

Знання, 2011. — 423 с. 6. У Держінформнауки обговорили питання розвитку науки та науково-технічної сфери [Електронний ресурс] // Урядовий портал — Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/>. — Назва з екрану. 7. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва / Л. А. Швайка — Львів : Укр. акад. друкарства, 2005. — 432 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ИЗДАТЕЛЬСКО-ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ: СУЩНОСТЬ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Рассмотрены основные элементы инновационной инфраструктуры издательско-полиграфической отрасли и факторы, влияющие на них. Освещены проблемы развития инновационных процессов в Украине. Проанализирована законодательная база в сфере инновационной деятельности. Предложено мероприятия для устойчивого комплексного развития издательско-полиграфической отрасли.

THE INNOVATION ACTIVITIES AT PUBLISHING AND PRINTING COMPANIES: SUBSTANCE AND TENDENCY EVOLUTION

The basic elements of innovation infrastructure of publishing and printing industry and the factors that affect them. The problems of the development of innovative processes in Ukraine. Analysis of the legal framework in the field of innovation. The proposed objectives and measures for sustainable integrated development of publishing and printing industry.

Стаття надійшла 28.11.2012

УДК 007 : 304 : 655

Р. Л. Владімірська

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ»

ЕЛЕКТРОННА КНИГА В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ: ДОСВІД ОКРЕМИХ ПРОЕКТІВ

Аналізуються електронні видання, які сьогодні набувають популярності. Розглядаються додаткові можливості, які отримують всі учасники книжкового ринку, що мають пристосуватися до нових умов.

Електронні видання, книга, книжковий ринок, цифрові технології

Значення електронних видань у соціокомунікативному просторі постійно зростає. Фактично, можна говорити про новий етап у розвитку книговидання та соціальних комунікацій у цілому. Поява дешевих та зручних електронних пристроїв для читання сприяє збільшенню їх продажів. Читачі, що використовують рішення від Kindle, Apple або Google сьогодні вже не є рідкістю. Іноземні видання, присвячені видавничій справі, освітлюють

тематику електронних книг постійно, акцентуючи увагу на співвідношенні друкованих та електронних книг у майбутньому.

Якщо взяти до уваги зарубіжний досвід, то можна дійти висновку, що електронні видання лише збільшують споживання книжок, а не зменшують, як це передрікалося раніше. Скажімо, опитування майже трьох тисяч споживачів, яке проводила компанія Bain & Company у шести країнах на трьох континентах (США, Японія, Німеччина, Франція, Великобританія та Південна Корея), свідчить, що читачі більше читають, коли в них є цифрові пристрої для читання [11, с. 4]. Дослідження вчених доводять, що використання електронних книжок у навчанні збільшує рівень знань та мотивацію школярів [21, с. 17].

Одне з перших місць за популярністю електронних видань займає Японія. У 2007 р. обсяг продажів таких книг становив 35,5 млрд ієн, що на 95% більше, ніж за попередній рік. Надалі спостерігається постійний зріст, хоча й не такий активний. Так, частка ринку електронних книжок у 2011 р. становила 72,3 млрд ієн, що на 6,3% більше, ніж у 2010 р. [10, с. 31]. Японія не є винятком. Згідно з даними Американської асоціації видавців, у січні 2011 р. було продано 3,9 млн електронних книжок для дітей та підлітків. Через рік, у січні 2012 р., обсяг щомісячних продажів зріс до 22,6 млн [15].

Слід зазначити, що європейські видавці ставляться до електронних видань обережніше, ніж їх американські колеги. Відповідно до опитування, що проводила міжнародна корпорація PricewaterhouseCoopers, видавці у США вважають бізнес, пов'язаний з випуском електронних видань вигідним, завдяки високим маржинальним прибуткам та низькій собівартості. А от представники книговидавничої індустрії в Європі вбачають у цій складовій частині більше ризиків, аніж прибутків [18, с. 2].

У будь-якому випадку, у тій чи іншій пропорції, але на електронні книги припадатиме суттєва частка загального обсягу продажів продукції видавництва й надалі вона тільки збільшуватиметься. Цьому сприятимуть такі світові тенденції: технічне вдосконалення спеціальних пристроїв, що наближують враження від електронного читання до відчуттів при читанні друкованої продукції; дедалі глибше проникнення Інтернету до всіх сфер життя, що змінює читацькі звички; збільшення популярності високотехнологічних мобільних пристроїв, зокрема смартфонів, серед населення, які також збільшують споживання електронних книжок.

Отже, перед видавцями, друкарями та книгорозповсюджувачами сьогодні відкриваються додаткові можливості, яких не слід уникати. При цьому всі учасники книжкового ринку мають переглянути свої бізнес-моделі, відносини одне з одним та адаптуватися до змін. Причому, адаптація має торкнутися усього видавництва в цілому: як редакцій, так і виробничого, маркетингового чи юридичного відділів.

Водночас неможна говорити, що діяльність видавництва докорінно зміниться найближчим часом. Як і раніше, їх завданням є пошук, відбір, обробка та поширення контенту. Зміни полягають у диверсифікації прибутків,

виготовленні додаткової, електронної продукції, яка не скасовує виготовлення друкованих видань. Причому електронні видання можуть доповнювати традиційні паперові книги або випускатись окремо. Цифрове середовище дозволяє залучати такі технології та викликати такі враження у читача, використання яких неможливе у традиційних книжках. Йдеться про різноманітні звукові та відео-ефекти, а також інші нетрадиційні інтерактивні формати: спеціальні довідкові віконця, що з'являються на екрані під час читання дитячих книжок, путівники, що змінюють мапи та зображення, залежно від GPS-положення, кулінарні книги із вбудованими таймерами та відео-рецептами.

Для ілюстрації візьмемо видання Річарда Дюкінга *The Magic of Reality* («Магічна дійсність»), де читач «контактує» із сюжетом через інтерактивні демонстрації та ігри, що дозволяють особисто поекспериментувати з науковими питаннями, що обговорюються у книзі, скажімо, змоделювати ефекти нагрівання, тиску або земного тяжіння [5].

Ще один цікавий приклад — пригодницька англomовна книга *The Eagle and the Snake* («Орел та змія») сучасного автора В. Крейга Ріда. Інноваційне електронне видання, доступне для скачування на всіх основних платформах, відрізняється тим, що має декілька варіантів розвитку та закінчення сюжету. Все залежить від вибору шляхів, якими «піде» читач [13].

Вдале поєднання сучасних технологій може дозволити видавництву збільшити прибуток на конкретний вид продукції, поліпшити свою репутацію як прогресивної сучасної компанії, посилити позиції на ринку.

Розвиток інформаційних технологій, оцифрування контенту позначилися і на стосунках видавців з авторами. Співпраця з видавництвом практично до кінця 1990-х рр. була чи не єдиною можливістю для 99% авторів бути надрукованими та отримати визнання. На сьогодні створення електронних книг власноруч — не є чимось дивним або незвичайним, цифрові технології дозволяють зробити це, натиснувши лише кілька кнопок. Саме тому багато авторів користуються можливістю перебрати на себе повністю або частково такі функції видавництва, як просування книжок, співпраця з друкарнею та книготорговельними організаціями. У таких умовах видавці повинні обстоювати та доводити свою цінність авторам, більше приділяти уваги їхнім правам та інтересам. Нові автори цінуватимуть ті видавництва, що зможуть забезпечити виготовлення та поширення як традиційної, так і електронної книги.

Цифрова ера не тільки надала більше сили популярним авторам у переговорах із видавництвами, а дала змогу збільшити прибутки. Ряд авторів вже розділили права на друковані й цифрові роботи. Наприклад, Пауло Коельо надав Amazon ексклюзивні права на міжнародні онлайн-продажі 17 з його книг у 2010 році. Іен Мак'юен, лауреат Букерівської премії, підписав угоду з Rosetta Books, спеціалізованим видавництвом з випуску електронних книжок. У Франції, Марк Леві для управління правами на свої цифрові книги використовує не свого традиційного видавця, а компанію Versilio, що спеціалізується на книжковому маркетингу [12, с. 12].

Крім того, автори сьогодні можуть бути більше залучені до процесу просування книжок, наприклад, використовуючи власні Інтернет-ресурси, та публікуючи на них частини своїх видань у електронному вигляді.

У сегменті поширення книжок цифровий перехід позначився, насамперед, зміщенням акцентів у бік прямих продажів. Збільшилася кількість онлайн-продажів, фактично книжкові Інтернет-магазини стають ключовим каналом дистрибуції та перебирають на себе різні завдання видавництва та книгарень: збирання контенту, поради та послуги для читачів. Хоча практична відсутність перешкод для вступу на цифровий ринок спонукає усіх гравців до посилення Інтернет-експансії: як авторів (самостійний маркетинг), так і видавців (власні продажі). Також можна оминати поза увагою таке принципово нове явище, як великі міжнародні Інтернет-платформи для продажу електронного контенту Amazon, Apple та Google, які підсилюють конкуренцію, але водночас і підтримують ринок електронних видань через випуск власних пристроїв для їх читання.

Ціноутворення на електронні книги також відрізняється від традиційного. Передусім, потрібно враховувати такий чинник як небажання сплачувати за видання, що теоретично можна знайти в Інтернеті. Загалом електронні книги коштують менше за рахунок собівартості виробництва, відсутності витрат на зберігання та ризиків, пов'язаних зі збитковими продажами.

Поява електронних книжок спровокувала і зміни у відносинах видавництва з друкарнями. Насамперед знижуються наклади, зростає кількість назв, що спонукає використовувати цифровий друк, а не офсетний. Це скорочує та спрощує виробничі процеси, дає можливість друку навіть одиничних примірників книги. Доволі популярною стає технологія print-on-demand (друк книги «за вимогою»). Для прикладу згадаємо Espresso book machine від компанії Xerox, що була встановлена наприкінці 2011 р. у київській книгарні «Сяйво книги». Обладнання цифрового друку дозволяє за п'ять хвилин отримати надруковану, проклеєну та оправлену книгу, а також дає доступ до колекцій з кількома мільйонами електронних видань.

Отже, електронні видання відіграють значну роль у соціокомунікативному просторі поряд з традиційними паперовими книгами. Це надає додаткові можливості видавництвам, хоча слід розуміти, що отримати прибутки з таких книг — непросто. Усі учасники ринку повинні адаптуватися та злагоджено співпрацювати — саме це буде запорукою успішної діяльності.

1. Сміт Д. К. Посібник книговидавця / Д. К. Сміт — К. : Любіть Україну, 1999. — 144 с.
2. Book Publishing — Focus On Education: Overview Of Key Markets [Електронний ресурс] // New Zealand Trade And Enterprise. — 2012. — 29 р. — Режим доступу: <http://www.nzte.govt.nz/explore-export-markets/market-research-by-industry/Documents/Education-publishing-May-2012.pdf>
3. Clark G. Inside Book Publishing [Електронний ресурс]. / G. Clark, A. Phillips. — London : Routledge, 2012. — 320 р. — Режим доступу: <http://books.google.com.ua>
4. Davies G. P The professionals' guide to publishing: a practical introduction to working in the publishing industry / G. Davies; R. Balkwill. — Philadelphia : Kogan Page Limited, 2011. — 320 р.
5. Dawkin R. The Magic of Reality [Електронний ресурс]. / R. Dawkin — London : Random House Group, 2011. — Режим доступу: <https://itunes.apple.com/us/app/the-magic-of-reality/id461771375?mt=8>
6. Değirmencioglu S. M. Publishing as

Social Action: Building Editorial Policies for a Worldwide Journal / S. M. Değirmencioglu // Journal for Social Action in Counseling and Psychology. — 2011. — Vol. 3, No. 3. — P. 142–149. 7. Dolatabadi H. R. How Can E-Services Influence On Customers' Intentions toward Online Book Repurchasing (SEM Method and TPB Model) / H. R. Dolatabadi, M. Gharibpoor // International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. — 2012. — Vol. 2, No. 6. — P. 135–146. 8. Guthrie R. Publishing: Principles and Practice. / R. Guthrie. — London : Sage, 2011. — 240 p. 9. How Media Companies Are Innovating And Investing In Cross-Platform Opportunities: Results of AAM's 2012 Digital Publishing Survey [Електронний ресурс] // The Alliance for Audited Media. — 2012 — 23 p. — Режим доступу: <http://www.auditedmedia.com/media/182933/aam2012survey.pdf> 10. Introduction to Publishing in Japan / Edited by International Committee, Japan Book Publishers Association. — Tokyo: Japan Book Publishers Association, 2012. — 46 p. 11. Năstase A.-N. Book Industry and Market in Today's Economy: Abstract of the PhD thesis [Електронний ресурс] // Romanian Academy National Institute of Economic Research «Costin C. Kirițescu». — 2012. — Bucharest. — 12 p. — Режим доступу: <http://www.ince.ro/ANNASTASEENG.pdf> 12. Publishing in the digital era: Bain & Company Report [Електронний ресурс] // Bain & Company, Inc. — 2012. — 20 p. — Режим доступу: http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2010_Etude_Bain_GB.pdf 13. Reed W. C. The Eagle and the Snake [Електронний ресурс] / W. C. Reed. — New-York : Diversion Books, 2012. — 224 p. — Режим доступу: <https://itunes.apple.com/us/book/the-eagle-and-the-snake/id527974511?mt=11>. 14. Schlözer R. Digital Technology Transforming the Book Publishing World [Електронний ресурс] / R. Schlözer // Info Trends. — 2011. — 6 p. — Режим доступу: http://www.ipex.org/files/digital_technology_transforming_the_book_publishing_world.pdf 15. Sporkin A. Publishing Industry Has Strong January Revenue Growth In Print Books And Ebooks For All Audiences [Електронний ресурс] / A. Sporkin // The Association of American Publishers [сайт]. — 2012. — Режим доступу: <http://www.publishers.org/press/62/> 16. Staley D. J. FUTURES THINKING FOR ACADEMIC LIBRARIANS: Scenarios for the Future of the Book [Електронний ресурс] / D. J. Staley // American Library Association. — 2012. — 34 p. — Режим доступу: <http://www.ala.org/acrl/sites/ala.org.acrl/files/content/issues/value/scenarios2012.pdf> 17. Taking Advantage of Market Disruption in Book Publishing [Електронний ресурс] // Xerox : [сайт]. — 2011 — 26 p. — Режим доступу: <http://www.xerox.com/digital-printing/latest/BDMWP-01U.PDF> 18. Turning the Page: The Future of eBooks (study of PricewaterhouseCoopers) [Електронний ресурс] // PricewaterhouseCoopers [сайт]. — 2010. — 36 p. — Режим доступу: http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/pdf/eBooks-Trends-Developments.pdf (21.01.2013) 19. Wallace D. Parts Of The Whole: The Virtue of Books / D. Wallace // Numeracy. — 2012. — Vol. 5: Iss. 2. — P. 3–5. 20. Woll T. Publishing for Profit: Successful Bottom-Line Management for Book Publishers. / T. Woll. — 4 edition. — Chicago : Chicago Review Press, 2010. — 400 p. 21. 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.

ЭЛЕКТРОННАЯ КНИГА В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ОПЫТ ОТДЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Анализируются электронные издания, которые сегодня приобретают популярность. Рассматриваются дополнительные возможности, которые получают все участники книжного рынка, которые должны приспособиться к новым условиям.

EBOOK IN THE SOCIAL COMMUNICATIONS EXPERIENCE SOME PROJECTS

Analyzed electronic editions, which are now gaining popularity. Consider additional features that are all members of the book trade with adapt.

Стаття надійшла 06.12.2012

УДК 655.413+378

О. Ю. Сенік*Українська академія друкарства***ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ
УНІВЕРСИТЕТСЬКОГО КНИГОВИДАННЯ:
УКРАЇНСЬКИЙ ТА ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД**

Розглядаються історичні передумови виникнення і розвитку університетського книговидання як закордонних, так і українських видавництв. Визначаються відмінності видавництв вищих навчальних закладів від видавництв комерційних. Окреслюються потреби існування університетських видавництв, їх основні проблеми та перспективи діяльності.

Університетське видавництво, книгодрукування, вищий навчальний заклад, видавнича діяльність

Найважливішим компонентом духовного життя людей є система освіти, яка пов'язана з реалізацією процесу поширення знань. Розвиток науки та освіти в суспільстві невід'ємний від діяльності університетів, що мають давнє коріння, бо традиція книгодрукування у вищих навчальних закладах формувалася історично, ще зі створення перших університетів.

Видавнича діяльність займає особливе місце у вищих навчальних закладах. Сьогодні дуже важко обійтися без навчальних та наукових видань, книга залишається вагомим показником науково-педагогічної діяльності закладу. Немає універсальнішого засобу для формування інформаційного простору, збереження наукової і методичної спадщини.

Видавництва при вищих навчальних закладах існують у кожній країні, кожному з яких властива своя спеціалізація та особливості.

Розвиток і особливості університетського книговидання невідривні від еволюції наукової літератури, формування якої — це складний процес, пов'язаний з прогресом самої науки, її диференціацією.

Метою статті є спроба розкрити особливості діяльності університетських видавництв, як українських, так і закордонних.

Для досягнення поставленої мети потрібно: визначити поняття «університетське видавництво»; з'ясувати різницю між видавництвами при вищих навчальних закладах та видавництвами комерційними; охарактеризувати потреби існування університетського видавничого осередку; навести способи вирішення проблем їхньої діяльності.

В Україні проблеми і перспективи університетського книговидання розглядали С. Водолазька та Р. Самотий. Водночас у статті проблеми і перспективи розглянуто ширше, у контексті історії окремих університетських видавництв та книгодрукування загалом. Усвідомлення суспільством потреби в друкованій книзі, причини виникнення перших університетських видавництв, заснування університетів і поширення книгодрукування — важливі аспекти,