

них, мембранної, кристалогідратної й електрохімічної технологій, іонізаційно-радіаційних і магнітних методів, а також комплексної інтенсифікації шляхом поєднання цих ефектів. Широке застосування знайшли такі способи активації технологічних середовищ, особливо води, як магнітна й електрична обробка.

1. Банашек В. Э. Интенсификация процессов экстракции хладонами / В. Банашек, И. Федоткин. — М.: ЦНИИТЭИПищепром. — 1981. — Вып. 6. — С. 27. 2. Банашек В. О теоретических основах кристаллогидратной технологи / В. Банашек, Н. Мельничук, И. Федоткин // Хим. машиностроение: респ. межвед. науч.-техн. сб. — 1983. — Вып. 38. — С. 46–53. 3. Борщевский Ю. Т. Двухфазные турбулентные струйные течения / Ю. Борщевский, И. Федоткин, А. Володин. — К.: Техника, 1972. — 147 с. 4. Lazarenko E. Prospects of nanotechnologies application for packaging / E. Lazarenko, V. Netak, M. Estrina, N. Yarka // Квалілогія книги: зб. наук. пр. — Львів : УАД, 2007. — № 2 (12). — С. 39–47. 5. Лазаренко Э. Активация технологических сред в полиграфии / Э.Лазаренко, И. Конюхова. — М.: Книжная палата, 1990. — 40 с. 6. Смирнов И. Электрооборудование и электротехнология / П. Ястребов, И. Смирнов. — М.: Высш. шк., 1987. — 224 с. 7. Федоткин И. М. Интенсификация технологических процессов / И. Федоткин. — К.: Высш. шк., 1979. — 342 с.

## **ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФИЗИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ**

*Рассматриваются направления интенсификации технологических процессов в полиграфии.*

## **INTENSIFICATION OF TECHNOLOGICAL PROCESSES BASED ON THE USE OF DIFFERENT PHYSICAL EFFECTS**

*The intensification directions of technological processes in printing industry are considered.*

*Стаття надійшла 21.08.09*

УДК 658.787

**Т. В. Олянишен**

*Національний лісотехнічний університет України*

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ПРОСУВАННЯ КНИГ ДО ЧИТАЧА**

*Обґрунтовується необхідність моделювання процесів купівлі та читання книги, що може стати основою для оптимізації структури книговидання щодо інтересів масового читача у нашій країні.*

**Книга, процес моделювання купівлі, читання, масовий читач**

Сучасні досягнення в електронних засобах обробки, передавання та зберігання інформації в інших сферах науки перетворюють усі сторони життєдіяльності людини, цілі галузі промисловості. Книги, газети, журнали — дру-

кована продукція — разом з телебаченням і радіомовленням, засобами зв'язку є основним джерелом отримання інформації сучасною людиною. Сьогодні людство зіткнулося з проблемою надлишку інформації, з тим, що вона розповсюджується дуже швидко і часто є недостатньо структурованою й об'єктивною.

Більшість дискусій стосовно книги точиться навколо її нинішньої матеріальної форми. Але ця форма є історичною і повинна змінитися. Набагато важливішим є питання про подальшу долю читання, яке нерозривно пов'язане з книгою. Вітчизняними науковцями доволі багато уваги приділяється вивченню книги, процесів її створення, поширення та використання. У цьому напрямку протягом останнього десятиліття маємо цілий ряд вітчизняних публікацій, в яких узагальнено великий емпіричний матеріал. Привертає увагу та обставина, що ці публікації стосуються переважно історії книжкової справи або носять оглядовий характер чи констатують її сьогоднішній злидений стан [1–10]. Щодо читання та купівлі книжок, то останнім часом це проходило повз увагу дослідників, якщо не рахувати робіт [11–18].

Аналіз літературних джерел [11–18] показав, що процес просування книги до читача сьогодні пов'язаний з масою проблем об'єктивного та суб'єктивного характеру. В Україні книжка займала і займає важливе місце серед цінностей, які визнаються всіма; її можна розглядати як результат дії традиційної ієрархії цінностей, що міцно встановилася протягом другої половини минулого століття. Але у сфері поведінки телебаченню віддається перевага перед книгами. Незважаючи на важливе значення у житті суспільства, книга стала предметом загальної уваги тільки в результаті нинішньої експансії телебачення та новітніх інформаційних технологій.

Можемо виділити звичну для нас (рис. 1, а) та сучасну (рис. 1, б) схему просування книги до читача. З аналізу цих схем випливає, що процес «споживання» книги за останні десятиріччя неймовірно ускладнився. Ще якихось років двадцять тому (рис. 1, а) автор приносив книгу у видавництво, в якому рукопис редагувався і розроблявся макет видання, відтак воно передавалося в друкарню, де книгу набирали, верстали і виготовляли, звідти її забирало видавництво, і через торгівлю вона потрапляла до читача.

Нині ситуація кардинально змінилася. Основною відмінністю є величезна різноманітність шляхів потрапляння твору (друкованої продукції) до рук читача (кінцевого споживача). На схемі (рис. 1, б) добре видно, що книгу читач тепер може придбати, окрім торгівлі, у друкарні, видавництві чи в самого автора. Уже не кажучи про те, що у зв'язку з розвитком електронних засобів обробки, передавання та зберігання інформації книга в безпаперовому вигляді потрапляє від автора до читача без посередників у вигляді видавця, виготовлювача чи розповсюджувача друкованої продукції.

Після аналізу літератури [19] й ознайомлення з результатами соціологічних досліджень, проведених в Україні останніми роками сітьовим маркетинговим агентством ТНС Україна та маркетинговою компанією ГФК Юкрейн (*GfK Ukraine*) на замовлення — «Регіональні ЗМІ в Україні» (ГФК Юкрейн,

2005–2007), «Ринок книжок в Україні» (ГФК Юкрейн, 2006–2008), «Аудиторія щоденних та щотижневих видань» (ТНС Україна, 2008), «Аудиторія друкованих видань» (ТНС Україна, 2008), виділено три групи факторів, що визначають купівлю та читання книг (табл. 1), які є однаково важливими як для купівлі, так і для читання книжок. Деякі інші фактори добре корелюються між собою навіть тоді, якщо не є повними відповідниками один одному. Так, наприклад, місце проживання покупця книжок аналогічне типові населеного пункту та регіону, в якому проживає читач цих книг; читацькі традиції та сім'я багато в чому визначають налаштованість на купівлю книжок і тому подібне.

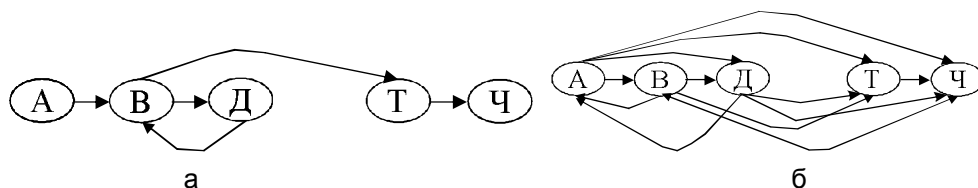


Рис. 1. Схема традиційного (а) та сучасного (б) просування книги до читача:  
 А — автор; В — видавництво; Д — друкарня; Т — торгівля; Ч — читач

Таблиця 1

**Систематизація факторів, що визначають купівлю та читання книг**

Група факторів	Фактори	
	купівлі книжок	читання
Демографічні	Вік	
	Стать	
	Місце проживання	Тип населеного пункту, регіон
	Рівень освіти	
Соціологічні	Професія	
	Читацькі традиції, вплив сім'ї	Налаштованість на купівлю книжок
Соціально-економічні	Вільний час	Соціальний стан, зайнятість
	Матеріальне становище	
	Наявність необхідної літератури	
	Соціокультурне середовище	Наявність мережі книжкових магазинів
		Потреба в придбанні книги
	Вартість книги	

Якщо спробувати зобразити ці залежності в графічному вигляді (рис. 2), стає зрозумілим, що не врахований ще один важливий фактор впливу на купівлю книги — її зовнішній вигляд. Тобто на кожному з етапів виготовлення

та просування книги до читача створений автором твір набуває нових властивостей. Оздоблення продукції на етапі її виготовлення може бути складовою технологічного процесу виготовлення книги. Як один з варіантів оздоблення розглядалося лакування обкладинки книги лаками УФ-затвердіння, що значно поліпшить її естетичний вигляд, зробить її привабливішою для покупця.

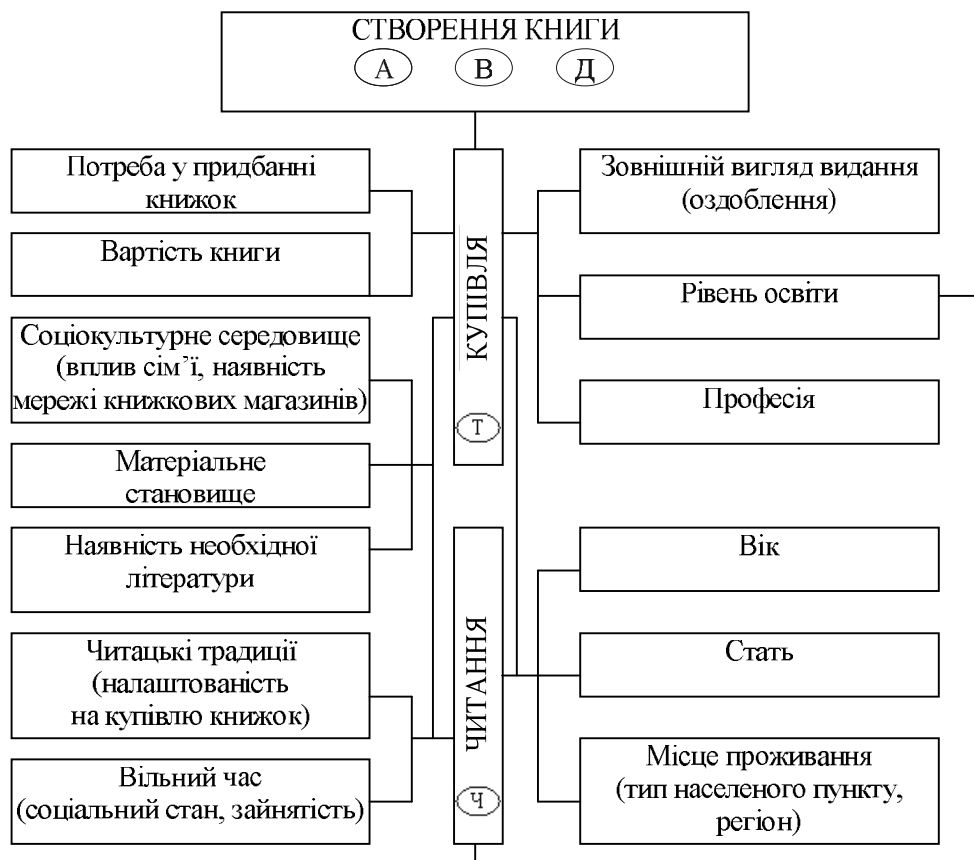


Рис. 2. Вплив визначених факторів на купівлю та читання книжок у сучасних умовах

Автором спільно з В. М. Сеньківським [19–22], Ж. М. Ковбою [23], А. М. Штангретом [19] та О. В. Мельниковим [19–23] проаналізовано та досліджено ситуацію щодо купівлі та читання книжок, виділено демографічні, соціологічні та соціально-економічні фактори впливу на ці процеси; спільно з Ю. М. Румянцевим [24–30] здійснено оцінювання зовнішнього вигляду друкованої продукції після нанесення на неї (оздоблення) лаків УФ-затвердіння, що, як зазначалося вище, впливає на реалізацію книжок. Відповідно, синтез моделей цих процесів може стати основою для оптимізації процесу книговидання відповідно до інтересів масового читача в нашій країні.

1. Видавнича галузь і кадри: досягнення, проблеми, перспективи: наук.-практ. зб. / упоряд. Е. І. Огар. — Львів : Аз-Арт, 2002. — 276 с.
2. Видавнича справа та редагування в Україні : статистика і джерела (XIX — перша пол. XX ст.): навч. посіб. / Н. Зелінська, Н. Черниш, Е. Огар, Л. Івасенко та ін. ; за ред. Н. В. Зелінської. — Львів : Світ, 2003. — 612 с.
3. Зелінська Н. В. Наукове книговидання в Україні: історія та сучасний стан: навч. посіб. / Н. В. Зелінська. — Львів : Світ, 2002. — 268 с.
4. Іван Тиктор: талан і талант: моногр. / Н. Зелінська, Л. Сніцарчук, Е. Огар та ін.; кер. авт. кол. О. Думанська. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2007. — 240 с.
5. Ісаєвич Я. Українське книговидання: витоки, розвиток, проблеми / Я. Ісаєвич. — Львів : Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича, 2002. — 520 с.
6. Книга в соціокультурному просторі (досвід книговидання XIX–XX ст. і сучасні проблеми): доп. і повід. Міжнар. наук. конф., 3–5 трав. 1995 р.; ред. гр. І. С. Квітко (відп. ред.) та ін. — Львів, 1995. — 144 с.
7. Книга і преса в контексті культурно-історичного розвитку українського суспільства: зб. наук. пр. каф. видав. справи та ред. (Укр. акад. друкарства) / відп. ред. Н. В. Зелінська. — Львів : Фенікс. — Вип. 1. — 1995. — 104 с.; Вип. 2. — 1998. — 186 с.
8. Реалії та перспективи українського книжкового ринку (про інформаційний маркетинг і не лише про нього...): зб. ст. і матеріали Круглого столу «Розвиток інформаційного маркетингу на книжковому ринку України» / упоряд. Е. І. Огар. — Львів : Аз-Арт, 1997. — 144 с.
9. Тимошик М. Видавничий бізнес: погляд журналіста, видавця, вченого: навч. посіб. / М. Тимошик. — К. : Наша культура і наука, 2005. — 328 с. — ISBN 966-7821-29-3. — (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
10. Тимошик М. Книга для автора, редактора, видавця: практич. посіб. / М. Тимошик. — 2-е вид., стереотипне. — К. : Наша культура і наука, 2005. — 560 с. — (Сер. «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
11. Глотова Г. Ринок видавничої продукції як середовище маркетингу / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. — 2003. — № 5. — С. 16–21.
12. Глотова Г. Сегментація ринку видавничої продукції / Г. Глотова // Вісн. Кн. палати. — 2003. — № 6. — С. 21–23.
13. Грейт Г. Сучасні канали розподілу книжкових товарів / Г. Грейт // Вісн. Кн. палати. — 2005. — № 3. — С. 5–7.
14. Піча В. Зміст та особливості соціальних функцій книги / В. Піча, Р. Садова // Книга в соціокультурному просторі: досвід книговидання XIX–XX ст. і сучасні проблеми : [доп. і повід. Міжнар. наук. конф.], Львів, 3–5 трав. 1995 р. ; ред. гр.: І. С. Квітко (відп. ред.) та ін. — Львів : Фенікс, 1995. — С. 118–119.
15. Садова Р. М. Соціологія книги: мат. до лекцій з курсу «Соціологія» / Р. М. Садова. — Львів : Укр. акад. друкарства, 1996. — 32 с.
16. Соціологія культури: навч. посіб. // О. М. Семашко, В. М. Піча, О. І. Погорілий та ін.; за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. — 2-е вид. — Львів: Новий Світ. — 2000, 2004. — 334 с.
17. Швайка Л. А. Економіка видавничо-поліграфічної галузі: підруч. / Л. А. Швайка, А. М. Штангрет. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2008. — 480 с.
18. Швайка Л. А. Розвиток і регулювання видавничого підприємництва: моногр. / Л. А. Швайка. — Львів: Укр. акад. друкарства, 2005. — 432 с.
19. Сеньківський В. М. Читання як проблема вільного часу : за результатами соціолого-статистичних досліджень: моногр. / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, А. М. Штангрет, О. В. Мельников. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 160 с.
20. Сеньківський, В. М. Моделювання процесу інтенсивності читання / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Полігр. та вид. справа. — 2007. — № 2 (46). — С. 210–220.
21. Сеньківський, В. М. Модель ієрархії критеріїв попиту на книги / В. М. Сеньківський, О. В. Мельников, Т. В. Олянишен // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2008. — Вип. 1 (13). — С. 155–162.
22. Сеньківський В. М. Оптимізація моделі параметрів процесу інтенсивності читання / В. М. Сеньківський, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Технол. і техніка друкарства. — 2009. — Вип. 1–2 (23–24). — С. 16–23.
23. Ковба Ж. М. Асортимент друкованої продукції: навч.-метод. посіб. / Ж. М. Ковба, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2009. — 100 с.
24. Новий пристрій для дослідження покриттів на стійкість до сухого стирання / Т. В. Олянишен // Технол. і техн. друкарства. — 2004. — № 4. — С. 29–31.
25. Румянцев Ю. М. Спектрофотометричні дослідження лаків УФ-отвердіння / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен // Квалілогія кн. — 2005. — Вип. 8. — С. 99–102.
26. Румянцев Ю. М. Дослідження умов формування плівок на основі лаків УФ-затвердіння / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен, О. В. Мельников // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2006. — Вип. 9. — С. 22–23.

27. Румянцев Ю. М. Внутренние напряжения в слоях, формируемых лаковыми композициями УФ-отверждения / Ю. М. Румянцев, Т. В. Олянишен, Л. М. Стоянова // Технол. і техн. друкарства. — 2006. — № 1—2. — С. 171—173. 28. Олянишен Т. В. Дослідження блиску та світлостійкості фарб УФ-затвердіння / Т. В. Олянишен, Г. А. Чернозубова // Полігр. і вид. справа. — 2007. — Вип. 2 (46). — С. 221—223. 29. Олянишен Т. В. Зменшення внутрішніх напружень у лакових шарах, сформованих композиціями УФ-затвердіння / Т. В. Олянишен, Ю. М. Румянцев, О. В. Мельников // Наук. зап. (Укр. акад. друкарства). — 2007. — Вип. 1 (11). — С. 61—64. 30. Олянишен Т. В. Можливості зменшення внутрішніх напружень у лакових шарах, сформованих композиціями, що фотополімеризуються / Т. В. Олянишен, Ю. М. Румянцев, О. В. Мельников // Полігр. і вид. справа. — 2007. — Вип. 1 (45). — С. 171—175.

### **ПУТИ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА ПРОДВИЖЕНИЯ КНИГ К ЧИТАТЕЛЮ**

*Обосновывается необходимость моделирования процессов покупки и чтения книг, что может стать основой для оптимизации структуры книгоиздания относительно интересов массового читателя в нашей стране.*

### **SHLYAKH UDOSKONALENNYA PROCESSES PROSUVANNYA BOOKS TO ЧИТАЧА**

*The necessity of modeling the process of buying and reading books that can be the basis for optimizing the structure of publishing for the general reader interest in our country.*

*Стаття надійшла 17.09.09*