

- 
2. Горобец Б. Кто открыл синтез алмазов? / Б.Горобец // Государственное управление ресурсами. — 2009. — № 8(51). — С. 76—81.
  3. Современные проблемы химической и радиационной физики: сб. / [ред. И. Г. Ассовский и др.]. — М.: Объедин. ин-т хим. физики, 2009. — 402 с.
  4. Евдокимова В. В. Академик Леонид Федорович Верещагин / В.В.Евдокимова. — М.: Наука, 2009. — 364 с.
  5. Горобец Б. С. Секретные физики из Атомного проекта СССР: Семья Лейпуных. — Изд.2, испр. и доп./Б.С.Горобец. — М.: Книжный дом «Либроком», 2009. — 312 с.
  6. Бакуль В. М. Вибрані твори. Біографія. Спогади сучасників / В.М.Бакуль [відп. ред. М. В. Новиков]. — К.: ІНМ НАНУ, 2006. — 668 с.
  7. Научно-технологический алмазный концерн АЛКОН. Инвестиции и фонды // Инструментальный світ. — 2000. — № 7. — С. 13—16.

*Получено 05.05.2010*

**М.В.Новиков**

### **Проблеми використання результатів НДДКР: історична ретроспектива створення та промислового виробництва синтетичних алмазів**

*Викладено історію створення теорії синтеза штучних алмазів, перших розробок з їх одержання в лабораторних умовах вченими США, Швеції, СРСР. Коротко розповідається про життя вчених Й.І.Лейпунського, Л.Ф.Верещагіна, В.М.Бакуля та їх роль у створенні й промислового виробництві синтетичних алмазів та інших надтвердих матеріалів в СРСР.*

*А.І.Радченко*

## **Періодика майбутнього — паперова чи електронна?**

*Аналізуються сучасний стан, співвідношення та тенденції розвитку традиційних паперових і електронних, а також комбінованих видань, зокрема комерційних та видань НАН України.*

Стрімкий розвиток Інтернет-технологій і розширення спектру пристроїв, що дозволяють входити до всесвітньої павутини, сприяють тому, що усе більшу частину нашого життя охоплює віртуальний простір. Уже сьогодні людина може забезпечити себе всім необхідним, не виходячи з власної домівки. Серед найбільш розповсюджених товарів в Інтернеті — видавничі продукції.

Додає актуальності й без того жвавій дискусії щодо майбутнього папе-

рових видань світова фінансова криза. Подорожчання поліграфічних матеріалів і послуг позначилося на ціні друкованих видань, а відтак спричинило зменшення кількості їх споживачів. Типографії почали закриватись, періодичні видання закриватись або переходити на електронну форму випуску, шукати різних шляхів економії та впровадження платних послуг. Натомість на ринку стало більше аудіокниг, а в Інтернеті — різноманітних тематичних агрегаторів.

Потужні всесвітньо відомі видавці та видання почали будувати стратегії подальшого розвитку та боротьби за ринок і замовляти наукові дослідження суспільних тенденцій щодо традиційних паперових і електронних видань. У межах проекту «Медіа-бібліотека», здійснюваного за підтримки Міжнародного фонду «Відродження» Лабораторією законодавчих ініціатив спільно зі Школою політичних студій та Школою професійної журналістики, було зроблено підборку матеріалів, що останнім часом з'явилися в українських мас-медіа з цього приводу ([www.media.parlament.org.ua](http://www.media.parlament.org.ua)). Нижче коротко викладено й проілюстровано основні висновки з цієї підбірки.

Головні питання, що їм присвячені матеріали: яким є майбутнє співвідношення електронних та паперових видань, чи повинні електронні видання бути безкоштовними та як зробити прибутковою електронну складову комбінованих (таких, що мають друку та онлайн-версію) видань.

Наприклад, «Financial Times» у 2009 році доступ до власних матеріалів на сайті зробила платним, планують це зробити й інші відомі видання. Кілька польських видавців домовились здійснити низку заходів, щоб змусити Інтернет-портали оплачувати користування їх матеріалами. Американське хімічне товариство повністю відмовилось від випуску серії своїх журналів у паперовому вигляді, так само як і британський журнал «Ecologist» та інші. Навіть компанія «Google» заговорила про платний доступ до деякої ексклюзивної або вузько-спеціальної інформації. З українського ринка протягом 2009 року пішли кілька міжнародних видавничих компаній, закрито низку видань: журнал «Новинар», щоденну газету «24», безкоштовні газети «15 хвилин» та «Обзор» та ін.

Очевидно, що стабільно зростають на сьогодні лише прибутки операторів від надання послуг доступу до Інтернету, при цьому переважно за рахунок надання цих послуг населенню. Однак це не означає, що будь-які сервіси у мережі є прибутковими. Навпаки, на думку світових експертів, безкоштовні сервіси є збитковими, реклами, розміщеної у них, вочевидь, недостатньо, щоб покрити видатки, до того ж вони знижують прибутковість усієї галузі, в якій діють (особливо це помітно по аудіо- і відеосервісах). За електронну версію будь-якого видання користувачі згодні платити лише частину тієї суми, яку б спокійно віддали за паперову. І це загалом виправдано, адже бюджет Інтернет-проекту видання істотно менший, ніж бюджет аналогічного паперового.

Водночас результати дослідження, здійсненого Лондонським університетом, однозначно свідчать, що закриття паперової версії видання призводить до занепаду Інтернет-версії. Навіть у США, де впровадження Інтернету у повсякденне життя чи не найбільше, тільки 4% дорослого населення читають видання, які існують виключно віртуально. Користувачі, призвичаєні до паперової версії видання, після її переходу в Інтернет не стають одностайно користувачами відповідного сайту, вони шукають інші паперові видання собі до смаку. Це та інші дослідження показали: Інтернет-видання сьогодні не є альтернативою чи прямим конкурентом паперових. Інтернет — принципово інший вид інформаційного ресурсу, він має інакші закони існування й аудиторію. Для сучасного видавця немає вибору: мережа чи папір, тільки врахування специфіки обох ресурсів і формування відповідної стратегії збе-

реження своєї аудиторії є запорукою успіху. На часі — комбіновані видання, тобто такі, що виходять в електронному і паперовому вигляді.

Один з найбільших видавців у Європі — концерн «Alex Springer» — виділив три основні напрямки власної стратегії виживання. Це, по-перше, впровадження нових Інтернет-сервісів на платній основі, різноманітні передплатні послуги. По-друге, боротьба з агрегаторами новин та іншої інформації (типу «Google»), наприклад заборона на безкоштовне користування власним контентом або й впровадження обов'язкових ліцензійних угод, що передбачатимуть платне користування матеріалами видавців для агрегаторів. І, по-третє, оптимізація роботи працівників — запуск нових проектів без практичного розширення штату, багатопланове використання однієї інформації, тобто зростання кооперації, створення різних тематичних спеціалізованих блоків в електронному та паперовому вигляді для цільових аудиторій.

Майбутнє електронних ресурсів — цікавих, відомих і прибуткових — у створенні якісних та інформативних проектів. Перспективними серед безлічі Інтернет-ресурсів є тільки ті, які можуть запропонувати користувачеві ексклюзивний продукт, брендовий і впливовий, а у подальшому зможуть створювати спеціальні сервіси, зокрема галузеві.

Поки виробники віртуальної видавничої продукції шукатимуть оптимальних шляхів заробітку і створюватимуть відповідні платформи, мине, на думку експертів, ще близько 15 років, на які припаде розквіт комбінованих видань. У цей час ніщо не загрожуватиме спеціалізованим паперовим, зо-

крема науковим виданням, але його слід використати на створення ефективної схеми переходу до віртуального простору, формування у ньому власної ніші. І шляхи до цього частково такі самі, як і ті, що торують сьогодні комерційні медіа, — створення комбінованих видань, введення оплати за читання спеціальних матеріалів у мережі, платного доступу до окремих сайтів або їх частин, формування галузевих інформаційних блоків, розвиток шляхів доставляння інформації, консолідація видавців окремих видань, створення «об'єднаних редакцій» для виготовлення друкованих та Інтернет-версій різних видань тощо.

Такими є світові тенденції та прогнози у царині «комерційної» видавничої справи. Цікаво, що загалом їм відповідають і тенденції розвитку академічних наукових «некомерційних» видань.

Переважає більшість журналів Національної академії наук України вже мають власні веб-сторінки або сторінки на сайтах установ-видавців. Значна частина редакцій розміщує на цих веб-сторінках анотовані змісти номерів, інколи різними мовами (українською, російською, англійською). Часто силами редакцій створюються електронні повнотекстові архіви номерів журналів за певний період виходу, навіть за весь час існування видання. Слід зазначити, що ці електронні архіви працюють у режимі відкритого доступу (наприклад, «Фізика низких температур»), деякі з журналів НАН України уклали угоди з «Google» на безоплатне розміщення повнотекстових архівів («Functional Materials», «Biopolymers and Cells» та ін.). Тож створення на безоплатній основі на базі Національної бібліотеки України імені В.І. Вернад-

ського (НБУВ), здійснюване на виконання вимог ВАК України до фахових періодичних видань, є почасти дублюванням вже виконаної редакціями роботи. Однак для видань, які не можуть самостійно створити власний архів, створення національного депозитарію, безумовно, є корисним. Добре, що є можливість укладання між НБУВ та установою—видавцем періодичного видання — угоди щодо відтермінування викладення «свіжого» числа видання у безоплатному відкритому доступі. Це забезпечує збереження інтересів редакцій та прав передплатників і фактично перетворює наукові журнали на комбіновані видання.

Слід зазначити, що позитивно впливає на тенденцію створення комбінованих видань і відсутність в Україні законодавчих норм щодо електронної періодики. Так, введенням у правове поле періодичного друкованого видання є його реєстрація з обов'язковим одержанням свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації, здійснювана відповідно до Закону України «Про друковані засоби масової інформації» та постанови Кабінету Міністрів України від 17.11.97 р. № 1287 «Про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів». Реєстрація електронних засобів масової інформації чинними нормативно-правовими актами не передбачена, тож вони фактично є «самвидавком». Можна зареєструвати інформаційне агентство, але це не відповідає сутності наукового періодичного видання. Зауважу, що ВАК України наповнює окремий перелік електронних «самвидавівських» періодичних видань як фахових, а Книжкова палата України імені Івана Федорова на

підставі постанови Кабінету Міністрів України від 10.05.02 р. № 608 «Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів» повинна одержувати їх контрольні примірники на відповідних носіях. Обидві ці установи чекають на законодавче унормування і легалізацію електронних видань, як і численні видавці й автори.

Тож на сьогодні, за умов подорожчання поліграфічних матеріалів та послуг, необхідності реєстрації та існування паперової версії видання і впровадження Інтернет-технологій, комбіновані видання — єдиний можливий вихід існування наукової періодики. Тираж видання при цьому визначається як сума кількості випущених друкованих і електронних версій. Електронні версії можуть бути використані як авторські примірники, примірники для доставляння у віддалені, зокрема закордонні, бібліотеки, для задоволення потреб передплатників. При цьому електронна версія повинна бути повним відповідником друкованої, вона фактично являє собою оригінал-макет видання, з якого здійснюється тиражування.

Зараз активно розвивається ринок послуг з передплати електронних версій видань — існують передплатні агентства з власними каталогами та сайтами. Споживачами віртуальної видавничої продукції в Україні, як і у всьому світі, є передовсім вищі навчальні заклади, зацікавлені у впровадженні сучасних технологій і обмежені площами власних книгосховищ. Створене на виконання рішення Ради з книговидання при Міжнародній асоціації академії наук передплатне агентство «Укрінформнаука» готове запропонувати академічним виданням організацію передплати і розповсюдження електронних версій на підставі відповідних ліцен-

зійних договорів. Адже деякі журнали НАН України самі вживають певних заходів щодо розповсюдження електронних версій чисел або окремих статей в електронному вигляді з власних сайтів («Термоелектрика» та ін.).

Повертаючись до висновків світових експертів щодо перспектив співіснування друкованих і електронних видань, зазначу, що журнали НАН України вже мають більшість ознак, які тільки починають формувати комерційні видавці. Це спеціалізованість, адресність (орієнтування на певну аудиторію споживачів, яка вже існує (!)), висока якість, придат-

ність до створення тематичних блоків, «об'єднаність редакцій» (фактично їх поліфункціональність). Для того, щоб не втратити цю фору, науковим журналам слід продовжувати кооперацію: на часі створення корпоративного інформаційного Інтернет-ресурсу, який сприятиме рекламуванню і розповсюдженню продукції, організація дієвих механізмів передплати електронних версій видань, створення платформи для поступового переходу всіх журналів НАН України до комплексної форми існування, а згодом — і до віртуальної. На 15 років не такі вже й нездійсненні задачі.

*Одержано 05.05.2010*

*А.І.Радченко*

### **Периодика будущего — бумажная или электронная?**

*Анализируются современное состояние, соотношение и тенденции развития традиционных бумажных и электронных, а также комбинированных изданий, в частности коммерческих и изданий НАН Украины.*