

## ИННОВАЦИОННЫЕ ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОМУ ВОСТОЧНОЕВРОПЕЙСКОМУ КНИГОИЗДАНИЮ

С. А. Водолазская

*Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко*

Поступила в редакцию 19 марта 2014 г.

**Аннотация:** *проведено исследование технологических инновационных вызовов современному книгоизданию. Установлено, что постепенно традиционная модель развития издательского дела расширяется из-за внедрения инновационных моделей. Основное внимание уделяется сервису «самопубликации» как альтернативному способу работы автора на рынке.*

**Ключевые слова:** *самопубликация, инновации, технологические инновации.*

**Abstract:** *the investigation of technological innovation call to modern book publishing. Found that gradually the traditional model of the development of publishing is expanding due to the introduction of innovative models. Main focuses is targeting on "self-publishing" service as an alternative method of activity of the authors on the market.*

**Key words:** *self-publishing, innovation, technological innovation.*

### АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

Восточноевропейское книгоиздание на современном этапе развития оказалось в ситуации переживания тектонических изменений, которые сопряжены с необходимостью преодоления множественных вызовов. Главным из них стало глобальное непонимание между основными игроками издательского рынка: издателем, автором и читателем, которое вызвало неприятие существующих правил его функционирования. Движения к новой доктрине издательской отрасли не произошло, несмотря на внутренние и внешние угрожающие сигналы. «Рассказывать о том, что книжная отрасль вступила в переходную эпоху, уже никому не надо: сокращение тиражей, конкуренция с другими медиа и конкуренция книги бумажной и книги цифровой — заметны невооруженным глазом. И все эти похожие на катастрофу перемены рано или поздно должны привести — и даже уже приводят — к изменениям в основе самой индустрии, в появлении новых (и возрождении казавшихся навсегда ушедшими в прошлое) типов взаимодействия в привычной цепочке «писатель — издатель — книга — продавец — читатель», новых инструментов работы издателя и новых моделей бизнеса» [3, с. 81].

В традиционной модели книгоиздания у современных издательств выработалось потребительское и надменное отношение к автору. Ценность рукописи стала определяться не ее научной, интеллектуальной, информационной, идеологической значимостью и даже не четко спрогнозированной

экономической выгодой (для понимания которой нужно проводить исследования), а субъективно ориентированным прогнозированием будущей гипотетической востребованности книги. Таким образом, построенная стратегия развития оказалась не ликвидной, что и продемонстрировал крах многих крупных игроков издательского рынка после испытаний мировым экономическим кризисом 2008 года.

Общевой эксперты называют тенденцию по отягощению ликвидности издательств и книготорговых организаций непроданными остатками, которая четко выражена и в странах восточноевропейского региона, последствием такого непродуманного хозяйствования становится неустойчивость издательской отрасли в сложной экономической ситуации, катастрофичность ситуации. Низкая эффективность критериев, используемых при формировании издательского портфеля, подтверждается анализом катастрофически низкого спроса на изданную продукцию и существование многочисленных незаполненных тематических ниш. В условиях тотальных ограничений при формировании ассортимента издательского каталога много авторов чувствуют ущемленность, так как издатели ориентируют свою деятельность на поиск востребованных книг. Сбалансировать ситуацию на рынке можно при помощи технических и технологических инноваций, что и обуславливает актуальность исследования.

**Цель исследования:** выделить технологические инновационные вызовы современному восточноевропейскому книгоизданию и раскрыть их особенности на примере сервиса «самопубликации».

### Анализ предыдущих исследований.

Вызовы для современного книгоиздания уже становились предметом обсуждения среди практиков и теоретиков отрасли. Особое внимание этому вопросу уделялось в работах Б. Есенькина, В. Марковой, В. Теремко, Н. Эриашвили, в материалах отраслевого портала Pro-Books.ru и отраслевых журналов «Университетская книга», «Книжная индустрия». «Самопубликация» как издательский сервис или новая модель ведения бизнеса частично разработана в исследованиях А. Касьяненко, В. Харитоновой, Билла МакБрайда, Криса МакМюллена, Дж. Вуд, Дж. Ричема, которые основное внимание уделяли описанию специфики его развития в конкретной стране или на примере конкретного ресурса. Комплексного теоретического исследования особенностей функционирования «самопубликации» на мировом издательском рынке не проводилось.

Возможности внедрять инновационные инструменты работы и развивать новые издательские бизнес модели появились у представителей издательской отрасли в связи с активным техническим прогрессом, который кардинально изменил представление о взаимоотношениях между ключевыми игроками рынка, не спровоцировав пересмотра приоритетов в процессе публикации книги. Знаковыми для отрасли переменам способствовали многочисленные технологические инновации:

- технологии передачи данных (сетевые коммуникации, самопубликация);
- технологии портативной электроники (мобильные книжные приложения);
- компьютерные технологии (электронная книга как формат и электронная книга как устройство).

Именно инновационные технологии помогли созданию продуктивной среды для непосредственного взаимодействия автора и читателя с возможностями реализации авторских амбиций и творческих планов. Эффективным пространством для конструирования новых моделей работы издательского рынка становится Интернет с его безграничными разнонаправленными возможностями, которые и на современном этапе развития остаются мало изученными и мало внедренными в издательскую отрасль. Детальное рассмотрение возможностей сетевой коммуникации представлено в работах Л. Городенко, М. Шилиной. Глобальность изменений четко обозначил и описал Н. Эриашвили, назвав происходящие процессы «сменой действующих парадигм управления». Инициаторами такой смены часто являются читатели и авторы, что приводит к проявлению эффекта самоорганизации субъектов рынка в форме горизонтальных сетей. «Трудно предуга-

дать весь спектр грядущих событий, но ближайшие годы поставят книгоиздание в условия непростого выбора своего будущего. Вопрос (...) состоит не столько в том, насколько своевременно и успешно книгоиздание откликается на вызов времени, творчески и продуманно шагает навстречу этому вызову, сколько в целесообразности принципиальной смены традиционных парадигм параллельного влияния» [5, с. 5].

Новым «вызовом времени» в издательском бизнесе становится увеличение уровня востребованности сервиса «самопубликации», исторически его истоки можно соотнести с явлением «самиздата» середины XX века. Причины их возникновения – утеснение прав автора на общение с читателем при помощи книги. Новый сервис издательского отрасли своей прогрессивностью вызывает ощущение необходимости изменения существующей традиционной бизнес-модели, которая позволит изменить потенциально сложные взаимоотношения автора с издателем и улучшить ассортиментную политику книгораспространителей.

Самопубликация (англ. self-publishing) – издательский сервис с привлечением компьютерных и сетевых технологий, что применяются для оформления и публикации изданий в интернет-магазинах.

Подтверждением значимости сервиса «самопубликаций» можно назвать опубликованные статистические данные крупнейшего мирового интернет-магазина: «компания Amazon опубликовала данные по продажам за 2012 год, согласно которым 25 из 100 наиболее продаваемых электронных книг на Kindle были самоопубликованы» [2]. Данный сервис дает платформу для подготовки и размещения электронного контента созданного автором. Особый акцент необходимо сделать на слове «созданной», которое является более емким по сравнению с «написанной», потому что создание книги – понятие более широкое, включает написание книги и подготовку электронного текста к размещению.

Изучая региональную специфику внедрения сервиса «самопубликации» в издательской отрасли необходимо отметить, что на современном этапе чаще всего функционируют интернациональные ресурсы, которые предоставляют поддержку публикаций на 5-6 языков. Наибольшую проблему составляет возможность опубликовать книгу на украинском, белорусском и польском языках. Среди русскоязычных можно выделить: Bookmate Publisher, Samolit.com, Readymag, а также его поддержку на Amazon. Характеристика ключевых игроков на рынке «самопубликации» представлена в таблице 1.

Таблица 1

Результаты анализа мировых ресурсов с сервисом «самопубликации»

№	Название ресурса	Поддержка форматов	Сервис для создания публикаций	Количество магазинов-партнеров
1	Amazon	EPUB, PDF, MOBI, RTF, Kindle-формат	Kindle direct publishing	Продажа только в Kindle Store
2	Amazon	EPUB, MOBI, Kindle-формат	CreateSpace	3
3	AuthorHouse	EPUB, MOBI,	AuthorHouse	5
4	Barnes&Noble	EPUB, FB2, MOBI	Nook Press	6
5	Bookmate Publisher	EPUB, FB2	Bookmate Publisher	5
6	iBookstore	PDF, EPUB, без DRM защиты	iBooks Author	Продажа только в iBookstore
7	Bowker	EPUB, MOBI	SelfPublishedAuthor.com	11
8	Libiro.com	EPUB, PDF, MOBI	Libiro.com	Продажа только в Libiro.com
9	Pearson	EPUB, PDF, MOBI	Author Solutions	Продажа только в bookstore.authorhouse.com
10	Penguin	EPUB, PDF, MOBI	Book Country	Продажа только в bookstore.bookcountry.com
11	Samolit.com	EPUB, FB2, LIT, MOBI, LRF	SamoLit	Продажа только в samolit.com/books
12	Simon & Schuste	EPUB	Archway Publishing	8
13	Smashwords	EPUB, PDF, MOBI, RTF, LRF, PBD, TXT	Smashwords	18
14	Xin Xii	EPUB, PDF, MOBI	Xin Xii	25
15	Xlibris	EPUB, PDF, MOBI	Xlibris	Продажа только в Bookstore. xlibris.com

Ресурсы, предоставляющие сервис «самопубликации», пытаются исправить сложившееся на издательском рынке в предыдущие годы положение, компенсировать вакуум интересной читателю литературы, а также расширить ассортимент книгораспространителей. «При почти полной коммерциализации книгоиздательского дела, отсутствии централизации книгоиздатели действуют на свой страх и риск, выпуская литературу практически хаотично, наобум и руководствуясь при этом исключительно интересами прибыли. Их мало интересует, какая литература будет выходить в их издательстве, какого качества, лишь бы она продавалась. Поэтому именно сейчас прилавки книжных магазинов затоварены низкопробной, малохудожественной литературой, изданной плохо, с огромным количеством опечаток, на низком полиграфическом уровне» [5, с. 6]. На современном этапе развития общества именно главные факторы социально-экономической среды влияют на тематику книжного рынка, определяют ассортимент книгораспространителей. В этой ситуации электронная книга относится к важным источником наполнения рынка, она становится основой сервиса «самопубликации», использование которого требует от автора знания механизмов его функционирования:

- базисный функционал сервиса для авторов и маленьких издательств является бесплатным;
- сотрудничество с правообладателем зависит от политики ресурса, на котором размещен сервис. Более распространены две его разновидности: в первом случае в роли держателя лицензии выступает ресурс (например, Libiro.com), во втором – автор публикации (например, Xin Xii);
- публикация контента происходит из подготовленного автором текста, который заранее или непосредственно на ресурсе конвертируется в актуальные форматы (анализ форматов, используемых на ресурсах, показал, что преобладают ePub, Mobi, Pdf), что могут быть предложены покупателю;
- подготовка текста производится автором самостоятельно, ответственность за его качество берется ресурсом только в случае присвоения ISBN (тогда название ресурса по договоренности ставится в строку издателя). «По данным аналитической компании **Bowker**, в 2012 году количество ISBN, купленных для «самиздатовских» книг в США, выросло на 59 % в сравнении с 2011 годом и составило более 319,000. А с 2007 года этот показатель вырос в пять раз» [2];
- для подготовки текста можно использовать специальное программное обеспечение (eBook Edit

Pro, SunRav BookOffice) или же онлайн-редактор (Ridero.ru, Enaza UnderPage), или специальный конструктор на ресурсе (samolit.com/help/convert);

- цены на книгу устанавливает автор;
- книги продаются кроме магазина основного ресурса еще и в интернациональных магазинах-партнерах;
- большинство ресурсов предоставляют статистику продаж, просмотров и загрузок электронной книги.

Самопубликацию можно назвать способом монетизирования возможности творческого потенциала, переосмысления конкурентных рисков.

**Выводы.** Восточноевропейское книгоиздание переживает сложный период своего развития, улучшить его показатели, увеличить читательскую активность, расширить ассортимент возможно при использовании технологических инноваций, которые станут важным фактором обновления отрасли. Сервис «самопубликации» способствует как восполнению недостатков в издательском ассортименте, так и самореализации автора.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Касьяненко А. RIDERO – альтернативная издательская модель / А. Касьяненко // Университетская книга. – 2014. – январь-февраль. – С. 52–56.
2. Популярность самиздата в США продолжает расти. – Режим доступа : <http://www.pro-books.ru/sitearticles/13678> (дата размещения 22.10.2013).
3. Харитонов В. Целина цифровых сервисов / В. Харитонов // Университетская книга. – 2014. – январь-февраль. – С. 80–83.

*Институт журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко*  
Водолазская С. А., кандидат филологических наук, доцент, докторант

4. Четверть Kindle-бестселлеров Amazon – самиздат. – Режим доступа : <http://www.pro-books.ru/sitearticles/13993>.

5. Эриашвили Н. Стратегия управления книгоиздательским комплексом в России в условиях рыночных отношений : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Н. Эриашвили. – М. : РГБ, 2003. – 348 с.

6. Bill McBride. – Режим доступа : [http://www.amazon.com/Self-Publishing-Amazon-Achieving-Financial-ebook/dp/B00F997A06/ref=pd\\_sim\\_kstore\\_2?ie=UTF8&refRID=0AP88D5THF98SJWNAVJW](http://www.amazon.com/Self-Publishing-Amazon-Achieving-Financial-ebook/dp/B00F997A06/ref=pd_sim_kstore_2?ie=UTF8&refRID=0AP88D5THF98SJWNAVJW) Self Publishing on Amazon: 6 Simple Steps to Achieving Financial Freedom Selling Ebooks on Kindle (Selling On Kindle Guides) . – USA: Sun Bubbles Media, 2013. – 72 с.

7. Chris McMullen A Detailed Guide to Self-Publishing with Amazon and Other Online Booksellers: How to Print-on-Demand with CreateSpace & Make eBooks for Kindle & Other eReaders. – USA: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2013. – 234 с.

8. Chris McMullen How to Self-Publish a Book on Amazon.com: Writing, Editing, Designing, Publishing, and Marketing. – USA : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2009. – 118 с.

9. Julie Wood Self Publishing With Amazon Kindle :13 Killer SEO Tips For Self Publishing On Amazon Kindle To Get Your Book Found & Make More Sales (Selling On Kindle Guides). – USA: Sun Bubbles Media, 2013. – 44 с.

10. Jason R. Rich Self-Publishing For Dummies. – For Dummies, 2011. – 388 с.

11. Режим доступа : [http://www.amazon.com/Self-Publishing-Dummies-Jason-R-Rich-ebook/dp/B004QWZTQ8/ref=sr\\_1\\_7?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1394993169&sr=1-7&keywords=Self+Publishing](http://www.amazon.com/Self-Publishing-Dummies-Jason-R-Rich-ebook/dp/B004QWZTQ8/ref=sr_1_7?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1394993169&sr=1-7&keywords=Self+Publishing)

*Institute of Journalism of the Kiev National University named after Taras Shevchenko*  
Vodolazka S. A., Candidate of Philology, Associate Professor, Doctoral Candidate