

УДК 655.41:004  
ББК 76.174.719с51

## О МОДЕЛИ ГИБРИДНОГО ЭЛЕКТРОННОГО КНИГОИЗДАНИЯ

© Е. Павловска, М. Миланова, 2013

*Университет библиотековедения и информационных технологий  
1784, г. София, бул. Цариградско шосе, 119*

Представлена модель гибридного книгоиздания, разработанная и апробированная на базе болгарского издательства «е-Книги». Описаны функциональные характеристики модели и задачи маркетинговых коммуникаций гибридного электронного издательства.

*Ключевые слова:* электронное книгоиздание, моделирование, функциональные характеристики, семантический анализ, маркетинговые коммуникации.

The model of a hybrid publishing, developed and approved on the basis of the Bulgarian publishing house «e-Book» is presented. The functional characteristics of the model and the tasks of marketing communications for hybrid electronic publishing-house are described.

*Key words:* electronic publishing, modeling, functional characteristics, semantic analysis, marketing communications.

Публикация электронных книг в мире обретает все более массовый характер. Это выражается в росте инвестиций в данный сектор средств массовой информации и в его интенсивном расширении в направлении подготовки и распространения мультимедийного контента. Многие издатели в последние годы, удовлетворяя рыночную потребность в электронных книгах, стараются переориентировать свою традиционную деятельность, сочетать производство печатных и электронных изданий. Оптимизация процесса подготовки и издания книг в традиционных издательствах, обеспечение адекватного и экономически рентабельного перехода к электронному книгоизданию и реализация электронного распространения контента представляет собой важную актуальную задачу.

В данной работе представлена модель подготовки и издания книг, сочетающая в себе как традиционные издательские функции, так и новые технологии электронного книгоиздания, что позволяет назвать ее системой гибридного электронного книгоиздания, цель которой – сбор, сохранение, смысловая обработка и предоставление необходимого печатного и электронного содержания потребителям.

В целом разработанная система аккумулирует и обрабатывает поступающие в нее данные, нормативные документы и аналитическую информацию, которые служат основой для развития самой системы, коррекции ее целей и планирования создания новых информационных продуктов.

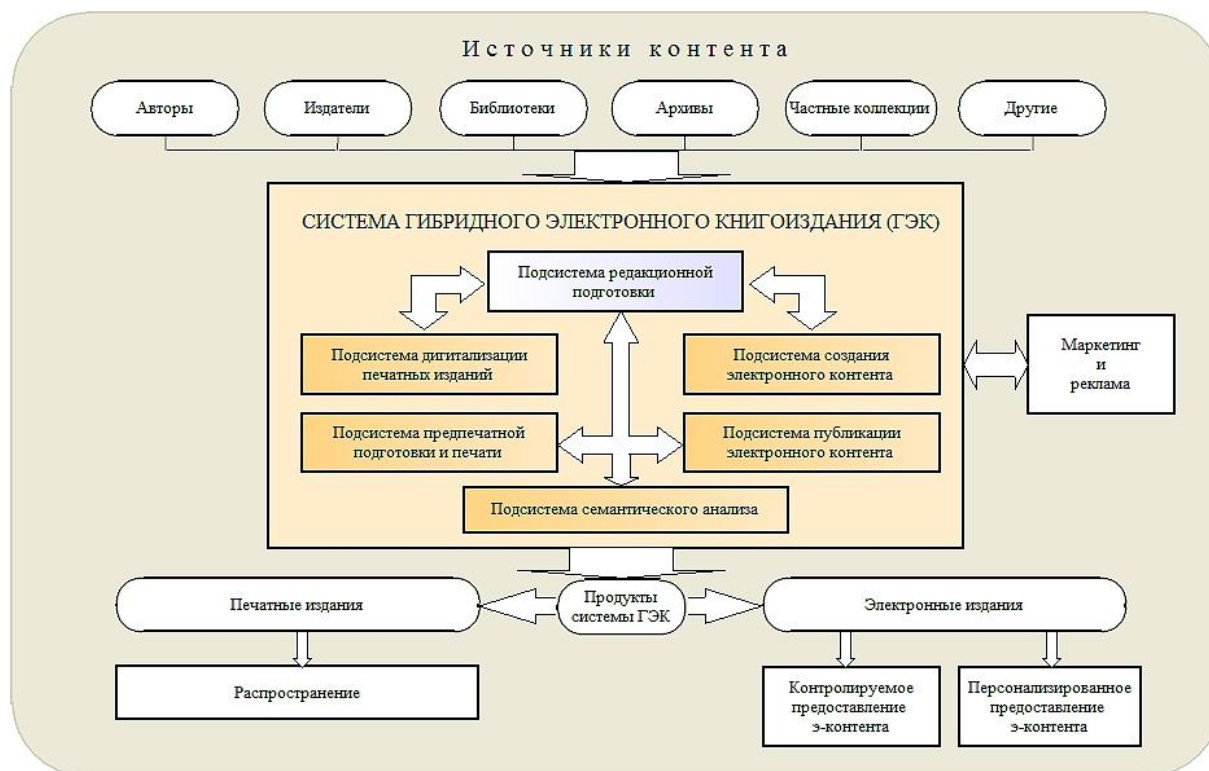
Для описания модели предлагаемой системы гибридного электронного книгоиздания использован инструментарий информационного моделирования. Информационная модель позволяет представить реальный объект исследования, отражает характеристики его элементов, описывает процессы их взаимодействия и способы решения проблем, связанных с электронным книгоизданием.

Разработанная модель системы отвечает необходимым требованиям, обеспечивающим ее функционирование: а) согласуется с информационной средой, в которой ей предстоит функционировать; б) проста и не вызовет затруднений в процессе своей реализации; в) охватывает наиболее существенные объекты и операции, что позволяет достичь поставленную цель (рисунок на с. 17).

Модель гибридного электронного книгоиздания, представленная на рисунке, является информационной системой, которая, взаимодействуя с источниками контента, исполняет как традиционные, так и новые, специфические для процесса книгоиздания функции. Источниками контента, поступающего в систему электронного гибридного книгоиздания, служат: авторы, издатели, библиотеки, архивы, частные книжные коллекции и др. Продуктами системы являются печатные и электронные издания.

Функциональные характеристики модели системы гибридного электронного книгоиздания определяют следующие основные подсистемы:

- редакционная подготовка,
- дигитализация печатных изданий,



Модель системы гибридного электронного книгоиздания

- предпечатная подготовка и печать,
- создание электронного контента (э-контента),
- публикация э-контента,
- семантический анализ.

В процессе работы указанные подсистемы взаимодействуют со следующими функциональными направлениями:

- маркетинг и реклама,
- распространение,
- контролируемое предоставление э-контента,
- персонализированное предоставление э-контента.

Эти четыре функциональных направления могут быть интегрированы в систему гибридного электронного книгоиздания или быть вне ее, в зависимости от специфики издательских процессов.

В *редакционную подготовку* поступают документы (книги, статьи и т. п.) от авторов, партнеров-издателей, из библиотек, частных книжных коллекций и других источников. Материалы предоставляются на электронном или печатном носителях. В подсистеме редакционной подготовки производится отбор и оценка поступивших материалов по следующим критериям: качество предоставленного контента и его адекватность издательскому плану, определяющему основную стратегию издательства. Если поступивший материал отвечает указанным критериям, он направляется на редактирование, и издательство заключает с авто-

ром договор об авторских правах и платежных взаимоотношениях. Представленный в электронном формате и одобренный для публикации материал после редактирования передается на коррекцию. Если поступивший в систему материал находится на бумажном носителе, то сначала он передается в подсистему дигитализации печатных изданий и только после этого редактируется и корректируется в электронном виде.

В подсистему *дигитализации печатных изданий* поступают документы на бумажном носителе. Это могут быть издания, ранее опубликованные данным издательством, тираж которых исчерпан, и поэтому имеющие право на его последующее воспроизведение. Печатные материалы могут быть предоставлены другим издательством для дигитализации. В данном случае решается вопрос авторства документа. Поступившие в подсистему печатные документы с помощью специального программного обеспечения трансформируются в электронные.

В *предпечатную подготовку и печать* поступает отредактированный и откорректированный текст, который с помощью специальных программ обрабатывается в соответствии с существующими стандартами предпечатной подготовки. Звено графического дизайна и художественного оформления дорабатывает материал согласно редакционным указаниям и инструкциям, после чего он передается

на печать внутри подсистемы или внешнему исполнителю. За коммуникацию с внешним исполнителем отвечает технический редактор, наблюдающий процесс печати и контролирующий корректное выполнение контрагентом поставленного задания.

В подсистему *создания э-контента* поступают документы из подсистемы предпечатной подготовки и переводятся в формат для электронной публикации. Выбор формата полностью зависит от издательства и предписаний о допустимости и возможности использования различных видов электронных форматов.

В подсистеме *публикации э-контента* документы, поступившие в формате для электронного опубликования, подвергаются обработке специальными программами защиты цифровых прав (DRM) и далее автоматически передаются в функциональное звено, отвечающее за контролируемое предоставление электронного содержания.

В подсистеме *семантического анализа* документы, поступившие в формате для электронной публикации, с помощью разработанной программы семантического анализа классифицируются по следующим критериям: содержание, автор, дата публикации, связь тематики документа с другими публикациями, включенными в базу данных издательства и др. Поступившие электронные документы упорядочиваются по заданным критериям. Информация из подсистемы семантического анализа автоматически передается в функциональные звенья системы, отвечающие за рекламу, маркетинг и персонализированное предоставление электронного содержания.

Направление *«Маркетинг и реклама»* отвечает за позиционирование печатных и электронных публикаций издательства на рынке и за процесс продажи. Задачи этого направления: изучение маркетинговой среды и коммуникационных каналов с целью рекламы продукции издательства, координация его коммуникации с институциями и организациями государственного, частного и неправительственного сектора, периодическая подготовка планов продаж в соответствии с таргет-группами издательства и корреспонденция с внешними исполнителями задач издательства, переданных им для аутсорсинга.

Направление *«Распространение»* отвечает за логистику печатных изданий (складирование, транспорт и распространение печатных изданий), а также поддерживает связь с направлением «Маркетинг и реклама» и с внешними исполнителями различных задач издательства, которые редакция передает им для аутсорсинга.

Направление *«Контролируемое предоставление э-контента»* обеспечивает поддержку и актуализацию базы данных электронных публикаций из-

дательства, а также процесс продаж, который реализуется через электронный книжный магазин издательства. Это направление призвано следить и предотвращать незаконное распространение публикаций, являющихся собственностью издательства. В случаях выявления незаконного использования и распространения э-контента издательства, им предпринимаются действия, регламентированные внутренними правилами издательства, цель которых – прекращение нерегламентированного доступа к контенту и санкционирование нарушителей.

Направление *«Персонализированное предоставление э-контента»* обрабатывает информацию, поступающую из подсистемы семантического анализа, синтезируя данные в форму, которая может быть использована специалистами по маркетингу и рекламе. Данное направление отвечает за разработку стратегии издательства и реализацию практических действий, связанных с контент-маркетингом (создание, обработка и распространение полезной для потребителей информации для привлечения потенциальных клиентов). Основные функции данного направления исполняют копирайтеры и контент-инженеры, главной задачей которых является анализ рынка и его потребностей в э-контенте.

Следует отметить, что при разработке модели системы гибридного электронного книгоиздания особое внимание уделялось проблеме маркетинговых коммуникаций, для успешной реализации которых в модели предусмотрено решение следующих девяти задач:

1. Идентификация маркетинговых каналов для продажи э-контента.
  2. Создание электронного книжного магазина, через который распространяется э-контент.
  3. Предоставление бесплатного, «свободного» э-контента.
  4. Активное участие в социальных сетях и управление эффективными социальными коммуникациями.
  5. Создание электронного форума на сайте электронного издательства для осуществления обратной связи с потребителями, организации дискуссий и отслеживания читательских отзывов и мнений.
  6. Использование подписного принципа при продаже э-контента, позволяющего предоставлять потребителю скидки с цены.
  7. Использование схемы «подарок», при которой потребитель, покупая электронную публикацию, получает бесплатный экземпляр печатного издания.
  8. Использование процедуры семантического анализа электронного содержания.
  9. Персонализированный подход при маркетинге и рекламе электронных публикаций.
- Реализация предложенной модели системы гибридного электронного книгоиздания осуществлена

в практической деятельности болгарского издательства «е-Книги», созданного в 2009 г. Выбор этого издательства обусловлен тем, что оно одним из первых в стране приступило к подготовке и публикации электронных книг. Распространение электронного содержания «е-Книги» издательство осуществляет через книжный интернет-магазин (<http://e-knigi.net>). За трехлетний период (2010–2012 гг.) накоплен достаточный объем данных, позволивший систематизировать практические результаты использования модели системы гибридного книгоиздания и сделать вывод о возможности ее применения.

Модель гибридного электронного книгоиздания позволила издательству «е-Книги» оптимизи-

ровать процессы публикации э-контента. На практике установлено, что модель предоставляет конкретные рыночные преимущества издателям, которые ее используют, так как позволяет не только подготавливать и распространять электронные издания, но и выполнять эти функции по поручению других издательств. Также было доказано, что созданная и используемая издательством «е-Книги» система семантического анализа значительно расширяет возможности персонализированного предоставления э-контента и, в значительной степени, решает проблемы, связанные с маркетингом и менеджментом электронных публикаций. А это, как известно, позволяет издательству извлечь максимальную пользу при распространении э-контента.

Материал поступил в редакцию 04.04.2013 г.

Сведения об авторах: *Павловска Елена – кандидат технических наук, профессор кафедры «Книга и общество», тел.: (359) 888-920-028, e-mail: e.pavlovska@index2000.bg, Миланова Марина – аспирант кафедры «Книга и общество», тел.: (359) 887-382-430, e-mail: marina.milanova@yahoo.com*