Т. И. Мицук

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

ЦИФРОВОЕ КНИГОИЗДАНИЕ В РОССИИ: СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ

Несмотря на господство экранной культуры, книжная культура продолжает существовать, подстраиваясь и встраиваясь в современный мир. Компьютерные технологии отодвинули книгу на второй план, и она была вынуждена приспосабливаться к жизни в информационном обществе, используя различные современные технологии. Как можно заметить, закон В. Рипля, в котором говорится, что «новые более высокоразвитые средства массовой информации полностью не заменят старые», можно применить не только к СМИ, но и к книгам: каждый может убедиться, что в современном мире параллельно существуют как печатные книги, так и электронные.

В цифровом книгоиздании можно выделить несколько направлений:

* «смешанные» издательства, которые выпускают как печатные, так и электронные книги;
* самостоятельные цифровые издательства, которые выпускают книги только в различных электронных форматах;
* электронные книжные магазины, т.е. онлайн-платформы, через которые можно приобрести электронные книги в различных форматах;
* сервисы и платформы, которые позволяют самостоятельно верстать электронные книги в различных форматах.
* онлайн-библиотеки.

В процессе изучения были выявлены следующие стратегии развития цифровых издательств.

Во-первых, трендом цифровых издательств можно считать отсутствие жесткой и привычной структуры, которая свойственна издательствам в их привычном понимании, т.е. тех, которые производят печатную книжную продукцию.

Во-вторых, менеджмент в цифровых издательствах ближе к проектному менеджменту.

В-третьих, все изученные компании имеют похожие стратегии дальнейшего развития, суть которых заключается в выходе на зарубежные рынки в ближайшей перспективе.

Рынок цифрового книгоиздания находится на начальной стадии своего становления, когда большинство принимаемых решений – тактические; на данном этапе развития (стадии формирования) – никакой общей стратегии нет.