

Секция «Журналистика»

Книгоиздательский бизнес в интернет-пространстве

Петропавловская Юлия Александровна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

журналистики, Москва, Россия

E-mail: rueful@inbox.ru

Российское книгоиздание, отказавшееся от советского издательского опыта, столкнулось с глубоким кризисом. В то время как на Западе процесс технологизации книжного бизнеса открывает новые возможности для издателей, в России скачок в развитии электронных технологий поставил под угрозу само его существование. Распространение электронной литературы, появление виртуальных библиотек и электронной книги активизировало дискуссии о вырождении книги традиционной. Эволюция происходит на фоне общего падения интереса к книге. При низком спросе на книги цены, однако, продолжают расти. Перенасыщенность книжного рынка заставляет издателей значительно урезать планы и «консервировать» производство книжной продукции. В этих условиях происходит монополизация книжного рынка, поделенного между несколькими крупными издательствами.

Едва ли не единственным выходом из стагнации видится включение книгоиздательского бизнеса в медиасистему, давно и успешно функционирующую в сети Интернет. По словам американского исследователя А. Шиффрина, книгоиздание все глубже вращается в структуру медиа-корпораций, оперирующих несравнимо более крупными суммами: почти любая дочерняя компания стоит больше, чем весь книжный рынок [3].

Дигитализация не обошла стороной сферу потребления литературы. Последние электронные новинки, изменившие отношение читателей к книге, побуждают издателей к тотальной перестройке технологических процессов. Однако цифровая эволюция, порождая проблемы, предоставляет и новые возможности их решения: издательства получают доступ к новым целевым группам, иным путям сбыта и, как следствие, – источникам дохода.

Важнейшей особенностью издательства, ориентированного на Интернет, является возможность взаимодействия с потребителем, совместного участия в разработке контента. Одним из каналов взаимодействия служат сайты издательств. На Западе продвинутые издательства активно предлагают читателям цифровой контент, понимая, что потребности их клиентов претерпели коренные изменения. С расширением интернет-пространства печатная книга с ее последовательной подачей информации теряет популярность, поскольку пользователи привыкают к горизонтально интегрированному контенту, создаваемому с помощью гиперссылок [2]. Современный потребитель не готов ждать, когда нужный ему контент будет напечатан и распространен. Он предпочитает сделать несколько кликов и закачать текст на электронный носитель. Кроме того, интернет-контент обладает мультимедийностью: он снабжен фото, инфографикой, аудио и видео. Наконец, Интернет предоставляет практически неограниченные возможности для персонализации контента.

На книжном рынке появляются новые конкуренты, готовые предоставить услуги авторам по подготовке и распространению в Интернете электронного издания. С помо-

пью сервиса Web2Print автор может самостоятельно выбрать формат и дизайн своей книги. При этом качество редакторской подготовки и оформления издания становятся менее значимы, чем скорость и интеграция в интернет-пространство. Перед такими структурами у обычных издательств пока есть преимущества в виде штата квалифицированных сотрудников и налаженной сети распространения. Если издательства хотят влиться в развивающуюся медиасистему, им важно понять, что наряду с традиционными печатными изданиями они должны теперь создавать электронные версии. Это связано с крупными затратами на новое оборудование, базы данных, технологии продвижения в Интернете и другими инвестициями. В частности, необходима разработка систем контент-менеджмента, которые будут обеспечивать возможность многократного использования контента, пригодного для разных носителей. Взаимосвязь печатных и электронных версий является задачей кроссмедийных технологий в издательском деле. При грамотном использовании таких технологий издательствам удастся добиться сокращения стоимости производства за счет отсутствия затрат на многотиражную печать. Пока же для производства электронных книг используются устаревшие технологии, не ведущие к сокращению издержек [1].

Зигрид Леш («Герг Тиме Ферлаг») рассказывает, что западные издательства используют разные бизнес-модели – от продажи печатных изданий с доступом к интернет-контенту до финансирования контента через предоставление рекламных площадок. Некоторые компании, например немецкая «PaperC», предлагают бесплатное пользование контентом и берут плату только за сохранение, распечатку или снабжение текста комментариями [2].

Одно из ведущих российских издательств в настоящее время озабочено поиском новой модели работы с цифровым контентом. Рассматривается возможность создания подписки на электронные версии изданий, оплачивая которую, читатель получает месячный доступ к контенту – 50-100 тысячам изданий, причем не только «родных». Для более персонализированного подхода планируется создать рекомендательный сервис, сортирующий издания не только по популярности и тематике, но и по особенностям контента. Таким образом наиболее современное книгораспространение переходит от устаревшего предложения уже готового продукта к принципу пакетирования. Инициатива создать интернет-магазин, в ассортимент которого войдет продукция разных издательств, звучала и из уст руководителя направления электронных книг минского издательства «Новое знание» А. Хоружко [2].

На сегодняшний день перед издателями стоят задачи борьбы с интернет-пиратством и другими нарушениями авторского права в Интернете; разработки новых издательских стандартов; создания технологий для работы над интернет-изданиями; повышения квалификации сотрудников. Активно исследуется вопрос, касающийся цены на электронные издания. Сейчас лишь немногим издательским структурам удастся получать прибыль от их распространения, однако обширные возможности цифрового контента как альтернативы печатному заставляют ведущие мировые издательства вкладывать средства в развитие этого направления.

Литература

1. Роспечать: farmc.ru.

Конференция «Ломоносов 2012»

2. Современное книгоиздание. Сборник материалов по проекту «Повышение квалификации специалистов изд. дела стран Восточной Европы и Центральной Азии, 2009-2011 гг.». М.: ШКИМБ, 2010.
3. Шиффрин А. Легко ли быть издателем. М.: Новое литературное обозрение, 2002.