

та електронні бібліотеки були тісно пов'язані з Інтернетом, проте зараз ці напрями стрімко розширюються в контексті питань проєктування інформаційних послуг у різних середовищах (Sosińska-Kalata, 2017).

Можна констатувати, що польські науковці уникають вирішення питання чіткого окреслення проблемного поля інформатології, що свідчить про методологічну незрілість цієї наукової дисципліни в Польщі. Водночас аналіз контенту провідних світових інформатологічних часописів, який час від часу проводиться польськими дослідниками, свідчить про зростання зацікавлення метанауковими питаннями інформатології, що свідчить про те, що загалом у світі інформологія пройшла стадію інституалізації як самостійної науки і наразі вимагає перегляду концепції дисципліни в контексті розходження «науки про використання високих технологій» та інформатології як однієї з наук про культуру.

Ван Шуайтянь

КНИЖКОВИЙ РИНОК КНР В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Wang Shuaitian

THE BOOK MARKET OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA DURING THE PANDEMIC

До 2019 р. книжковий ринок КНР демонстрував стійку позитивну динаміку. За даними OpenBook, як порівняти з попереднім роком, він зріс на 14,4%. Головними тенденціями його розвитку стало стрімке зростання онлайн-продажів (на 24,9%) з одночасним зниженням продажів у фізичних магазинах (-4,24%); зменшення асортименту (-6,7%) та зростання цін на книжкову продукцію. У 2020 р. Китай, як і інші країни, зазнав різкого спаду, пов'язаного з розповсюдженням Covid-19. Усього книжковий ринок КНР зменшився на 5,08 %, при цьому продажі у фізичних магазинах упали на 33,8%, а в онлайн-торгівлі — навпаки збільшилися на 7,27%. У 2021 р. ситуація не покращилася: у фізичних магазинах продовжився спад, а інтернет-торгівля продемонструвала дуже незначний приріст як порівняти з попереднім роком (1%).

Цікавою тенденцією 2021 р. було те, що приблизно 40% художньої літератури, яка користувалася найбільшим попитом, припадало на книги, які створювалися як онлайн-література, тобто виключно для споживання в мережі. Зазначена тенденція є характерною для багатьох азійських культур читання. Така онлайн-література зазвичай випускається у вигляді цифрових серій на основних платформах. Перспективність застосування такої бізнес-моделі пов'язане з тим, що книжкове видання має вбудовану аудиторію. Також популярністю на китайському книжковому ринку користується онлайн-література, що створена в інших культурах, наприклад у Кореї.

Попри те, що книжкові ринки основних світових гравців у 2022 р. нормалізувалися і почали демонструвати позитивну динаміку, у КНР ситуація тільки погіршилася. Загалом у 2022 р. спад продажів становив 11,77%. Водночас у цей період на книжковому ринку спостерігалось збільшення електронної комерції з короткими відео на ТікТок на інших платформах на 42,86%. Продажі ж через канали фізичних книгарень зменшилися на 37,22% як порівняти з попереднім роком. Платформна електронна комерція зменшилася на 16,06%, інші канали електронної комерції впали на 2,43%.

Близько 40% виручки від продажів припадало на цифрові роздрібні платформи. Щодо асортименту спостерігалася тенденція збільшення в сегменті художньої літератури (1,82%), а також біографічної. Найбільший же сегмент продажів традиційно становила дитяча література. Зазвичай онлайн-продажі дитячих книг становлять понад 30% від загальної кількості. А найбільше постраждалим виявився сегмент навчальних посібників, який зменшився більш ніж на 2%.

Очевидно, що рушійною силою книжкового ринку в умовах пандемії став Інтернет, що забезпечив популярність «онлайн-літератури», онлайн-дискусій та коментарів щодо змісту книг. У каналах із короткими відео, що стимулювали продажі, переважали релізи новинок. Загалом на 43 нові книги припало понад 50% продажів у цифровій роздрібній торгівлі короткими відео. Тож, очевидно, що існує кореляція між каналами з короткими відео та успіхом нових книг.

Також тенденцією 2022 р. стало збільшення частки вітчизняних книг у загальному асортименті (з 23,9% до 24,5%), а також частки в продажах (з 23,7% до 30,1%). Загалом відмічалася тенденція розширення асортименту (понад 6000 нових найменувань).

Безсумнівно, що нині книжковий ринок КНР зіткнувся з потужним викликом, пов'язаним з пандемією Covid-19. Подолання її наслідків у книжковій індустрії можливе лише за умов активного впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій.

L. Lytvynova

NFT OPPORTUNITIES IN LIBRARIES, ARCHIVES AND MUSEUMS: COPYRIGHT ISSUES

Л. Литвинова

МОЖЛИВОСТІ NFT У БІБЛІОТЕКАХ, АРХІВАХ І МУЗЕЯХ: ПИТАННЯ АВТОРСЬКОГО ПРАВА

Non-Fungible Tokens (NFTs) have become increasingly popular in the art world, but they also have many possibilities for use in libraries, archives, and museums (LAM). NFTs can be used to represent digital content, such as photographs, videos, and sound recordings, which are often found in the collections of cultural institutions.

Moreover, NFTs offer a new revenue source for libraries, archives, and museums. By selling NFTs of rare or unique items in their collections, institutions can generate funds that can be used to support their operations and preserve their collections for future generations. The potential market for NFTs is vast and growing, with collectors and enthusiasts eager to acquire digital assets of cultural or historical significance.

NFTs can also help libraries, archives, and museums preserve and showcase their collections in ways that were previously impossible. Digital preservation has become increasingly important as cultural heritage items continue to degrade over time. NFTs provide a way to preserve these items in digital formats, ensuring that they remain accessible to future generations.

In addition, NFTs can also be used to promote and protect cultural heritage. Institutions can use NFTs to showcase and celebrate unique cultural artifacts and raise awareness about their historical and cultural significance. Moreover, smart contracts embedded in NFTs can provide a mechanism for copyright management, ensuring that copyright holders are compensated fairly for the use of their works.