



ЦИФРА: КОНТЕНТ ЕСТЬ, а как его ИСПОЛЬЗОВАТЬ?



Развитие цифровых технологий, кроссформатность и мультимедийность открывают новые возможности как для издателей, так и для библиотечных систем и образовательных учреждений. Уникальность этих технологий ещё и в том, что они способствуют консолидации отраслей, которые раньше были разобщены. Простая цепочка «заказчик – поставщик» трансформируется и переходит на качественно иной уровень партнёрских взаимоотношений. Это уже совместная разработка новых сервисов, проектная деятельность, консалтинг.

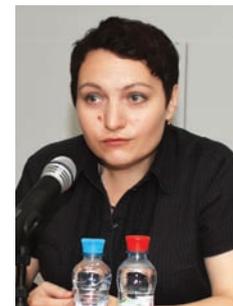
Полагая, что подобное взаимодействие может быть более эффективным, журнал «Университетская КНИГА» уже во второй раз инициирует круглый стол **«Библиотеки, образовательные учреждения, книгораспространители: новые возможности при использовании цифровых технологий»** в рамках конференции-выставки On Demand. Считаем, что не менее интересными и перспективными будут темы, связанные с оцифровкой, печатью по требованию, с новыми сервисами и возможностями, оптимизацией и более эффективным использованием технологий, которые даёт цифра, в предоставлении издательских и библиотечных услуг в учреждениях образования.

Круглый стол проходил в формате интернет-трансляции при технической поддержке партнёра журнала – Ассоциации электронных библиотек (НП ЭЛБИ) и в полной версии представлен на сайте www.aselibrary.ru.

Юлия ПОДКОРЫТОВА:

Поскольку мы уже около трёх лет используем цифровую печать в книгоиздании, и количество ежегодно издаваемых наименований приближается к 500, разумеется, весь контент хранится в цифровом виде. Это серьёзно облегчает работу издательства, преподавательского состава и библиотеки, потому что тиражи от 500 до 1000 экземпляров необходимо где-то хранить и учитывать. У нас таких проблем не возникает. При необходимости мы всё это допечатываем. Более того, это даёт возможность формировать спрос на более длинные тиражи, изучать и удовлетворять потребности клиентов. У нас давно ушли в историю ситуации, когда автор привозил тиражи, а мы ломали голову, как бы это всё продать. Сейчас мы идём от обратного и ориентируемся на платёжеспособный спрос со стороны студентов, преподавателей, сторонних покупателей.

Оборот электронного контента уже равен традиционному бумажному, очевидна тенденция к его увеличению. И здесь с точки зрения издательств и преподавателей возникает серьёзная опасность, а именно — аутентичность того контента, который передаётся, потому что фундаментальные науки требуют однозначного толкования. А если материал в процессе передачи кем-то дорабатывается, изменяется, то основные положения физики, химии и математики до студента доходят в искажённом варианте. Если говорить о распространении электронных материалов через агрегаторов очень бы хотелось, чтобы конеч-



Юлия ПОДКОРЫТОВА,
директор издательства
Южно-Уральского
Государственного
университета

ный результат, который доходит до потребителя, соответствовал тому качеству, который присущ вузовскому книгоизданию.

Проекты печати по требованию мы реализуем давно, в дальнейшем планируем организовывать агрегацию собственного контента либо в форме репозитариев, либо взаимодействуя со сторонними организациями, разумеется, с соблюдением всех интересов: наших собственных, электронных библиотечных систем и авторов.

Елена ИВАНОВА:

Тем, как позиционируется печать по требованию сейчас, мы не пользуемся. Это некий тираж, некая допечатка для кого-то... Мы этим не занимаемся, прежде всего потому, что издательский дом не выпускает никаких методичек, мы издаём только настоящую учебную и научную продукцию, которая ориентирована на достаточно узкого, но в этом узком слое — всё-таки массового потребителя.

Мы всегда оценивали, где эффективнее печатать, потому что тиражи делятся по каналам распространения и спросу, и уже от 1000 экз. для нас эффективнее печатать в профессиональной типографии. Из 250 наименований, выпускаемых нами в год, 100 — это литература, которая печатается в профессиональных офсетных типографиях. Тем не менее, большая часть выпуска — 150 наименований по 300 — 500 экз. — печатается цифровым способом. Средний тираж — 250 экз. У нас своя очень сильная типография, прекрасно оборудованная, с полным циклом ме-

ханализированных операций. Для нас это — определённый выход из положения, прежде всего потому, что это внутренние деньги. Хотя ВШЭ перестала быть бюджетной организацией, но и на автономное учреждение весь комплекс конкурсных процедур тоже распространяется.

Возвращаясь к услугам печати по требованию, следует сказать, что огромный оборот по типографии проходит не по издательской продукции, а от управлений общественных связей, довузовской подготовки, разных кафедр, библиотеки. То есть помимо нас все подразделения университета пользуются внутренними цифровыми технологиями, что удобно и выгодно: не образуется НДС,

при грамотном счёте это очень конкурентоспособная цена. И ВШЭ в этом году пошла на то, что дипломы государственного образца печатались в нашей собственной типографии. Поэтому цифровые технологии печати в вузе гораздо шире, чем издательские потребности.

В этом году мы приняли решение, что большая часть малотиражной литературы будет выпускаться как двойные издания: как бумажное и как электронное. И мы столкнулись с тем, что электронные издания совершенно иначе выпускаются, имеют другое библиографическое описание, проходят другую процедуру регистрации, но при этом имеют единый ISBN. Мы решили, что малотиражку в электронном виде мы будем продавать, а в печатном виде будем передавать в свою библиотеку, авторам, раздавать на презентациях, то есть небольшую часть тиража делать классической бумажной. Пока сложно предположить спрос на электронную версию, мы заключили договора с двумя агрегаторами: «Университетской библиотекой онлайн» и «ЛитРес». Направление взаимодействия с агрегаторами мы будем обязательно развивать, поскольку это решает самые болезненные проблемы малотиражки — вопросы продвижения такой книги, оперативной доступности к изданию и непосредственно тиража. Научная книга очень плохо реагирует на дистрибуцию. Никогда не знаешь, где, в каком магазине, как и почему пойдут продажи, при этом всегда важно знать где в любой момент можно такое издание приобрести. В этом смысле электронные ресурсы — важный и надёжный канал продажи. ▶



Елена ИВАНОВА,
директор издательства
ГУ-ВШЭ

Владимир ДМИТРИЕВ:

Несмотря на то, что компания «ЛитРес» позиционируется в первую очередь как агрегатор художественной литературы, сегодня мы готовы предложить интересные проекты для вузов и библиотек. Мы уже доказали, что электронные книги есть и будут, что они продаются, реализовав более 1 млн э-книг в прошлом году. В начале года мы запустили проект «Библиотека ЛитРес», очень похожую на стандартную ЭБС, которая имеет весь наш каталог (50 тыс. электронных книг) в онлайн-доступе. Этот проект мы организовали совместно с РГБ, и сейчас читатели Ленинки могут полноценно пользоваться нашими э-книгами в читальных залах библиотеки. Онлайн-каталог доступен читателю из дома, он может просмотреть его, оценить наличие и свою потребность в той или иной книге. Работа с научной литературой в библиотеке подразумевает конспектирование, поэтому мы допускаем возможность цитирования до 10% текста с сохранением и распечаткой этого контента.

Василий ПОРХАЧЁВ:

ЭБС Ibooks создана как издательский проект. Учредителями её являются Издательский дом «Питер» и издательство «БХВ-Петербург». Основой выбора партнёров по использованию тех или иных площадок дистрибуции электронных ресурсов, одним из которых является печать по запросу, всегда была концепция промышленного решения, которая могла бы хорошо обсчитываться с точки зрения бизнес-планирования. Именно таким образом идёт работа по привлечению тех или иных партнёров для реализации электронных ресурсов.

Если мы говорим о печати по запросу, с точки зрения акционеров издательского дома, в данный момент ни один из поставщиков не предлагает оптимального для нас промышленного решения. Тем не менее попытки взаимодействия по этим вопросам предпринимаются. Что касается внедрения сервисов печати по запросу в состав сервисов электронно-библиотечной системы, то мы пока занимаем выжидательную позицию, поскольку необходимо изучить востребованность этой услуги на рынке ритейла. Лично с моей точки зрения, запрос печатной книги по требованию — это следующий шаг и новый сервис в электронно-библиотечную систему после того, как электронная книга будет полноценно востребована студентом.

Елена ЛИНДЕМАН:

ГПНТБ России — не только библиотека, мы имеем собственное издательское подразделение, мы являемся организаторами международных конференций, на нашей базе ведут занятия кафедры МГУКИ, и обеспечение студентов учебниками, методичками и пособиями, а участников конференций рабочими материалами мы осуществляем как раз с помощью собственного печатного оборудования. Мы активно используем технологии печати по требованию для подготовки того количества учебников, которое необходимо той или иной группе, для распечатки рабочих материалов. С другой стороны, как преподаватель я могу сказать, что нередко возникают проблемы с учебниками, которых нет в бумажном виде вообще или традиционные тиражи полностью закончились. Печать по запросу в этом случае — тоже выход (если решён вопрос с авторским правом).

Что касается потребностей, то сейчас студенты предпочитают электронный вариант, преподавателям удобнее работать с бумагой. Видимо, это специфика нового поколения. Однако мы будем всё равно печатать то количество изданий, которое необходимо по запросу и для своего издательского отдела, и для отраслевых конференций, и для студентов и наших клиентов — читателей.

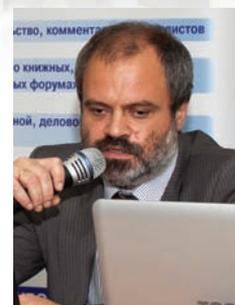
Михаил САФОНОВ,

зам. главного редактора «Инфра-М»

Мы начали заниматься печатью по требованию с 2009 г. необходимость в коротких тиражах возникла тогда, когда стало понятно, что необходимо допечатывать книги, но их реальная продажная ёмкость составляет 100, 200, 300 экземпляров. Что делать с такими книгами, было совершенно непонятно, и в тот момент возникло предложение от одной типографии, которая готова была это сделать на цифровых машинах. Сначала это было встречено со скепсисом, потому что мы привыкли к тому, что цифра — это дорого. Но попробовали — и получилось. С тех пор мы довольно много делаем коротких тиражей, половина из которых — допечатки. Всё обязательно отсылается в РКП. Сейчас, с введением ЭБС, вероятно, в ближайшее время в неё будет добавлена функция печати книг, которые в бумажном виде отсутствуют. Книги, попадающие в ЭБС, автоматически будут передаваться в прайс-лист предзаказа и распечатываться при необходимости. У нас есть интересное предложение для авторов. Мы печатаем монографии



Владимир ДМИТРИЕВ,
коммерческий директор «ЛитРес»



Василий ПОРХАЧЁВ,
руководитель проекта Ibooks



Елена ЛИНДЕМАН,
заместитель генерального директора ГПНТБ России

за счёт издательства — это те возможности, которые дала нам цифровая печать. Все тиражи меньше 500 экз. для своего издательства мы сейчас делаем на цифре, независимо от того, в переплёте они или в обложке. У нас стоит первая в России ролевая печатная машина OSE. В течение ближайших месяцев мы её запустим, тогда тиражи до 1000 экз. точно, а до 2000 — на определённых условиях — перейдут на цифру.

Потребности и возможности издателей и библиотек понятны. А как выстраивается сегодня взаимодействие и коммуникации с вендорами, с разработчиками технологий и сервисов?

Наталья ЧЕРНОВАЛОВА:

Работая с библиотеками и сектором образования уже не первый год, следует отметить, что наш клиент, испытывая те или иные потребности в оборудовании, недостаточно знает его возможности и, как следствие, нечётко прописывает их в своих требованиях аукционной документации. Например, для сканеров отмечается лишь скорость сканирования, оптическое разрешение, в лучшем случае — то, что это должен быть планетарный книжный сканер. Но наше оборудование выполняет и другие задачи (сохранение книги, оценку качества, управление страховыми фондами), поэтому мы очень активно выстраиваем коммуникации с нашим клиентом и разъясняем все новые возможности.

При поддержке ГПНТБ России мы провели уже две конференции, обсуждая оценку качества отсканированных образов. Книжный сканер Konica Minolta является самым востребованным на российском рынке, поскольку в отличие от планшетных, основанных на цифровых фотоаппаратах, этот сканер очень бережно относится к оригиналу. Есть программное обеспечение, которое позволяет распечатывать и получать на хорошем принтере очень качественную копию того, что вы хотите увидеть, что очень востребовано в библиотеках.

Выбирая оборудование, нужно обращать внимание не только на его разрешение или скорость печати. Оценивать надо в комплексе: какие книги берёт, с какой толщиной корешка, насколько у издания старые листы, насколько эта книга вам понадобится в дальнейшем, как уменьшить вредное воздействие на оригинал и осуществлять сканирование только один раз. Это вообще отдельная тема,

поскольку нигде не производятся исследования вредного воздействия сканирующего оборудования.

Алексей ИВАНЕНКО:

Вузы и библиотеки — это наши клиенты. Исследования, которые мы проводили среди студентов и преподавателей двух крупных московских вузов, выявили, что большинству удобнее иметь издания или сборники из различных изданий именно в печатном виде. Однако мы столкнулись с тем, что приобретение мини-типографий, как это называется в вузах и библиотеках, сводится к покупке оборудования в достаточно бессистемном порядке, что совсем не увязывается ни со стратегией развития вуза, ни со стратегией обеспечения учебным материалом, ни с продажей контента.

Последнее время у вузов возникает потребность не просто в покупке оборудования, а в необходимости комбинировать печатные системы по требованию со специальным софтом, который позволяет агрегировать контент, распространять его и делать это с помощью сложной сетевой структуры, в которой завязаны несколько организаций: издательство учебной литературы, библиотека, сама типография, вуз. Возможно недооценка печати по требованию происходит из-за того, что не все понимают потенциал этой технологии. Хотя качество и количество учебной литературы, которая печатается за рубежом, впечатляет.

Если рассматривать вуз с точки зрения бизнеса (а последние законодательные инициативы это лишь подтверждают), мы должны рассматривать и образование как бизнес. Безусловно, вуз имеет и государственные задачи, но это прежде всего бизнес, зарабатывание денег, и каждый вуз это делает, чтобы расширять свои возможности и предлагать более качественные услуги и студентам и преподавателям. Любой продукт, как правило, не существует в отдельности, он существует в привязке дополнительных сервисов и услуг. Тогда его добавленная ценность повышается. И задача вуза — монетизировать то, что он зарабатывает — научную работу, учебную деятельность и т.д. через студентов, через публикации. Таковы стратегии университетов мира (Гарвард, Оксфорд и пр.). Это означает, что любые способы монетизации важны для стратегии развития вуза, о чём часто забывают. И помимо печати учебной литературы есть и внутривузовские нужды любого вуза



Наталья ЧЕРНОВАЛОВА,
компания ДиМи-центр,
Konica Minolta



Алексей ИВАНЕНКО,
Председатель Совета
директоров компании
«КОМЛАЙН»

в колоссальных объёмах (корреспонденция, документооборот, любая мелкая полиграфия). Для этого необходимы соответствующие услуги и продукты, легко доступные внутри и вне вуза. Также это — удобное средство сетевым образом распространять контент внутри библиотечных систем. Можно построить агентскую цепочку, которая будет включать десятки, сотни различных организаций, которые будут использовать один и тот же контент, добавлять свой, передавая его дальше, не в ущерб авторским правам.

Одной из задач системы программного комплекса является оптимизация отношений с автором для того, чтобы можно было достаточно быстро опубликовать его произведение в электронном или в печатном виде. Не секрет, что до недавнего времени преподаватели вузов продавали свои учебники, которые напечатали за свои деньги, среди студентов. Все наработки: учебные материалы, монографии — это та ценность, которой обладает, помимо автора, и вуз. Очень важна общая система сбора контента, управления контентом и его дистрибуции. Частью системы печати по требованию или продажи контента в электронной форме является ещё и управление отношениями с авторами. Это означает, что авторы могут достаточно просто оформить своё издание, загрузить его, сделать его доступным для пользователей либо одного вуза, либо нескольких.

Евгений МОРЖЕВИЛОВ:

Опыт оказания консалтинговых услуг нашей компанией в сфере b2b показывает, что принципы, которые применяются с точки зрения поставщика к коммерческим структурам (центры репрографии) и к тем направлениям деятельности и услугам, которые предоставляют образование и библиотеки, весьма схожи. Сегодня это одно из приоритетных направлений, которое стоит перед маркетингом компании Canon в России с точки зрения структуры корпоративного предложения. Это предложение госсектору технологий, которые в ряде

случаев были хорошо отработаны в корпоративном секторе, с точки зрения предоставления студентам более высоких по качеству услуг и материалов, т.е. уход от классической модели: «продали и забыли». Сейчас Canon нацелен на конечного потребителя, такие модели уже реализуются в части суперкоротких тиражей (есть ряд проектов, когда система типографии шла в сочетании с установкой печатных устройств в общем доступе для студентов, и те могли в рамках заданного бюджета или по оплате распечатывать необходимые им документы в читальном зале).

Наша задача сегодня — это даже не предоставление продуктов. Да, вендор направлен на повышение продаж своего оборудования. Однако с точки зрения вендора как продавца основной задачей является предоставление компетенций потребителям. Развивая коммуникации с образовательным сектором наблюдается существенный разброс с точки зрения знаний, проектного, IT-подходов от региона к региону. Ключевым и первоочередным в предложении Canon для рынка библиотек является предоставление консалтинга (в ряде случаев бесплатного), т.е. по сути — предоставление компетенций. Любое оборудование должно всегда выбираться по потребностям, которые должны исследоваться. Нередко вуз, библиотека сталкиваются со сложностью формулирования своей потребности. И как раз здесь должен подключаться продавец, который способен выявить приоритетные задачи и грамотно сформулировать предложения по конкретному запросу.

С точки зрения предложений для вузов, мы работаем с партнёрами, выбирая тех поставщиков и провайдеров, у которых самая хорошая поддержка и покрытие. Дальше уже под них интегрируется печатное оборудование. Однако здесь важно отметить, что печатное оборудование подбирается под возможности и потребности системы, поскольку нередко происходит обратный процесс: сначала покупается печатная машина, а потом под неё «подтягивается» система. ■



Евгений МОРЖЕВИЛОВ,
руководитель
направления консалтинга
компании Canon

Серьёзное влияние на этот непростой сегмент рынка оказывают развитие инновационных технологий с одной стороны и законодательное регулирование, не всегда совершенное, с другой. Тем не менее рынок существует, динамично развивается, рождает новые потребности и решения. И если ещё год назад для разработчиков оборудования в роли клиентов выступали лишь крупные библиотеки и учебные заведения, то сегодня, в условиях падающего рынка, сокращения тиражей, демографических проблем, персонализации в оказании услуг эти сервисы могут быть востребованы в коммерческих издательствах и в электронных библиотеках.

Очевиден тот факт, что надо больше общаться: нередко потенциальные клиенты не в курсе новых возможностей и решений, а вендоры не знают о проблемах издателей и библиотек. Однако позиции начинают сближаться, и диалог становится более конструктивным.