

СМИРНОВ Алексей Константинович
заместитель генерального директора
ООО «Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ»
loosver@mail.ru

К вопросу распространения ЭЛЕКТРОННЫХ ВЕРСИЙ журналов

Сегодня в издательском мире продолжается падение подписки, как следствие – сокращаются тиражи и снижается прибыль от реализации печатной продукции. В то же время на смену читающим с традиционных бумажных носителей приходит поколение читающих с экранов мониторов и мобильных устройств. Это способствует появлению новых способов и форматов представления информации, путей извлечения прибыли.
Рынок распространения электронных версий изданий требует все большего внимания издателей.

Текущая экономическая ситуация для большинства издателей периодики характеризуется тем, что последствия экономического кризиса, вопреки сложившемуся общественному мнению, не преодолены, а лишь только набирают обороты. Свидетельство тому – продолжающееся падение подписки, как следствие – сокращение тиражей и снижение прибыли от реализации печатной продукции. Публикуемые Федеральным агентством по печати и массовым коммуникациям ежегодные отраслевые доклады о состоянии дел в издательско-полиграфической сфере – лишнее тому подтверждение. В целом ситуация в сфере распространения периодических изданий сама по себе является кризисной. В сложившейся ситуации значение слова «кризис» следует рассматривать буквально как некий перелом, переворот, фазу переходного состояния.

В настоящее время на смену читающим с традиционных бумажных носителей приходит поколение читающих с экранов мониторов и различного рода мобильных устройств. Эта новая аудитория ищет необходимую информацию не в библиотеках и книжных магазинах, а в просторах сети Интернет.

Способы передачи информации и форматы представления электронных документов

Бурное развитие Интернета, компьютерных и мобильных технологий, особенно в последние годы, заставляет задуматься о будущем периоди-

ческих изданий, искать новые способы и форматы представления информации и пути извлечения прибыли. Следуя за читательской аудиторией, издатель вынужден осваивать последние технологии, выходить на новые, еще неосвоенные территории, постигать всемирную паутину.

Продажа электронных версий журналов в настоящее время приобретает огромную популярность. В данном направлении российские издатели выступают в роли догоняющих западных коллег. Рынок распространения электронных версий изданий в целом пока только формируется, и лишь только наметились основные пути его становления и роста. Об этом говорит разнообразие форматов представления электронных документов и способов передачи информации конечному пользователю. Одни интернет-сервисы позволяют скачивать файл с электронной версией журнала непосредственно на компьютер пользователя (или другое персональное электронное устройство) для дальнейшего чтения. Другие предлагают читать издания непосредственно с сайта посредством технологии Flash без передачи файла пользователю. Третьи формируют электронные версии в специальном защищенном формате, который возможно читать только с помощью специальной программы-ридера.

Не смотря на то, что существует множество различных форматов представления изданий в электронном виде (PDF, DJVU, RTF, DOC, TXT, FB2, EPUB, HTML, LIT и др.), PDF остается наиболее популярным. И обусловлено это, прежде всего, доступностью формата. Сам по себе файл PDF предназначен для представления в электронном виде полиграфической продукции и является неким промежуточным звеном в процессе производства издания. По сути это визуальное отображение PostScript – языка программирования, созданного для описания страниц и используемого в издательских системах. То есть электронная версия журнала в формате PDF представляет собой полную электронную копию бумажного издания, для создания которой не



требуется «изобретать велосипед», при этом является промежуточным звеном в процессе подготовки и выпуска печатного издания.

Электронные версии периодических изданий

На рынке распространителей электронных версий периодических изданий в России в последние два года наблюдался рост числа игроков, и 2011 год не станет исключением – прогнозируется увеличение и бурное развитие интернет-сервисов по распространению электронных версий периодических изданий. Данное направление рассматривается как крайне перспективное, и борьба за аудиторию только начинается, хотя число участников различного масштаба (от крупнейших российских и западных

«даже заключив договор с одной или несколькими организациями на распространение электронных версий, не стоит полагаться на то, что сразу же начнутся многочисленные продажи и деньги потекут рекой

агрегаторов до отдельных издателей) уже по самым скромным подсчетам может насчитывать сотни. Разработкой данного направления занимаются не только новички, но и именитые организации, в том числе и агентства подписки, которым данное направление расширяет перечень услуг, оказываемых издателям. Кто в результате конкурентной борьбы останется на плаву, а кто исчезнет – покажет время.

Для издателей научной периодики наиболее интересным решением по распространению электронных версий журналов является Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (www.elibrary.ru). По мнению авторов отраслевого доклада «Электронная книга и электроннно-библиотечные системы России» [2], созданная Научной электронной библиотекой на сайте www.elibrary.ru база данных научной информации на сегодняшний день является «самой востребованной российскими вузами». В то же время значительный интерес проявляют и другие подписчики – научные центры, публичные библиотеки, отраслевые организации и НИИ, т.е. именно та целевая аудитория, которая необходима научному изданию.

Но даже заключив договор с одной или несколькими организациями на распространение электронных версий, не стоит полагаться на то, что сразу же начнутся многочисленные продажи и деньги потекут рекой. Независимо от того, где и кем распространяются электронные версии журналов, издателю придется самостоятельно проводить рекламные кампании по привлечению читателей, иначе его издания растворятся среди нескольких сотнях или тысячах аналогичных.

Ключевые слова:
распространение периодики, электронная версия издания, форматы представления информации, способы передачи информации, рекламная кампания, подписка на электронную версию, сайт научного журнала

Keywords:
periodical press distribution, electronic copy, electronic version, information representation format, ways of information transfer, an advertizing campaign, a subscription to the electronic version, a site of scientific journal



Привлечение читателей

Безусловно, можно и нужно давать информацию о подписке на электронную версию в печатном издании, но если само издание выходит, например, один раз в два месяца, то сложно рассчитывать на эффективность такой рекламной кампании…

Поэтому наиболее эффективно проводить рекламную кампанию в сети Интернет, где в настоящее время находится многочисленный конечный потребитель, т.е. читатель. Объектом такой рекламной кампании в данном случае должен выступать сайт издания, на котором хранятся аннотации публикуемых статей. Грамотно составленная аннотация к статье – уже прекрасная реклама всему изданию. Чем больше на сайте журнала качественных и интересных аннотаций, тем выше шанс привлечь внимание читателя. А заинтересованному читателю остается только составить предложение о подписке или приобретении электронной или бумажной версии журнала с указанием прямой ссылки на соответствующий ресурс.

Вообще необходимо понимать, что сайт научного журнала в сети Интернет – это не просто визитка издания, не просто представительство его в сети с краткой информацией и контактными данными. Это, прежде всего, мощный инструмент, способный решать многочисленные задачи, направленные на привлечение по-

> ***«следует помнить о читателях, их интересах и запросах, а значит, нужно активно заниматься поиском новых форм и методов привлечения потенциальных потребителей***

тенциальных читателей и подписчиков, в конечном счете – на извлечение прибыли. Поэтому к созданию сайта и наполнению его информацией следует относиться не менее внимательно, чем к самому изданию.

Помимо требований, предъявляемых Высшей аттестационной комиссией Министерства образования и науки Российской Федерации к сайту научного журнала, следует помнить о читателях, их интересах и запросах. А значит, нужно активно заниматься поиском новых форм и методов привлечения потенциальных потребителей. К этому вопросу требуется творческий подход, потому что не существует универсального рецепта для создания идеального сайта. Но интересные идеи можно перенять. Следует обратить внимание на сайты ведущих издателей, причем не обязательно научных. Большинство сайтов известных газет и журналов уже давно превратились в информационно-аналитические порталы с массой интересных и полезных онлайн-сервисов и возможностей. У них есть, чему поучиться и что перенять.

И самое главное. Важно понимать, что научно-технический прогресс не стоит на месте, а следует за ростом и изменением потребностей общества. Поэтому путь к успеху возможен только при умелом и своевременном использовании последних достижений науки и техники.

«путь к успеху возможен только при умелом и своевременном использовании последних достижений науки и техники

Литература

1. Воронина Л.А., Колкарева Э.Н., Ратнер С.В. Роль электронных денег в организации виртуальных хозяйственных систем // Финансы и кредит. – 2008. – № 30(318). – С. 24-28.
2. Воропаев А.Н., Леонтьев К. Б. «Электронная книга и электронно-библиотечные системы России», 2010. Отраслевой доклад. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fapmc.ru/activities/reports/item1824.html. – Загл. с экрана.
3. Заворотный Д.С., Матюнин И.А. Электронная коммерция как новая отрасль национальной экономики // Дайджест-Финансы. – 2006. – №10(142). – С. 57-58.
4. Козлов А.В. Особенности развития электронной торговли в России // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2010. – №12(36). – С. 62–65.
5. Русанова Я.М., Чердынцева М.И. Опыт создания электронных учебных изданий // Прикладная информатика. – 2009. – №4(22). – С. 22-27.
6. Электронные библиотеки в Российской Федерации: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.garant.ru/action/interview/251298. – Загл. с экрана.

Alexey K. Smirnov
The publishing house «Finance and credit»
Deputy General Director

To a question of distribution of electronic copies of journals

Today in the publishing world subscription falling continues, as a result – the circulations are reduced and the profit on printed products realization decreases. At the same time to replace reading from a traditional paper the generation of readers with display screens and mobile devices is coming. It provides occurrence of new ways and formats of representation of the information, ways to profit.
The electronic copies market demands the increasing attention of publishers.