

УДК 655.41:004(477)
ББК 76.174.719с51

К ВОПРОСУ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ УКРАИНСКИХ ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАТЕЛЬСТВ

© В. В. Кайди, 2013

*Научная библиотека Национального фармацевтического университета
61002, г. Харьков, ул. Пушкинская, 53*

Определены особенности развития электронного книгоиздания в Украине на современном этапе его становления.

Ключевые слова: электронное книгоиздание, электронные издательства.

The features of electronic book publishing in the Ukraine at the present stage of its development are determined.

Key words: electronic publishing, electronic publishing-houses.

Глобализационные процессы трансформируют все сферы человеческой деятельности, способствуют активному внедрению электронных устройств для чтения электронного контента. Украинские книгоиздатели вынуждены адаптироваться к новым социально-коммуникационным условиям, активно входить в электронную торговлю, изменять модели книжного бизнеса, внедрять передовой зарубежный опыт с учетом украинского менталитета и традиций украинской книжной культуры. У многих традиционных издательств появляются собственные сайты, посредством которых:

- предлагается спектр полиграфических, маркетинговых и других услуг;
- представляются книжная продукция собственного производства, а также электронные издания (как самостоятельные, так и в дополнение к печатным версиям изданий), оказываются услуги по их созданию;
- осуществляется сотрудничество с электронными магазинами для привлечения пользователей и расширения географии потребления традиционной и электронной книжной продукции.

Но при этом украинское электронное книгоиздание не имеет четкой и отлаженной модели функционирования отрасли в современной социальной коммуникации, что обуславливает актуальность нашего исследования.

Современные изменения условий функционирования книгоиздательской отрасли требует исследования предмета в различных аспектах. Украинские ученые пытаются выявить особенности развития электронного книгоиздания применительно к социально-коммуникационной реальности в Ук-

раине. Так, А. В. Афонин, Н. И. Сенченко, Н. С. Тимошик, Н. И. Кучина, Е. Н. Куликова, А. А. Карпенко, В. А. Маркова, О. А. Литвиненко, В. Теремко указывают на трансформационные тенденции книгоиздательской отрасли вообще и в Украине в частности. Поэтому актуальным является определение стратегий и направлений дальнейшего развития электронного книгоиздания в Украине.

Новые возможности, объединяющие все области информационной, издательской, образовательной деятельности и других сфер, становятся все более масштабными. Это порождает новые направления развития, стандарты создания и функционирования электронных изданий в современном обществе. Сегодня эта сфера сосредоточивает в себе мощные бизнес-интересы, которых никто не мог предвидеть ранее, и ведет к социально-экономическим изменениям в производстве и функционировании информации, трансформирующим в корне все области человеческой деятельности, включая книгоиздание.

Украина находится на этапе активного вхождения в мировой информационный рынок, издатели пытаются найти свои ниши, создавать и реализовывать электронную продукцию, соответствующую мировым стандартам. Наблюдается увеличение числа пользователей, все чаще предпочитающих электронные издания в качестве оперативных и удобных источников получения информации. Происходит интеграция книгоиздателей в интернет-среду. Как отмечает украинская исследовательница Л. Горденко: «Радикально изменив информационную жизнь, Интернет стимулировал интегрирование издательской и медийной отраслей, формирование на этой основе области мультимедийной; синтезировав текст, звук, видео, вызвал выражение в книге

признаков и функций мультимедийного (кросс-медийного) продукта» [2, с. 4].

Присущий Интернету «эффект присутствия» «сделал всех включенных в орбиту книги лиц его соавторами». <...> Широкое распространение получили: «сетевые авторы» и «сетевая литература», которая становится источником «самиздата» (в России, например, функционирует сервис «Самиздат»); деактуализация тиража книги; появление «активного читателя», ориентированного не на потребление готовой продукции, а на сотворчество; полидискурсивность; интенсификация литературного, книжного дискурса т. д. [4, с. 10]. При этом следует заметить, что во всем мире наблюдается конкуренция печатной и электронной книги, и Украина – не исключение, что можно охарактеризовать как определенную тенденцию, значительно влияющую на весь книжный бизнес в целом.

Причин настоящего положения дел можно отметить несколько. Во-первых, появление и быстрое распространение новых средств информации в виде электронных книг и электронного контента вызвало падение интереса к книге как к носителю информации. Издательства потеряли часть своих потенциальных читателей – современных мобильных людей, которые хотят получать информацию быстро и малозатратно; читать, делать закладки и даже вводить свои правки «на полях», иметь доступ к книге в любом месте и в любое время. Этим требованиям удовлетворяет одно электронное устройство, включающее в себя целые библиотеки.

Во-вторых, в эпоху информационного глобализма цепь «автор – издатель – читатель» упрощается, теперь можно опубликовать книгу без посредника, которым является издательство. Мало того, можно получать за это деньги, часто превышающие в несколько раз издательский гонорар. Такой опыт весьма распространен на Западе, когда известные писатели выкладывают на своих сайтах в свободное пользование написанные ими произведения, предлагая добровольное перечисление средств на их счет.

В-третьих, за последние десятилетия расширилась сфера развлечений, что повлекло за собой снижение интереса к книге как к способу проведения досуга. Мультимедийные средства, построенные по принципу «текст + картинка + звук + фото и видео» с возможностью подключения к сети, становятся все актуальнее.

В-четвертых, существование электронных библиотек и интернет-магазинов позволяет бесплатно или малозатратно скачивать книги из Интернета, затем читать их с монитора персонального компьютера (ПК), карманного персонального компьютера (КПК), электронных книг или в распечатанном виде [3, с. 40–41]. Следует отметить, что эта последняя тенденция сегодня имеет все меньше сто-

ронников. Указанное снижение спроса можно охарактеризовать как кризис, связанный с рентабельностью производства книг в Украине.

С целью сокращения разрыва между Украиной и развитыми странами в направлении распространения, производства и эффективности использования книгоиздательской продукции реализуется ряд основополагающих документов: Законы «Об издательском деле» (от 05.06.1997), «Об основных принципах развития информационного общества в Украине на 2007–2015 гг.», «О библиотеках и библиотечном деле» (от 27.01.1995), «О Национальной программе информатизации» (от 04.02.1998); концепции «Государственной целевой программы поддержки и развития чтения на период до 2015 года», «Государственной целевой программы популяризации отечественной книгоиздательской продукции на 2009–2012 гг.»; «Государственная национально-культурная программа создания единой информационной библиотечной системы “Библиотека-XXI”» (от 17.08.2011) и другие законодательные и программные документы украинского законодательства.

Современные исследователи акцентируют внимание на уменьшении объемов книжного производства не только в отечественном бизнесе, но и во всем мире. При этом украинские издатели обеспокоены обстоятельствами, которые вытесняют с рынка украинские издания [3, с. 41–42]. Это требует активизации интеграционных процессов и электронного книгоиздания, расширения и обогащения услуг в электронной среде. Указанные тенденции согласуются и с изменением читательских практик.

Следует отметить, что постепенно расширяется рынок мобильных устройств для чтения электронных изданий, существенно облегчающих процесс получения книг через сеть или ПК, просмотр и их сохранение в любое время и в огромном количестве. На данный момент электронные мобильные устройства находят своего покупателя, о чем свидетельствует растущий спрос на них в Украине и мире, а также их быстрое совершенствование и постепенное снижение стоимости. Также наблюдается тенденция замены электронных книг планшетными компьютерами с низкой стоимостью и широким функционалом. Планшеты компактнее книги любого распространенного формата, снабжены различными функциями, облегчают чтение, хранение и передачу информации и способны содержать огромное количество электронных изданий.

Издательствам, не учитывающим новые реалии развития информационного рынка, выживать все сложнее. Особенно страдают небольшие компании, которые не в состоянии внедрять инновационные решения и делать значительные капиталовложения в свою деятельность [3, с. 45]. Наблюдается тенденция поглощения огромными корпорациями маленьких издательств, не способных

конкурировать на украинском книжном рынке в современных условиях. К тому же маленькие издательства редко идут по пути внедрения новых технологий в промышленных масштабах. Массовый выпуск электронных изданий требует значительных материально-технических средств и высококвалифицированного персонала для создания качественного и конкурентоспособного контента, находящего своего пользователя и выводящего отрасль на рентабельный уровень производства.

В сфере антикризисного PR организуются масштабные PR-компании, целью которых становится пропаганда чтения. Проводятся акции на уровне государства (Библиотека-XXI), регионов (выставки-ярмарки), городов (буккроссинг). Наблюдается тенденция межотраслевого сотрудничества по продвижению книг. Достаточно вспомнить примеры издания книг по фильмам, которые пользуются успехом, и наоборот («Гарри Поттер», «Властелин колец», романы Д. Донцовой, А. Марининой). Показателен бренд-менеджмент в электронном пространстве – продвижение книг в Интернете, например, через авторские блоги, социальные сети, собственные веб-сайты и др.

Книжные интернет-магазины стали уже распространенным явлением как сами по себе и как дополнение к электронным издательствам, где можно не только заказать разработку дизайна и макета

книги, но и ее печать и последующую продажу. Украинские издатели осознают важность использования в своем бизнесе новейших технических средств передачи информации. Для некоторых компаний оперативность получения различных сообщений, почти мгновенная связь с клиентом и другие возможности Интернета стали вполне привычным делом.

В ходе исследования особенностей развития электронного книгоиздания в Украине автором статьи был осуществлен экспериментальный анализ отдельных аспектов деятельности украинских электронных издательств. Анализировалась динамика становления электронного рынка данной отрасли, основные направления деятельности и спектр услуг отдельных издательств (как коммуникационных каналов электронных издательств), тематика и виды изданий, предоставления информации о печатной и электронной продукции электронными издательствами пользователям с помощью сети Интернет.

Так, при изучении динамики становления электронного книгоиздания в Украине были проанализированы ныне действующие традиционные и электронные издательства Украины. Информация была собрана на основе данных официального сайта Украинской ассоциации издателей и книгораспространителей, проанализирована и значительно дополнена (рис. 1).

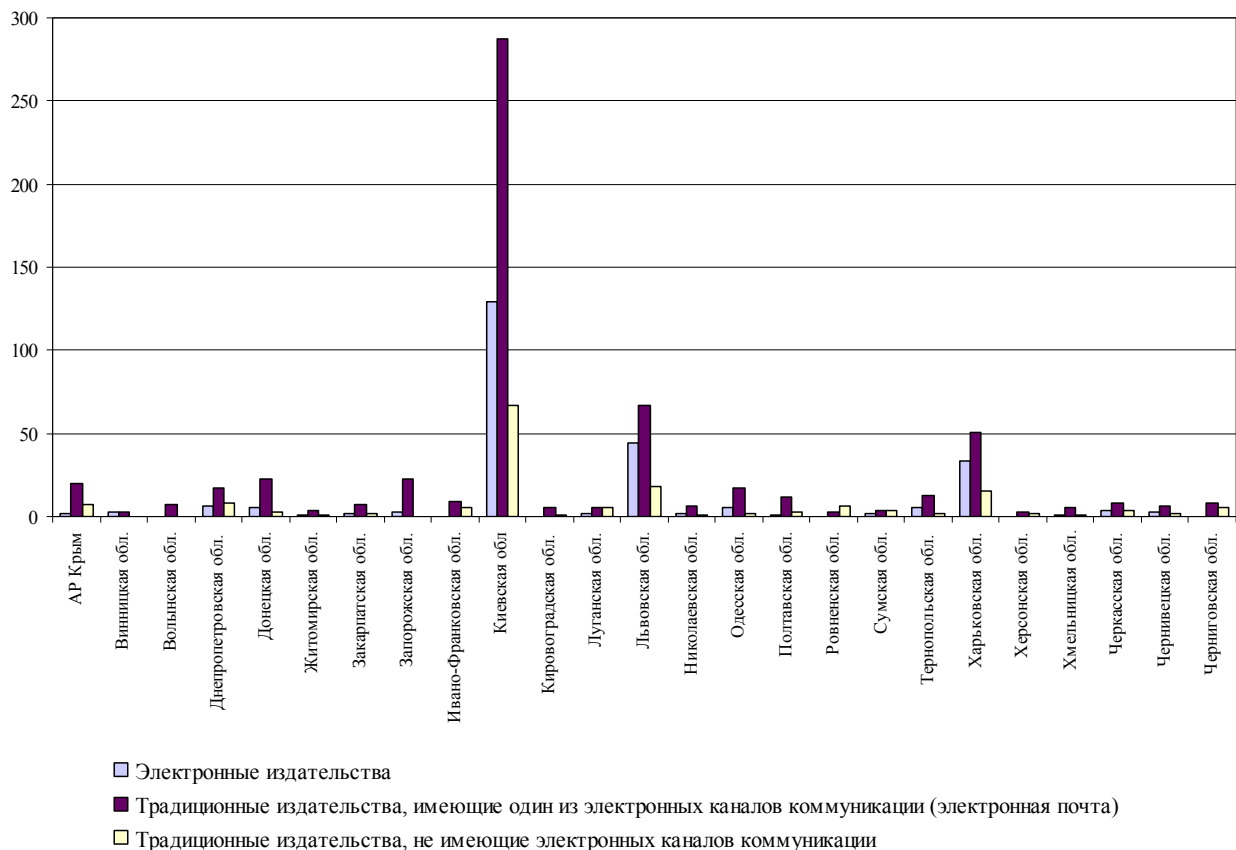


Рис. 1. Количественное сравнение издательств Украины

Согласно количественному составу издательств Украины, лидирует Киевская область, как в традиционном, так и в электронном пространстве. Это вполне закономерно, ведь в большинстве постсоветских стран издательства концентрировались в столицах, и сегодня на базе традиционных издательств возникают электронные. Далее идут Львовская, Харьковская, Донецкая области. В перечень регионов, где активно развивается электронное книгоиздание, вошли только первые две области вместе с Киевской (см. рис. 1).

Анализируя общие показатели украинских издательств следует отметить, что 48,2% издательств используют один из имеющихся каналов электронной коммуникации, 35,9% украинских издательств уже вошли в электронное пространство и функционируют в нем, 15,9% от общего количества составляют издательства традиционные, которые не используют ни один из электронных каналов коммуникации (даже такой электронный канал коммуникации, как электронная почта). Еще одним электронным каналом коммуникации являются социальные сети, к которым присоединились лишь 2,2% электронных издательств Украины.

Среди основных видов деятельности электронных издательств были выявлены следующие, %: книгоиздание (35,6); книготорговля: опт, мелкий опт, розница (34,8), через интернет-магазины (10,6), книга-почтой (6), комплектование библиотек (3,5), традиционные магазины (2); сопутствующая торговля библиотечной техникой, плакатами, стендами, знаками безопасности, канцтоварами, прессой (1,9); проектная (1,8); подписка (1,3); выпуск торговых каталогов (1,3); организация книжных и пресс-клубов (0,9); книгообмен (0,4); создание электронных изданий (0,3); организация конференций, выставок-ярмарок (0,3); сотрудничество с авторами, книгораспространителями, учителями (0,2); презентация литературы (0,2); организация тренингов и форумов (0,2); производство бумаги и картона (0,2); общественная (0,2); благотворительная (0,2) и др.

Следует отметить, что расширение спектра услуг расширяет внутренние и внешние коммуникации (с организациями книгораспространения, библиотеками, авторами, пользователями), привлекает новых участников коммуникации к процессу создания и распространения социально значимой информации, стабилизирует и расширяет уже имеющиеся коммуникационные каналы с традиционными участниками коммуникационного процесса, которые были и до настоящего времени, но требуют новых условий сотрудничества в современной социально-коммуникационной реальности.

Активно входя в электронное пространство украинские издатели предлагают ряд сервисов, доступных через электронные издательства, (в %: из-

дательские и полиграфические услуги (55,7); электронный заказ изданий (8,0); дизайнерские (7,6); дистрибьюторские (5,9); консультационные и информационные услуги (3,8); реклама (3,5); разработка, продвижение, обслуживание сайтов (3,1); перевод (1,4); маркетинговые услуги (1,35); печать по требованию (1,0); презентационные проекты (1,0); подписка (0,7); присвоения ISBN (0,7); управление авторскими правами (0,7); фотоуслуги (0,7); издание печатной книги через Интернет (0,35); электронный заказ услуг (0,35); рецензирование (0,35); управление проектами (0,35) и др. (3,5)), которые в свою очередь также поддерживают рентабельное функционирование каждого отдельного электронного издательства и делает его конкурентоспособным на украинском книжном рынке.

В результате проведенного исследования выявлены основные виды изданий, представляемые украинскими электронными издательствами. Среди них, %: учебно-методические издания (24,7), справочные издания (14,2), научные издания (14,1) и др. (0,6). Следует отметить, что украинские издатели предпочитают работать с учебно-методической (24,7%), справочной (14,2%), научной литературой (14,1%), литературно-художественными (11,1), рекламными изданиями (9,9) периодической литературой (9,1), книгами (4,7), официальными (4,3), картографическими (2,1), изобразительными (1,4), сувенирными изданиями (1,0), книжками-игрушками (0,7), презентациями (0,6), нотными изданиями (0,4), аудиокнигами (0,4), электронными изданиями – самостоятельными (0,3) и на CD дисках (0,3), электронными книгами – устройствами для чтения электронного контента (0,1), это указывает на то, что мировая тенденция к изменению читательских практик в сторону прагматического чтения увеличивается и в Украине.

В процессе исследования была проанализирована тематическая направленность электронного книгоиздания. Тематическое разнообразие украинских электронных издательств представлено следующими направлениями, %: общественные науки (45,4), гуманитарное (24,0), естественное (19,9), техническое (6,7). Издательства, выпускающие произведения различной тематики, составляют 4,0%.

Стоит отметить, что среди изданий гуманитарного направления преобладают детские (7,8%) и художественные издания (4,7%); среди технических – компьютерные издания (2,9%); среди естественных – издание по медицине (2,8%), физике (2,5%), географии (2,3%); среди общественных – издания по экономике (10,1%), праву (5,2%), филологии (4,9%), истории (4,5%). Эта тенденция указывает на то, что многие украинские электронные издательства, пытаясь сделать книгоиздательскую деятельность рентабельной и укрепляя свои позиции на книжном рынке, выпускают учебно-методиче-

ские издания общественного и гуманитарного направлений, которые востребованы во всех вузах страны любого направления.

Значительное количество исследуемых электронных издательств представляет информацию о печатных и электронных изданиях по своему усмотрению (рис. 2). Среди исходных данных об издании – титульный лист, выходные сведения (авторы, редакторы, рецензенты, перевод, год издания, объем, серия) или полное библиографическое описание издания, а также ISBN, ББК; аннотация, содержание; вес, стоимость; отзывы, аудио- и видеобзор изданий; отрывки из изданий; электронные демоверсии изданий, язык; название; тематика, формат. При этом следует отметить, что с среди прочего информация о печатных изданиях содержит отзывы; возрастную читательскую группу; гриф Министерства образования и науки (МОН) и другие характеристики, а электронные издания – электронный прайс-лист (с возможностью загрузки или на странице сайта); электронный формат; системные требования к ПК, тип носителя, продолжительность и др.

В результате, за редким исключением (см. рис. 2) пользователь не получает полной информации об электронном издании и теряется или вовсе отказывается от приобретения книжной продукции через Интернет. При этом он имеет возможность оперативного, малозатратного получения информации через электронные издания, являющиеся частично и мультимедийными продуктами. Наличие в печатных изданиях грифов и рецензентов, в свою

очередь, дает определенную гарантию достоверности информации, получаемой пользователем с помощью этих изданий.

Среди прочего подается информация об электронных изданиях: самостоятельное издание или аналог печатного; бесплатная или платная загрузка (способ ее оплаты); периодичность издания (для журналов и газет), наличие полного текста издания, электронные версии документов, архивов, презентации, баз данных указателей, сборников изданий, словарей, разговорников, справочников, статей из газет, карт, учебников, открыток; электронные книги (устройства для чтения электронного контента), возможность подписки, поиска и др.

Стоит отметить, что лишь около 1% украинских электронных издательств представляет электронные издания на CD, DVD дисках, что является незначительным по сравнению с реализацией печатной продукции. Это позволяет сделать следующие выводы:

- украинское электронное книгоиздание находится на начальной стадии своего развития, при этом прослеживается тенденция расширения коммуникационного пространства книги, автора и издательства [1, с. 209];
- имеет место институциональное, технологическое и субъектное переформатирование издательской сферы, усиление новых видов деятельности, профессиональных и личностных компетенций;
- идет вхождение в рынок новых игроков, вытеснение из сферы деятельности, деградация, банкротство многих субъектов книгоиздания;

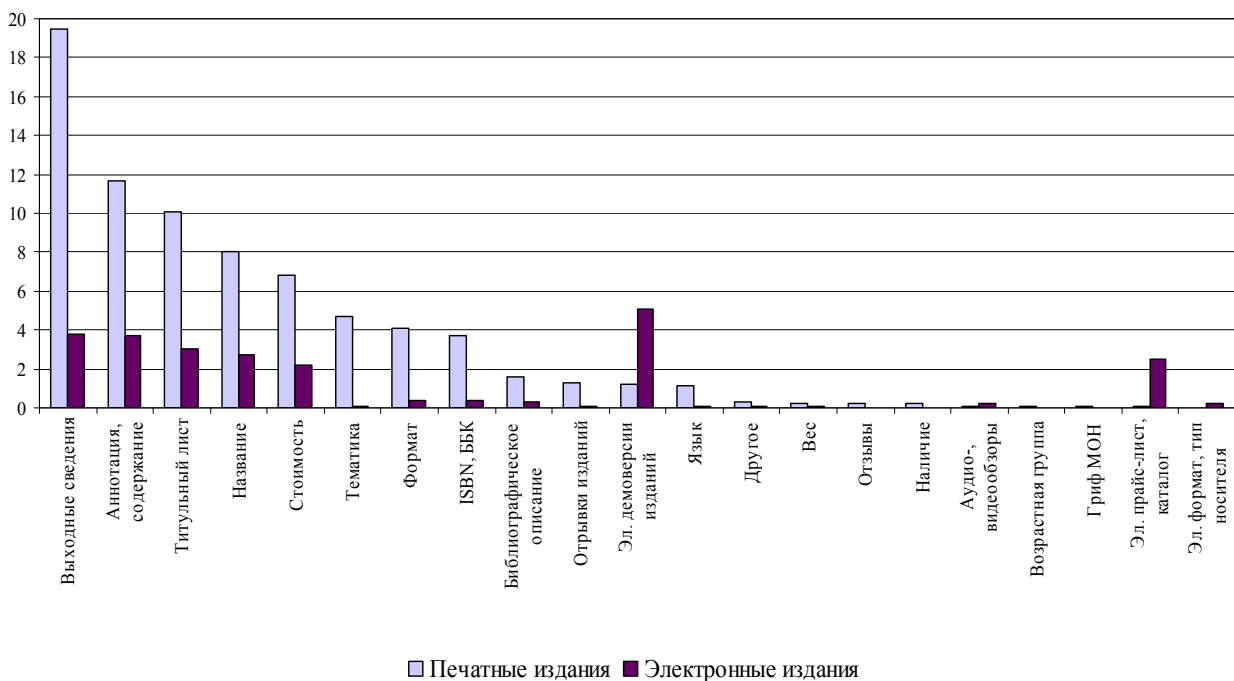


Рис. 2. Процентное соотношение основных данных об издании, предоставляемых украинскими электронными издательствами

- работники электронного книжного бизнеса приобретают статус ключевых фигур в организации информационных потоков в обществе;

- неизбежно формирование издательствами стратегического контекста деятельности, ориентированного в плоскость новых медиа, и соответствующих ему стратегических позиций, ролей, источников успеха и т. д. [4, с. 11].

Развитию рынка электронного контента также способствует вхождение мобильных операторов связи «life:», «київстар», которые предлагают своим абонентам электронные книги. Так, пользователь может загрузить в свой мобильный телефон для дальнейшего чтения понравившуюся литературу, оплатив определенную сумму, которая зависит от категории, объема и жанра книги.

Таким образом, изучение современного состояния развития электронного книгоиздания в Украине свидетельствует о начальном этапе вхождения страны в мировое электронное книгоиздание. Наблюдается активная трансформация книгоиздательской отрасли, интеграция книгоиздателей в электронное пространство, создание ими электронных издательств как центров коммуникации с читателями, и средств реализации традиционных, электронных изданий и специальных электронных устройств для чтения электронного контента.

При этом каналы восприятия информации сдвигаются в сторону аудиовизуальных. Пользователи предпочитают электронные издания в процессе получения информации; формируется особое электронное коммуникационное пространство, в котором идет становление персонального книгоиздания и активизация «печати по требованию»; в цепи «автор – читатель» происходит устранение ряда книгоиздательских организаций (полиграфических, издательских, ведомственных и др.).

Основными видами деятельности, которым украинские издатели уделяют наибольшее внимание, остаются книгоиздание и книготорговля, предоставление издательско-полиграфических услуг, что позволяет констатировать недостаточно развитую систему услуг как средств коммуникации между издателями, авторами и пользователями.

Создание и реализация преимущественно научной, учебно-методической и справочной литературы указывает на то, что мировая тенденция к изменению читательских практик в сторону прагматического чтения имеет место и в Украине. Превалирует выпуск учебно-методических изданий общественного и гуманитарного направления, которые востребованы во всех учебных заведениях и обеспечивают рентабельность производства, укрепляют позиции издателей на книжном рынке.

Пытаясь заинтересовать пользователей, украинские издатели в большинстве своем предоставляют информацию, содержащую исходные сведения и изображения изданий (использование визуальных каналов). К сожалению, украинские электронные издательства находятся на низком уровне внедрения в реализацию электронных изданий. Указанные негативные тенденции требуют разработки, необходимо усовершенствование мер по улучшению положения на украинском электронном рынке при поддержке государства и книгоиздательских организаций.

Дальнейших исследований требует определение места электронных издательств в системе социальных коммуникаций.

Литература

1. *Альт К.* Книга на экране: стратегия продукта и продаж: интервью с Зигрид Леш // Современное книгоиздание: сб. материалов по проекту «Повышение квалификации специалистов изд. дела стран Вост. Европы и Центр. Азии, 2009–2011 гг.». – М., 2010. – С. 209–225.
2. *Городенко Л.* Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси. – Киев : Центр вільної преси, 2010. – 172 с.
3. *Кобзева М. Н.* Современные тенденции: электронные книги как одно из направлений развития издательской деятельности // Открытое и дистанц. образование. – 2008. – Вып. 4. – С. 40–49.
4. *Теремко В.* Стратегічні випробування електронною книжністю // Вісник Книжкової палати. – 2011. – № 4. – С. 10–14.

Материал поступил в редакцию 11.02.2013 г.

Сведения об авторе: *Кайди Виктория Валерьевна – ученый секретарь, аспирант Харьковской государственной академии культуры, тел.: +38 (0572) 67-87-67, e-mail: vika_malke@mail.ru*