

ВЛИЯНИЕ ИТ НА КНИЖНУЮ ИНДУСТРИЮ

Цыбуков С.В. ¹, студент гр.053503

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники¹
г. Минск, Республика Беларусь*

Марков А.Н. – старший преподаватель кафедры информатики

Аннотация. Анализ воздействия информационных технологий на книжную индустрию подчеркивает рост электронных книг и аудиокниг, а также влияние социальных медиа и аналитики данных на маркетинг и распределение. Однако, возникают проблемы с закрытием традиционных книжных магазинов, доминированием онлайн-ритейлеров и пиратством. Работа выделяет важность баланса между инновациями и социальными аспектами развития индустрии.

Ключевые слова. Технологии, книга, электронная книга, аудиокнига, цены, издатели, онлайн-платформы, анализ данных, проблемы, рост, аудитория, печать, персонализированный опыт, независимый, конфиденциальность, преобразования, самиздат, подписные сервисы.

Как функционировала издательская индустрия до появления технологий и Интернета?

До появления технологий и Интернета издательская индустрия функционировала совсем по-другому. Книги изготавливались с использованием традиционных методов печати: металлический шрифт набирался вручную и прижимался к бумаге с помощью печатного станка. Это был медленный и трудоемкий процесс, и это означало, что книги должны были печататься в больших количествах, чтобы быть экономически жизнеспособными. Кроме того, распространение книг в значительной степени зависело от физических книжных магазинов и библиотек. Издатели печатали большие партии книг и отправляли их в книжные магазины по всей стране, где они продавались читателям. Это затрудняло авторам и издателям доступ к глобальной аудитории и означало, что книги приходилось тщательно отбирать и продавать, чтобы гарантировать, что они будут хорошо продаваться. Во времена, предшествовавшие появлению Интернета, маркетинг и реклама также существенно отличались. Для рекламы своих произведений издатели полагались на обычные рекламные средства, такие как газеты и журналы, а также рецензии на книги в известных периодических изданиях. Чтобы продвигать свои произведения и взаимодействовать с читателями, авторы часто отправлялись в книжные туры, которые включали личное посещение книжных магазинов и библиотек.

В целом, издательский сектор был более медленным, более централизованным и в большей степени зависел от реальных книжных магазинов и библиотек до появления технологий и Интернета. Хотя это усложняло общение с глобальной аудиторией, это также подчеркивало ценность литературной культуры как совместного опыта и способствовало сильному чувству общности вокруг чтения и книг.

Представьте себе время, когда книги были доступны только в физическом виде, а издательства были привратниками литературного мира. Но затем появились технологии, и они принесли с собой новую волну изменений. Прошли времена пишущих машинок и печатных станков. Теперь авторы могли писать свои материалы на компьютерах и отправлять их в электронном виде редакторам и издателям. А с появлением электронных ридеров читатели могли получить доступ к целым библиотекам книг всего несколькими щелчками мыши. Но изменился не только способ создания и распространения книг. Технологии также произвели революцию в том, как издатели продвигали свои книги. Им больше не приходилось полагаться исключительно на печатную рекламу или книжные туры. Теперь они могли использовать социальные сети и другие онлайн-каналы для охвата читателей по всему миру.

Однако, возможно, наиболее значительным влиянием технологий на издательскую индустрию стал рост самиздата. Самиздат – это тип издательской деятельности, при котором авторы берут на себя ответственность за производство и распространение своих собственных книг. Это можно сделать через онлайн-платформы, такие как Amazon Kindle Direct Publishing, или через сервисы печати по запросу. Самиздат дает авторам больше контроля над процессом публикации, но также требует, чтобы они брали на себя все связанные с этим риски и расходы. Авторам больше не приходилось полагаться на одобрение традиционных издательств, чтобы их книги попали в руки читателей. Теперь они могли обходить издателей и загружать свои книги непосредственно в онлайн-магазины, что давало им беспрецедентный контроль над своей работой. Итак, во многих отношениях технологии превратили издательскую индустрию из закрытого, эксклюзивного клуба в более открытое пространство, где любой, у кого есть что рассказать, может найти аудиторию. И кто знает, какие еще прорывные технологии ожидают возможности снова привнести волну изменений?

Каковы достоинства и недостатки технологий в издательской индустрии?

За последние годы издательская индустрия претерпела технологические преобразования, и, хотя в этих изменениях, безусловно, есть свои преимущества, следует учитывать и некоторые недостатки. С положительной стороны, благодаря технологиям авторам стало проще, чем когда-либо,

публиковать свои работы. С появлением платформ для самиздата любой, у кого есть что рассказать, может загрузить свою книгу и сделать ее доступной для глобальной аудитории. Это открыло новые возможности для высказывания различных мнений и сделало издательскую индустрию более всеохватывающей. Технологии также позволили издателям распространять книги шире, чем когда-либо прежде. Электронные книги и аудиокниги можно приобрести и загрузить мгновенно, а читатели могут получить доступ к практически неограниченному выбору произведений онлайн. Это сделало поиск и покупку книг более удобным для читателей и предоставило издателям более широкий охват, чем когда-либо прежде. Интернет также предоставил издателям новые возможности для продвижения своих книг. Социальные сети и другие онлайн-каналы могут использоваться для охвата более широкой аудитории и налаживания отношений с читателями, в то время как инструменты анализа данных могут использоваться для лучшего понимания поведения и предпочтений читателей. Это облегчило издателям общение с читателями и создало более персонализированный опыт чтения. Наконец, Интернет облегчил читателям знакомство с новыми книгами и авторами. Онлайн-книжные магазины и обзорные сайты могут помочь читателям найти книги, соответствующие их интересам, в то время как онлайн-сообщества и книжные клубы могут предоставить читателям пространство для общения с другими людьми, разделяющими их страсть к чтению.

После проведения анализа исследований о влиянии информационных технологий на книжную индустрию, получим следующие выводы:

1. Рост продаж электронных книг (e-books) и аудиокниг:

— Изучение WordsRated показывает [1], что аудиокниги становятся все более популярными среди читателей из-за удобства использования и доступности. Печатные книги по-прежнему доминируют на мировом книжном рынке, но прогнозы показывают, что они имеют тенденцию к снижению. С другой стороны, популярность электронных книг медленно растет, и в ближайшие несколько лет ожидается устойчивый рост. Печатные книги приносят доход более 64,35 миллиардов долларов по состоянию на 2023 год, что на 2,24% больше, чем в 2022 году, который был худшим годом для печатных книг за последнее десятилетие. За последние 6 лет средний мировой доход от печатной литературы снижался на 1,67% ежегодно. Прогнозируется, что к 2027 году доходы от печати будут расти на 1,08% ежегодно, достигнув в последнем году \$67,14 млрд, однако это все равно будет ниже уровня 2017 года, когда глобальный доход от этих книг составлял 71,50 миллиарда долларов. С другой стороны, объем продаж электронных книг растет во всем мире в среднем на 3,52% ежегодно, начиная с 2017 года, и в 2023 году они принесли более 13,72 миллиарда долларов. В будущем ожидается, что электронные книги будут расти быстрее, чем печатные, и к 2027 году выручка должна достичь \$15,29 млрд. К 2027 году на электронные книги должно будет приходиться более 17,27% мировых продаж книг. На аудиокниги пришлось 5,73% всех продаж книг в мире в 2021 году. Доля продаж печатных книг в мировых продажах составляет 78,7%, а электронных книг — 15,75%. По прогнозам, в 2027 году на долю аудиокниг придется более 6,9% мировых продаж книг, увеличив эту долю на 27% за 7 лет.

— Увеличение числа электронных книг (e-books) и аудиокниг может привести к изменению традиционных моделей распределения и маркетинговых стратегий издательств.

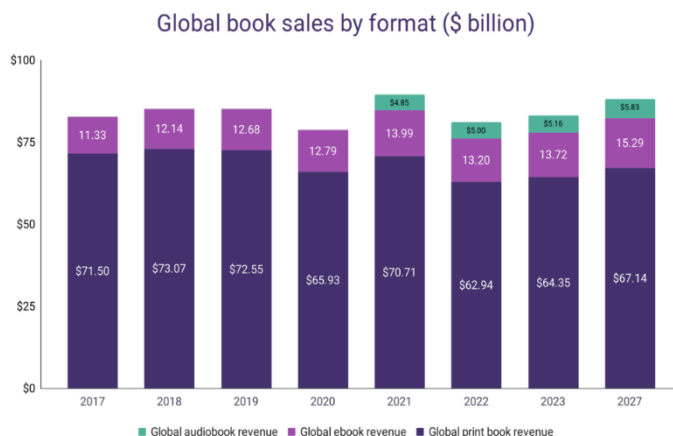


Рисунок 1 – Мировые продажи книг по форматам

2. Влияние социальных медиа на продажи и маркетинг:

— социальные медиа играют ключевую роль в рекламе книг и привлечении внимания читателей;

— обсуждения и рекомендации книг в социальных сетях могут значительно повлиять на покупательское поведение.

3. Использование аналитики больших данных:

— анализ данных позволяет издательствам лучше понимать предпочтения читателей и создавать более персонализированный контент;

— оптимизация маркетинговых стратегий и ассортимента книг основывается на данных о поведении покупателей.

4. Рост популярности подписных сервисов:

— В современной эпохе все большее внимание уделяется подписным системам, предлагаемым различными сервисами, такими как ЛитРес и Kindle Unlimited. Эти подписки позволяют читателям получать доступ к обширной библиотеке книг по фиксированной цене в месяц или год. Для индустрии это означает переход от модели покупки книги к модели доступа к контенту, что приводит к изменениям в потребительском поведении и стратегиях маркетинга издательств. Около 43% россиян в возрасте 12-64 лет читают книги онлайн на смартфонах или компьютерах, свидетельствуют данные BrandPulse. Около 13% из них приобрели подписку хотя бы на один интернет-сервис для чтения книг, а еще столько же покупают онлайн отдельные книги (в пересчете на население 12-64 это примерно по 6%). Порядка трети россиян в возрасте 12-64 слушают аудиокниги. Из них 15% купили подписку на онлайн-сервис для прослушивания книг, а 13% покупают отдельные аудиокниги [2]. Самый высокий рост подписные сервисы испытали во времена пандемии: выручка книжного сервиса по подписке MyBook за год увеличилась более чем на 78%. Выросло и количество пользователей, оформивших премиум-подписку — на 156% [3]. Подписочные системы становятся более привлекательными для читателей благодаря удобству использования и экономии на затратах на книги. Однако для издательств это также означает необходимость адаптироваться к новым моделям бизнеса и конкурировать за внимание абонентов в более конкурентной среде.

5. Электронная коммерция и онлайн-продажи:

— Онлайн-продажи предоставляют новые возможности для прямого взаимодействия с читателями и персонализации предложений. Согласно отчету Statista [4], в 2022 году, онлайн-продажи книг в США достигли \$21,238 миллиарда, рост по сравнению с 2003 годом составил 1065,1%, особенно усилившись во время пандемии, и доля продолжает расти дальше.

— Рост электронной коммерции приводит к изменениям в моделях распределения, сокращению числа традиционных книжных магазинов и увеличению онлайн-продаж.

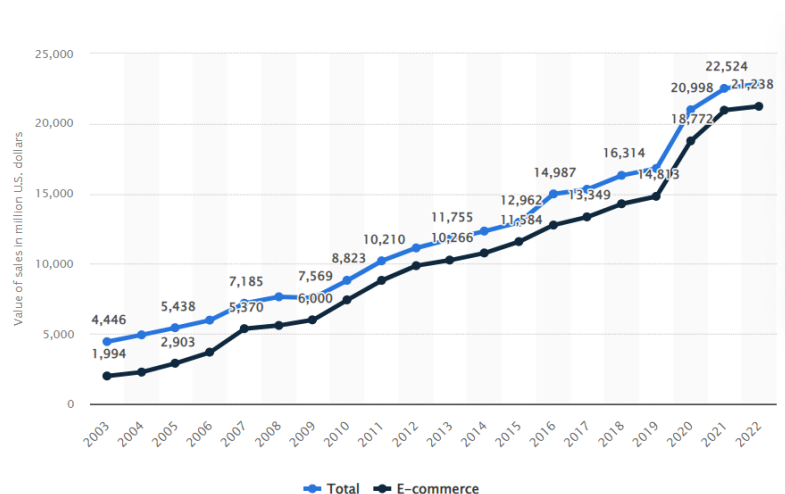


Рисунок 2 – Общий объем электронной коммерции и продаж книг по почте в США с 2003 по 2022 год

Однако у технологий в издательской индустрии есть и некоторые недостатки. Одной из самых больших проблем является влияние на традиционные книжные магазины, которые с трудом выдерживают конкуренцию с ростом онлайн-ритейлеров. Поскольку все больше и больше читателей обращаются к цифровым форматам, физические книжные магазины закрываются с угрожающей скоростью, и эта потеря общественного и культурного пространства вызывает беспокойство. Сопутствующей проблемой является растущее доминирование крупных онлайн-ритейлеров, таких как Amazon, которые контролируют значительную часть издательского рынка. Это может затруднить конкуренцию небольшим издательствам и независимым книжным магазинам и может ограничить разнообразие точек зрения, доступных читателям. Другой проблемой является легкость, с которой цифровой контент может копироваться и распространяться без разрешения, что приводит к проблемам пиратства и нарушения авторских прав. Это оказало значительное влияние на индустрию, поскольку издатели и авторы изо всех сил пытаются защитить свою работу и сохранить свой доход. Интернет также привнес проблемы в редакционный процесс, поскольку появление платформ для самостоятельной публикации привело к потоку контента, который, возможно, не подвергался такому же уровню проверки и редактирования, как традиционно публикуемые работы. Это затрудняло читателям определение качества и вызывало опасения по поводу общих стандартов отрасли. Наконец, Интернет вызвал обеспокоенность по поводу конфиденциальности и защиты данных, поскольку издатели и онлайн-ритейлеры собирают большие объемы данных о предпочтениях и поведении читателей. Хотя это может быть использовано для создания более персонализированного опыта чтения, это также вызывает опасения по поводу того, как используются эти данные и соблюдается ли конфиденциальность читателей.

Влияние технологий на издательскую индустрию является сложным и многогранным. Хотя изменения, вызванные технологиями, безусловно, приносят пользу, существуют также проблемы, которые необходимо решить, если мы хотим обеспечить издательскую индустрию динамичностью и разнообразием на долгие годы.

Список использованных источников:

1. Статистика продаж книг. WordsRated [Электронный ресурс] // <https://wordsrated.com/book-sales-statistics>
2. Исследование Mediascope: поиск книг в интернете. Mediascope [Электронный ресурс] // <https://mediascope.net/news/1478588/>
3. Самый высокий рост показали подписные сервисы. РБК Исследования рынков, Сергей Анурьев [Электронный ресурс] // <https://marketing.rbc.ru/articles/12263/>
4. Общий объем электронной коммерции и продаж книг по почте в США с 2003 по 2022 год. Statista [Электронный ресурс] // <https://www.statista.com/statistics/185431/us-online-shops-and-mail-order-houses-sales-figures-for-books-and-magazines/#:~:text=ln%202022%2C%20the%20value%20of,billion%20U.S.%20dollars%20in%202021.>

UDC 004.4:665

INFLUENCE OF IT ON THE BOOK INDUSTRY

*Tsybukov S.V.*¹

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics¹, Minsk, Republic of Belarus

Markov A.N. - Senior Lecturer

Annotation. An analysis of the impact of information technology on the book industry highlights the growth of e-books and audiobooks, as well as the impact of social media and data analytics on marketing and distribution. However, problems arise with the closure of traditional bookstores, the dominance of online retailers and piracy. The work highlights the importance of balancing innovation and the social aspects of industry development.

Keywords. Technology, book, e-book, audiobook, pricing, publishers, online platforms, data analytics, challenges, growth, audience, print, personalized experience, independent, privacy, transformation, samizdat, subscription services.