність реальних умов і тенденцій», а також відповідні їм домагання і зусилля. Філософський погляд на співвідношення можливого і дійсного ґрунтується на розумінні виклику як джерела і спонукального механізму розвитку, самоорганізації суб'єкта, зосередження необхідних для цього сил. Закумульована за такої налаштованості енергія увиразнює, активізує абстрактні можливості — «такі, що можуть перетворитися на дійсність, але не мають для цього необхідних умов». За відсутності належних суб'єктивних передумов деактуалізуються навіть реальні (конкретні) можливості, «які мають об'єктивні умови для безпосереднього втілення у дійсність» [10, с. 393].

Нереалізована можливість рівноцінна втратам, недоотриманню суспільної, корпоративної та індивідуальної вигоди, а також багатьом супутнім негативам — недорозвитку внутрішнього потенціалу, недоосвоєнню стратегічних плацдармів, витісненню зі здобутих позицій чи загалом із процесу. Тому виклик, який переростає у втрачену, проігноровану чи розтранжирену можливість, набуває у стратегічному часі ознак ризику, загрози, навіть стає ними. Нерідко він одразу проявляється як загроза — «можливість, неминучість виникнення чогось небезпечного, прикрого, важкого для кого-, чого-небудь» [7, с. 95]; ризик — «усвідомлена можливість небезпеки»; «можливість збитків або невдачі в якійсь справі» [14, с. 539]. Ідеться про системну, зумовлену зовнішніми чинниками ймовірність ускладнення обставин діяльності, проблематичність досягнення результатів, домінування руйнівних процесів із незворотними наслідками.

Неідентифіковані виклики як загрози і ризики із часом можуть перерости в небезпеку — можливість «катастрофи, шкоди» [11, с. 246] чи навіть крах — «цілковитий провал чогось», невдачу, катастрофу, розорення і банкрутство [8, с. 330]. Ідентифікування їх без змодельованих на стратегічній основі превентивно-конструктивних дій теж мало в чому зарадить. Стратегічна платформа діяльності передбачає одночасну роботу з викликами як можливостями і шансами, викликами як загрозами, ризиками і небезпеками, а також урахування їх постійної змінюваності і нестабільності чинників, з яких вони започатковуються. Такі дії мають бути концептуально організованими, послідовними, зарядженими на успіх через подолання несприятливих обставин.

Погляд на історію видавничої справи крізь призму можливостей і викликів може дати цінну інформацію для розуміння теперішніх її реалій і

пошуку відповідей на питання, вичерпно відповісти на які непросто. Зарубіжні вчені давно вже працюють на рівні таких інтелектуальних домагань, нашої науці до цього ще рости. Цінність дослідження видавничої історії як системи викликів і реакції на них полягає в пізнанні логіки розвитку навіть різних за змістом процесів, імовірності відстеження закономірностей у породжуваній ними дійсності. На такій траєкторії мислення буде менше місця для ірраціональних фобій, зрозумілішими ставатимуть історично породжувані необхідності.

Найповноцінніше розпізнають стратегічні виклики стратегічні гравці, які утримують погляд у координатах «минуле — сьогодні — майбутнє», різновимірно бачать реальність, яка була, є і наближається. Час вони сприймають, послуговуючись категоріями справи, а справу і себе в ній оцінюють крізь призму результату. Такі гравці діють також стратегічно, максимально використовуючи здобуті плацдарми для вдвигання в діловий простір як сферу можливостей, нових стратегічних висот і тотальних ризиків.

У нинішньому світі видавнича справа опинилася перед радикальними викликами, у потенціалі яких конфронтаційно зійшлися традиційне та новітнє розуміння її призначення, джерел, об'єктивних і суб'єктивних умов функціонування, характеристик видавничих продуктів тощо. Залежно від досвіду, компетенцій, підконтрольних активів, психологічної налаштованості різні представники фахового, експертного середовища вбачають у цих викликах стимули або загрози для діяльності. Значною мірою вони є глобальними — їх переживає весь світ. В Україні до цього додаються за давнини специфічні проблеми, які ускладнюють їх розгляд із використанням інструментів стратегічної оптики, унеможлиблюють розвиток галузі на стратегічній основі.

Реалії сигналізують про неминучість радикальних змін, які значною мірою вже вросли в сьогодні як «майбутнє, що настало». Для одних це «майбутнє» — буденність, для інших — нові перспективи чи неможливість їх. Навіть у латентному, невиявленому стані ці зміни акумулюють у собі конструктивно-руйнівну силу, оскільки будь-який вектор її задіяння передбачає подолання внутрішніх упереджень і зовнішнього спротиву, без чого неможлива нова якість діяльності.

Сьогодні видавнича галузь опинилася на культурному перехресті. Її суб'єкти усвідомлюють неминучість проникнення в цифровий світ і водночас переживають внутрішню драму з приводу символічного витіснення друку. Уся ділова орієнтаційна система сигналізує про необхідність пошуку і використання електронних можливостей: щороку ринок електронних книг зростає на 100–400%; виробництво і продажі друкованих книг скорочуються (в різних країнах по-своєму) на 3–10% (щоправда, наразі виручка від продажу електронних книг не компенсує втрат від занепаду ринку друкованих). За оцінками експертів, ця тенденція триватиме, доки не усталиться структурне співвідношення між ними і не буде подолано зниження інтересу до книжного читання [12, с. 19]. Однак ніхто не береться стверджувати, у яких параметрах буде зафіксовано це

співвідношення, як зміниться суб'єктна структура видавничої галузі, що відбуватиметься в читацькому світі.

Безперечним є факт: видавничу галузь опинилася перед глобальними інноваційними викликами, ігнорування яких небезпечно. Донедавна полем інноваційності були видавничі ідеї, текст, видавничий продукт, дистрибуційні і комунікаційні процеси. Нові явища могли дивувати своєю оригінальністю, однак більшість із них не виходила за типологічні межі, характерні для культури друку. Ця культура дисциплінувала, конкуренція в ній відбувалася «на класі», результатом чого не раз ставали відкриття у сфері видавничих ідей і способів їх реалізації.

Інноваційність галузі реалізовувалася на обмеженому компетентнісному полі і давалася далеко не всім, що утримувало видавничу сферу в режимі консервативного розвитку без посягання на канонічні її продукти і традиції. Принципово іншу ситуацію створив «наступ цифри на літеру»: змінюються не лише технології, а й світоглядні, правові, культурні (у широкому розумінні) засади діяльності. Інших обрисів набуває архітектоніка галузі, новий зміст оволодіває основою багатьох процесів і технологій роботи з текстом на всіх етапах його буття.

Культура електронної книжності вабить-відлякує, як усе радикально нове. Глибинно вона не осмислена ні її гарячими прихильниками, ні непохитними опонентами. Крім проблем, вона дає багато зручностей. Найголовніша — оперативний доступ до інформації, що дуже важливо в динамічному світі. Щоправда, деякі втрати (правовий нігілізм у сфері авторського права, деградація текстів, неувага до естетичних аспектів видавничого продукту тощо) — надто висока плата за це. Саме тому нові можливості, які відкриває електронна книжність, є інноваційно-технологічним викликом для видавничої справи, а для її інноваційно неспроможних суб'єктів і сегментів — загрозою.

Вихід у цифровий світ не обмежується зміною технологічного формату книги. Він потребує внутрі видавничих і галузевих реформ. Мають змінитися погляд на ринок, структура редакційно-видавничого процесу, розуміння типологічних характеристик продукту, система взаємодії з авторами, комунікаційна і дистрибуційна діяльність. А це — нові компетенції, психокультурні настанови, критерії оцінювання тощо. Потрібні будуть й інші кадри.

Найважче на перших порах — подолання психокультурних порогів на шляху до електронної книжності, що не всім під силу. Далі теж не так просто, оскільки постають не менш високі технологічні, організаційні, фінансові пороги і нової якості ризику. Отож навіть видавці, які навчилися створювати зручний для різноформатного використання контент, забезпечили його захист, налагодили багатоканальну дистрибуцію, поки що не отримали очікуваних результатів. Причина — недосконалість використовуваних бізнес-моделей (пофайлового продажу, рекламної, передплатної), що є передумовою низьких

темпів відшкодування інвестицій, малопрогнозованих термінів досягнення позитивних показників рентабельності. Більшість висновків щодо бізнес-моделей мають емпіричну основу. До масштабних порівняльних досліджень поки що ніхто не вдавався. У фаховому середовищі ведуть мову про перспективи і недоліки моделей «відкритий доступ плюс продажі паперових книг», «перший раз — безплатно». Обговорюється і такий підхід: видавці мають орієнтуватися не на онлайн-читання, а на розповсюдження контенту у форматах, які підтримують рідери, iPhone, iPad тощо. Майже всі погоджуються, що в цифровому бізнесі важлива не тільки ціна, а й технологічна доступність (відомі, щоправда, випадки, коли ціни електронних книг перевищують паперові). Які з цих моделей найкращі і чи тільки ними обмежиться практика, покаже час.

Наразі ніхто не заявляє про успішність якоїсь із моделей. Очевидно, з цих причин не надто рветься в галузь сторонній інвестор. Комбінація несприятливих умов (зміна структури попиту, переорієнтація читачів, передусім — активних, на Інтернет, неохочість багатьох із них читати паперові книги) позбавляє сенсу концентрування видавничих стратегій тільки на друкованій книзі. А входження в цифровий світ поки що не обіцяє не лише простого відтворення, а й навіть виживання. Тому більшість обирає обережно-інноваційний підхід, який ґрунтується на переконанні, що «електронна книга — це такий самий продукт, як і друкована, але в іншому форматі» [17, с. 40]. З ним пов'язані сподівання, що видавничий сектор найменше втратить від технологічних трансформацій, якщо зуміє подолати «проблеми, пов'язані із світоглядом і розумінням місця видавців у сучасному світі» [17, с. 41]. За таких обставин найперспективнішою бачиться стратегічна концепція «Видавничий дім — 360 градусів» — просування контенту «всіма можливими напрямками і каналами, доступними сучасній людині» [6, с. 72]. У конкретних соціокультурних і конкурентних середовищах вона закономірно набуватиме специфічної спрямованості, зосереджуючи в точці досягнення результату доцільні стратегічні інструменти і сили.

Не тільки інертність, консерватизм, низька компетентісна мобільність, дефіцит фінансів ускладнюють перехід видавничої галузі у володіння «цифри». Гострі проблеми створює інтернет-піратство. Масштаб його засвідчує неавторизована дистрибуція у 2010 р.: до 40% (за іншими даними — 10%) електронних книг у США; 14 млн нелегальних скачувань у Німеччині; 90% (18 млн скачувань) — у Росії. Електронне піратство — системна загроза. Причинами його фахівці вважають: нігілістичне ставлення до інтелектуальної власності, неготовність користувачів платити за контент; нерозвинутість системи розповсюдження легального контенту. Правовий, етичний нігілізм деякі представники електронної хвилі намагаються зробити ідеологією, записуючи піратів у категорію «цінних посередників», а в ретрогради — тих, хто протистоїть їм.

Структурно потік неавторизованої дистрибуції книжкового контенту формують: сайти електронних магазинів, які офіційно працюють на території

країни, продаючи пристрої для читання з контентом; сайти із серверами в країні чи за кордоном (забезпечують пряме скачування контенту); сайти, які містять посилання на сервіси, що забезпечують обмін файлами; торренти, які надають посилання на контрольований іншими суб'єктами контент. Захиститися від піратських посягань украї складно, оскільки книгу легко скопіювати в будь-якому форматі, а від виходу у світ новинки до появи її електронної версії на піратських сайтах минає кілька днів. Можливостями оперативного блокування в Інтернеті несанкціонованого книжкового контенту видавці не володіють. Непросто переконати й операторів пошукових систем, що на конкретних сайтах він розміщений нелегітимно. Безперспективне цінове змагання з ними, оскільки вони нічого не затрачають на підготовку видання, не мають зобов'язань перед авторами. Видавнича сфера із цим викликом може не справитися, якщо проти піратства як суспільної загрози всерйоз не ополчаться автори, видавці і не знайдуть підтримки щодо цього в державі.

Оператори несанкціонованої дистрибуції книжкового контенту надто мобільні, технологічно вправні (на результативні переговори з ними ідуть тижні, на закриття сайта, стверджують, 8–9 місяців, а на відкриття нового — день). Їх сила в нахабстві і безкарності, вони майже недосяжні для санкцій, за кожним — специфічні технології порушення прав інтелектуальної власності. Тому різними мають бути і методи боротьби з ними: вибудовані на правових аргументах переговори з інформуванням про імовірні санкції з боку автора чи правовласника; тестувальні закупівлі і надсилання за їх результатами адвокатського запиту; ініціювання зняття домену з делегування (блокування сайта). Для цього потрібні переконливі аргументи, ефективні юридичні процедури, об'єднання зусиль видавців і авторів, чий оцифрований твори стали об'єктами нелегальної дистрибуції [16, с. 11].

Деякі країни намагаються системно протидіяти цьому явищу: у США за такі порушення відповідають провайдери, хостинг, сайт, на якому розміщене посилання або реклама нелегального контенту; подібна практика приживається в Італії; у Швеції карають суб'єктів неавторизованого агрегування, розповсюдження, придбання і використання контенту.

Захист авторських прав — затратна справа. З огляду на це для багатьох раціональнішим буде застосування стратегії уникнення — освоєння непривабливих для піратів ніш (випуск книг, які втілюють невідчужувану від матеріальної конструкції цінність), а також стратегії захисту — роботи з крос-медійними виданнями на основі технологій, які самі себе захищають. Одна стратегія доступніша фахівцям, психологічно і компетентнісно прив'язаним до традиційних моделей книговидання, інша потребує новітніх технологічних знань.

Конкуренція контенту легального і платного з безплатним, але нелегальним переконує, що сучасна система правового забезпечення інформаційної і видавничої діяльності уже не відповідає реаліям цифрової епохи. Їй не вистачає збалансованості інтересів авторів, правовласників,

видавництв і користувачів контенту. Очевидно, необхідно її зробити гнучкішою, передбачаючи безоплатні ліцензійні угоди і вільні ліцензії, оперування частинами (фрагментами) об'єктів авторського права, одностороннє розпорядження ними (дозвіл на використання зацікавленими особами на певних умовах). Супутні дії — запровадження мобільних процедур реєстрації і реалізації авторських прав: єдиного реєстру, уніфікованої системи шифрування творів і обліку операцій із ними; простих договірних моделей; зручних і необтяжливих платіжних систем; єдиних правил і процедур поведінки в типових ситуаціях.

У деяких країнах Європи (із пострадянських — у Росії) й у США діють Національні агентства міжнародних стандартних текстових шифрів (ISTS) для ідентифікації електронних текстів або текстів з ілюстраціями на основі стандартних описів. Система реєстрації ISTS приймає метадані видань у форматі ONIX. На основі реєстрації твору ISTS включають у ISBN, що полегшує ідентифікацію контенту, опублікованого під різними назвами або, якщо під однією назвою опубліковано два різні твори, а також будь-яку частину об'єкта авторського права.

Симптоми інтелектуального і культурного занепаду проглядаються і в тотальному розростанні плагіату, особливо у сфері навчальної і прикладної літератури. Останніми десятиліттями формується генерація псевдоавторів, які грішать привласненням чужих текстів, примітивними їх переробками. Занепадає самовимогливість, знижуються стандарти інтелектуальних домагань, етичної відповідальності на рівні видавництв. Брутальний наслідок цього — потік псевдокниг.

Навіть найстійкішим суб'єктам видавничої сфери доведеться пристосуватися до породжених електронними технологіями культурних викликів, передусім — протидіяти скочуванню галузі у стихію самвидаву, намаганням знівелювати роль редактора і видавця. Ці питання пов'язані не лише з обстоюванням необхідності певних практик на шляху тексту до читача. Ідеться про глибинні явища книжності, зневага до яких ослаблюватиме її основи, від чого постраждають не лише її класичні канони та їх прибічники, а культура загалом. Із часом це усвідомлять і невгамовні прихильники позавидавничого функціонування текстів.

Депресивно діє на галузь поєднання наступу інформаційних технологій із регресивними тенденціями у сфері читання. Це явище надзвичайно складне, у ньому сходяться «переселення» читачів в Інтернет, конкуренція медіа і форм дозвілля, психокультурні зміни. Із цим найбільше пов'язують зниження накладів книг, обміління потоку відвідувачів книгарень і збільшення серед них непокупців, зменшення сум чеків і кількості позицій у них, банкрутство систем і суб'єктів розповсюдження книг.

В Україні до цих проблем додаються несамоодатність книжкової сфери, її підконтрольність російським видавництвам. Мова про це не один рік. Деякі спроби змінити ситуацію (2006 р.) нічого перспективного не обіцяли,

оскільки передбачали адміністративні обмеження книжкового імпорту, а не нарощування власної конкурентоспроможності [1, с. 67–75]. Цей виклик українській книжності має економічну і політичну природу. Його економічний складник полягає в тому, що 8–9 із 10 проданих українському читачеві книг належать російським видавництвам — приблизно 150–170 млн примірників, у фінансовому еквіваленті — 0,5–0,6 млрд американських доларів. Утрата такого ринку означає 20–30-відсотковий обвал видавничої галузі Росії, під руїнами якої може опинитися і політичний складник російського інтересу у сфері книжності.

Навіть якби з якихось причин російські видавці покинули український книжковий ринок, то становище українських видавництв не надто поліпшилось би. Інституційно, структурно, організаційно галузь не готова до такого виклику-можливості. Через внутрішні ресурси їй не задовольнити читацького попиту, насамперед через дефіцит придатних для цього текстів. Малопродуктивними були б і пошуки їх на зовнішніх ринках, оскільки чинність більшості придбаних російськими видавництвами ліцензій поширюється і на Україну. Єдине, що залишилося, — придбання, де ще можливо, ліцензій на україномовні версії творів.

Постраждала б і книгорозповсюджувальна система України. Потужних власних мереж вона не має і навряд чи найближчим часом матиме. Адже найстабільніше явище останніх років — витіснення книгарень із центрів міст, а також їх закриття або перехід під контроль мереж, афільованих із російськими видавництвами, чи інших бізнесів. Ще одна тенденція — зникнення книжкових фабрик, у цехах яких творились історія і культура української книги. Якщо у світі занепад суб'єктів галузі (Borders — Австралія, США; «Топ-книга» — Росія) має економічну природу, то в Україні — адміністративно-економічну.

У багатьох країнах думають про запровадження інноваційних підходів у роботі книгарень, пошук ними місця серед агрегаторів і провайдерів електронних книг, перетворення їх на мультикультурні, поліфункціональні центри [2, с. 15–20], а в Україні потрібно подбати про збереження їх у місцях дислокації, повернення в центральні райони міст, створення хоча б однієї більш-менш пристойної розповсюджувальної мережі.

Останніми роками особливо загострилася контексточутливість, контекстозалежність і контекстовразливість вітчизняної видавничої галузі. Більшість її суб'єктів переймається проблемами виживання, а не цілями розвитку. Потужних, проривних, інноваційних ідей вона не знає давно. Адже це потребує особливого зосередження думки, немалих інвестиційних, матеріальних, фінансових, інтелектуальних активів. І, найголовніше, — впевненості в готовності ринку сприйняти їх. Депресивний ринок такої впевненості не дає.

Та й на донедавна стабільних ринках не все просто нині. Однак там є потужні ділові традиції і сильна зарядженість до інноваційного пошуку. Одним з останніх надбань його можна вважати формування мультимедійних структур —

інтегрування видавничого та інформаційного бізнесів, поєднання їх з інтересами бізнесів інших галузей. За такого підходу ЗМІ формують попит на певні неінформаційні продукти і на книги, які містять необхідні людям знання про них. Фінансову основу таких проектів створюють виробники продуктів [13, с. 24]. Ця інновація є реакцією на вичерпання моделі «ідея — текст — підготовка і випуск книги — дистрибуція».

У західному світі цікаві можливості обіцяє стратегія дольового фінансування потенційно перспективних проектів. Завдання її — мінімізувати ризик стратегічних невизначеностей. Одним із центрів такої практики є франдрайзинговий сайт, який акумулює кошти для підтримання інноваційних ідей, зокрема випуску книг. Кошти надсилають майбутні покупці книги, дізнавшись про задум твору з оприлюдненого автором синопсиса. Проект реалізується (написання тексту, випуск книги), якщо зібрані за встановлений час заявки гарантують необхідну для цього суму. Є моделі, що передбачають участь покупців у підготовці видання. Їх можна вважати модифікацією давно відомої передплати або новітньої — створення цінності спільно з клієнтами [15, с. 79–80].

Зміни, неминучість яких дедалі очевидніша, рівноцінні культурно-технологічній революції. Вони стосуються не лише видавничої системи. У їх основі — глобальні виклики, які на національному, корпоративному та індивідуальному рівнях діятимуть як можливості чи ризики. Багато залежатиме від того, наскільки трансформації у сфері мислення допоможуть «зрозуміти нові нюанси в нашій недосконалості» [5, с. 29]. Із цього стартуватимуть вироблення адекватних викликам ХХІ ст. цільових орієнтирів, моделювання і реалізація стратегій, зміст яких ще не навідується до видавців навіть як здогад.

Наразі необхідно визнати, осмислити крізь призму можливостей і ризиків найновіші реалії і ті, що прогнозуються на найближчих горизонтах. Це спонукає до пошуку сил для виживання. Про перспективи ніхто мови не веде, оскільки не просто спрогнозувати майбутнє галузі і книжності загалом. Тенденції підказують, що найближчими роками пошук і реалізація нових можливостей відбуватимуться на принципово іншій, ніж раніше, маркетинговій основі. Донедавна більшість сил зосереджували на книзі, тепер на перший план виходять інноваційні технології творення контенту, комунікації в цільових аудиторіях (формування їх), новітні методи дистрибуції. Якість контенту, авторитет видавничої марки втрачають конкурентну самодостатність, оскільки по дорозі до читача їх випереджають контент мобільнішого оператора, супроводжуваний сильною інформаційною підтримкою. Це — теж виклик. І далеко не останній. Який зміст матимуть наступні і скільки їх буде, важливо знати, а ще важливіше — працювати на рівні породжуваних ними спонук.

1. Афонін О. В. Українська книга в контексті світового книговидання / О. В. Афонін, М. І. Сенченко. — К. : Книжкова палата України, 2009. — 277 с. 2. В пространстве внутренней свободы // Книжная индустрия. — 2010. — № 8. — с. 15–20. 3. Виклик // Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD) / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. — К. ;

Ірпінь : Перун, 2009. — 1736 с. : іл. 4. Виклик // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1971. — Т. 1. — 800 с. 5. Есенський Б. С. А надо ли заниматься издательским делом? / Б. С. Есенський // Книжная индустрия. — 2011. — № 8(90). — Октябрь. — С. 28—29. 6. Иванов А. Цифровая печать в медиа-пространстве / Александр Иванов // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 72—75. 7. Загроза // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1972. — Т. 3. — 744 с. 8. Крах // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1973. — Т. 4. — 842 с. 9. Можливість // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1973. — Т. 4. — 842 с. 10. Можливість і дійсність // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (голова редкол.). — К. : Абрис, 2002. — 742 с. 11. Небезпека // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1974. — Т. 5. — 840 с. 12. Нечитающие, пираты и нечестные оптовики : какое будущее нас ожидает? // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 19—21. 13. Олег Бартеуев: «Мы проиграли этот рынок навсегда» // Книжная индустрия. — 2011. — № 7(89). — Сентябрь. — С. 18—24. 14. Ризик // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1977. — Т. 8. — 928 с. 15. Ро О. «Если дружно мы навалимся», или Долевое финансирование в книжной индустрии / Ольга Ро // Книжная индустрия. — 2011. — № 7(89). — Сентябрь. — С. 79—80. 16. Российский книжный союз готовит кампанию против интернет-пиратов // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 11. 17. Сколько вешать в байтах? // Университетская книга. — 2011. — Октябрь. — С. 40—41. 18. Шанс // Словник української мови : [в 11 т. / Акад. наук Української РСР, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні ; ред. кол. : І. К. Білодід (голова) та ін.]. — К. : Наукова думка, 1980. — Т. 11. — 700 с.

СОВРЕМЕННОЕ ИЗДАТЕЛЬСКОЕ ДЕЛО: МЕЖДУ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ УГРОЗАМИ И ВОЗМОЖНОСТЯМИ

В издательском деле, как и в других сферах деятельности, стратегические угрозы открывают новые возможности, а неудачная реализация стратегических возможностей угрожает устойчивости, конкурентоспособности субъекта. Рассматривается природа и особенности этих явлений.

THE MODERN PUBLISHING BUSINESS: BETWEEN STRATEGIC THREATS AND OPPORTUNITIES

In publishing business, as well as in other spheres of activity, the strategic threats offer new challenges, and the unlucky implementation of the strategic opportunities threatens the stability and competitiveness of business. The article deals with the nature and characteristics of these phenomena.

Стаття надійшла 16.12.2011

УДК 007 : 304 : 070

В. В. Брадов*Маріупольський державний університет***РИЗИКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ (ЗМК) ЯК СУБ'ЄКТІВ МЕДІАРИНКУ: ПРОБЛЕМИ КЛАСИФІКАЦІЇ**

Розглядаються ризикоутворюючі чинники у діяльності засобів масової комунікації в умовах медіаринку, на основі аналізу визначаються види наявних ризиків, пропонується їх класифікація.

Медіаринок, медіапідприємство, ризикоутворюючі чинники, ризики, класифікація, медіаконтент

Медіаринок України як соціально-комунікаційна структура з розвитком національного інформаційного простору, його інформаційно-комунікативної інфраструктури, подальшої інтеграції у світові процеси, все більше опиняється під впливом різних (як контрольованих, так і не контрольованих) чинників і явищ. Своєю чергою, в діяльності медіапідприємств — основних ланок медіаіндустрії, що виробляють контент і поставляють його як засоби масової комунікації (ЗМК) на медіаринок, — посилюється невизначеність, конфліктність, зростає залежність результатів інформаційної діяльності від стану зовнішнього (ринкового) середовища, змін споживчого попиту. Особливого значення набуває їх здатність протистояти конкурентним вимогам, що постійно змінюються — знаходити нові способи впливу на споживачів медіа і підвищувати конкурентоспроможність інформаційного продукту, що випускається.

Українські та зарубіжні дослідники — А. Абаїмов, В. Ворошилов, О. Гоян, В. Іваницький, В. Каверин, М. Недопитанський, В. Полукаров, А. Потребін, Е. Разумов, К. Фінк — у своїх працях торкаються питань, пов'язаних з наявністю певних загроз у діяльності медіапідприємств. Нечисленні спроби аналізу і класифікації наявних ризиків здійснюються в дослідженнях І. Волкова, Н. Драгомирецької, В. Падейського, В. Теремка, В. Шпака. Проте часто для праць цієї проблематики є характерними неоднозначність у трактуванні тих або інших особливостей досліджуваного явища, розуміння його суті, співвідношення об'єктивного і суб'єктивного. Загалом аналіз наукової періодики і літератури дає можливість констатувати відсутність єдиного підходу до визначення ризиків інформаційної діяльності медіапідприємств, їх класифікації. Актуальність і маловивченість проблеми стали причиною для проведення цього дослідження.

Мета статті — дослідити суть і зміст ризику, особливості його прояву в процесі функціонування медіапідприємства; визначити ризикоутворюючі чинники; ідентифікувати і класифікувати основні види наявних ризиків інформаційної діяльності.

Особливістю діяльності сучасних ЗМК є подвійність покладеного на них завдання: з одного боку, виступаючи активними учасниками політичного