

**DOI: 10.31558/2307-2318.2023.4.21**

УДК 339.9:655.4:070

JEL: F29, O32, L82, L86

**Іщук Ю.А.**

доктор філософії, доцент кафедри міжнародних економічних відносин,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: 0000-0002-4187-7816

[yu.ishuk@donnu.edu.ua](mailto:yu.ishuk@donnu.edu.ua)

**Варламова М.Л.**

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,  
Донецький національний університет імені Василя Стуса

ORCID: 0000-0001-7111-1136

[m.varlamova@donnu.edu.ua](mailto:m.varlamova@donnu.edu.ua)

**ЦИФРОВІЗАЦІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ЯК СКЛАДОВОЇ ГЛОБАЛЬНИХ  
КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

Стаття розглядає зміни, що відбулися у видавничій галузі на фоні глобальних трансформацій у суспільстві. У контексті видавничої індустрії досліджено нові світові тенденції, які створюють складні умови: технологічні сили, суспільні сили та регуляторні органи. Цифрова революція шукає нові реалії для видавництва, які повинні не лише адаптуватися, але й готуватися до використання нових інструментів та технологій. Клієнтоорієнтованість і реакція на споживчі очікування стають каталізаторами для новаторських бізнес-моделей, спрямованих на задоволення потреб сучасного читача. Регуляторні зміни в цифровому середовищі вимагають від компаній дотримання законів і етичних принципів для забезпечення успіху та довіри від клієнтів та інвесторів. Визначено, що видавнича галузь повинна активно використовувати цифрові технології. Розглянуто перехід від паперового до цифрового ринку та його вплив на видавничу індустрію. Проаналізовано загальний дохід та дохід від цифрових публікацій видавничої галузі у провідних країнах світу. Дані свідчать, що майбутнє галузі буде пов'язане з цифровими технологіями, більше того, цифрові технології дозволять перейти до повністю клієнтоорієнтованих бізнес-моделей, де фокус повністю зосереджений на клієнті. Аналіз світових витрат на цифрову рекламу та доступ до Інтернету підкреслює зростаючий вплив цифрових технологій. Приділено увагу впровадженню технологій штучного інтелекту у видавничу справу, зокрема, як провідні медіа-компанії, такі як Forbes, The Washington Post і Bloomberg, використовують штучний інтелект для оптимізації своїх виробничих процесів. Загальною тенденцією стає зростання ролі штучного інтелекту в оптимізації виробничих процесів у видавничій сфері для підвищення продуктивності та контенту.

**Ключові слова:** цифровізація, глобальні креативні індустрії, видавнича справа, штучний інтелект, глобальні тенденції.

Рис. - 3, Літ. - 5

**Y. Ishchuk**

Ph.D., associate professor,

Department of International Economic Relations, Vasyl' Stus Donetsk National University

ORCID: 0000-0002-4187-7816

[yu.ishuk@donnu.edu.ua](mailto:yu.ishuk@donnu.edu.ua)

**M. Varlamova**

PhD in Economics, associate professor,  
Department of International Economic Relations, Vasyl' Stus Donetsk National University  
ORCID: 0000-0001-7111-1136  
[m.varlamova@donnu.edu.ua](mailto:m.varlamova@donnu.edu.ua)

## **DIGITALIZATION OF PUBLISHING AS A COMPONENT OF GLOBAL CREATIVE INDUSTRIES**

The article explores the changes that have taken place in the publishing industry against the backdrop of global transformations in society. In the context of the publishing industry, new global trends are examined, creating complex conditions influenced by technological forces, societal dynamics, and regulatory bodies. The digital revolution seeks new realities for publishers, requiring not only adaptation but also preparedness to embrace new tools and technologies. Customer orientation and responsiveness to consumer expectations serve as catalysts for innovative business models aimed at satisfying the needs of the modern reader. Regulatory changes in the digital environment demand companies to adhere to laws and ethical principles to ensure success and trust from clients and investors. It is identified that the publishing sector must actively leverage digital technologies. The transition from the paper to the digital market and its impact on the publishing industry are discussed. An analysis of overall revenue and income from digital publications in leading countries worldwide is presented. The data indicates that the future of the industry will be intertwined with digital technologies. Furthermore, digital technologies enable a shift toward fully customer-oriented business models, where the focus is entirely on the customer. An analysis of global spending on digital advertising and internet access underscores the growing influence of digital technologies. Challenges and opportunities arising from digital technologies in the publishing business are explored. Tools to enhance reader engagement and the application of new practices for digitized and interactive content are highlighted. Attention is devoted to the integration of artificial intelligence technologies into publishing, examining how leading media companies like Forbes, The Washington Post, and Bloomberg utilize artificial intelligence to optimize their production processes. A prevailing trend is the increasing role of artificial intelligence in optimizing production processes in the publishing sector to enhance productivity and content quality.

**Key words:** digitization, global creative industries, publishing industry, artificial intelligence, global trends.

Fig. - 3, Lit. - 5

**Постановка проблеми.** Протягом останнього десятиліття глобальні трансформації у суспільстві супроводжувалися неоднозначним впливом на видавничу справу, визначаючи її новий напрямок розвитку. Цифрова революція, яка зазнала інтенсивного зростання, створила як виклики, так і можливості для видавництва. Тому дана тема потребує дослідження та спеціального аналізу змін в галузі видавництва під впливом цифровізації, а також висвітлення ключових аспектів, таких як адаптація до нових технологій, зміни в споживчих уподобаннях, регуляторні виклики та використання штучного інтелекту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам цифровізації видавничої справи присвячені праці багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених, серед яких: Шендерівська Л., Гук О., Злигостев С, Приступенко Т., Євдокименко І., Герасимова О. та інші.

**Формулювання цілей статті.** Мета дослідження полягає в комплексному вивченні впливу цифровізації на видавничу справу в контексті глобальних трансформацій у суспільстві.

**Виклад основного матеріалу.** У 20-му столітті відбулися важливі зміни в різних аспектах суспільства, таких як культура, соціальна структура, ринок праці та демографічна ситуація. Зазначене століття було періодом інтенсивного розвитку, а його завершення не призупинило тенденції змін, навпаки, вони лише посилилися.

У 21-му століть нові глобальні тенденції прискорюють зміни в суспільстві. Серед них важливі значення:

*Демографічні зміни.* Збільшення середнього віку населення світу, особливо в розвинених країнах, викликане покращенням умов життя, розвитком медицини та методами контролю народжуваності. Ця динаміка впливає на структуру ринку праці та суспільство в цілому;

*Зміна глобальної економічної влади.* Змінюється вплив країн, які розвиваються, та інших ключових гравців, таких як Бразилія, Індія та Китай, на світові економічні відносини;

*Прискорення урбанізації.* Процес поширюється на країни Третього світу, що призводить до змін у споживчих потребах та способі життя населення.

*Нестача ресурсів та зміна клімату.* Проблема нестачі ресурсів та зміни клімату стає актуальною і впливає на глобальні політичні та економічні рішення.

*Технологічний прогрес.* Цифрова революція перетворює сучасний світ, впливаючи на сферу всього людського життя та визначаючи рішення компаній та індивідуумів.

Глобальна видавнича індустрія також переживає серйозні зміни під впливом трьох основних факторів, які створюють складну ситуацію, яка для багатьох працівників цієї галузі може стати справжньою кризою, а саме:

*Технологічні сили.* Цифрова революція змінює життя людей та впливає на потреби споживачів. Видавництва не можуть залишитися осторонь, поза впливом цих змін. Вони повинні не просто адаптуватися, але й готуватися до використання нових інструментів, які виникнуть внаслідок цієї технологічної трансформації. Поява смарт-пристроїв відкрила нові можливості для заробітку, активної взаємодії з клієнтами та значного підвищення впізнаваності бренду;

*Суспільні сили.* Консюмеризація та постійні очікування клієнтів вимагають не просто реакцій, але й активних відгуків. Центральне становище клієнта та його потреби є ключовим каталізатором для новаторських бізнес-моделей, які зможуть задовольнити вимоги сучасного споживача.

*Регуляторні органи.* Зміни в цифровому середовищі також викликали необхідність нових законів і нормативів для регулювання відносин між особами та підприємствами. Компанії повинні дотримуватися законів і етичних принципів для забезпечення свого успіху та довіри з клієнтами та інвесторами.

Загалом, глобальна видавнича галузь повинна активно адаптуватися до цих змін, використовуючи технології, що відповідають очікуванню споживачів та досягаючи високих стандартів регуляторних органів.

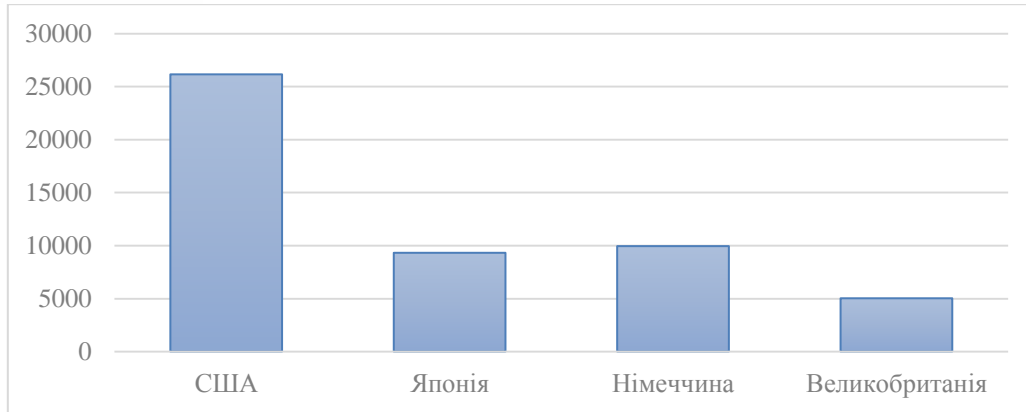
Глобальна видавнича галузь має хороші умови для зростання в наступні кілька років. Зростаюча популярність аудіокниг, зростаючий попит на книги на ринках, що розвиваються, і незмінна популярність друкованих книг сприяють зростанню галузі. Серед країн лідерів, які отримали найбільші доходи від видавничої індустрії є США, Японія, Німеччина, Великобританія (рис.1).

Очікується, що світовий видавничий ринок зросте з 84,54 мільярда доларів США

у 2021 році до 89,25 мільярда доларів США у 2022 році за середньорічного темпу зростання (CAGR) 5,6%. Очікується, що ринок досягне 105,27 мільярда доларів у 2026 році при CAGR 4,2% [1].

Зростання видавничого ринку залежить від кількох факторів, таких як зростаючий вплив електронних книг, збільшення проникнення Інтернету та висока швидкість перегляду, а також мінлива динаміка бізнесу видавничої галузі.

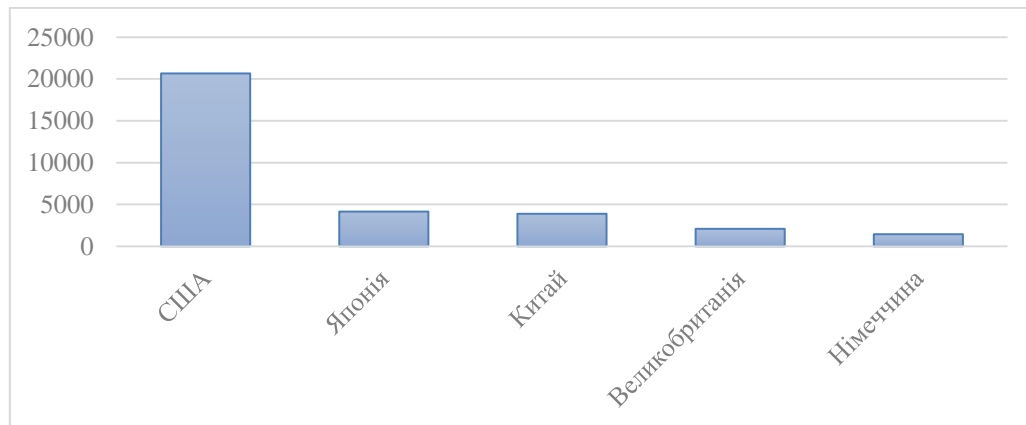
Загальний перехід ринку від паперового до цифрового проклав шлях до нових можливостей, які видавництва повинні використати на повну. Це еволюція бізнесу, яка не може більше чекати.



**Рисунок 1 - Дохід видавничої галузі у провідних країнах світу за 2022р., млн дол.**

*Джерело: побудовано на основі джерела: [2, 3]*

За прогнозами розмір глобального ринку цифрових видавництв зросте з 41,35 млрд дол США у 2022 році до 45,98 млрд дол США у 2023 році за середньорічного темпу зростання 11,2%. [4]



**Рисунок 2 - Дохід від цифрових публікацій у провідних країнах світу за 2022 рік, млн дол. США**

*Джерело: побудовано на основі джерела: [4]*

Ці дані свідчать, що майбутнє галузі буде пов'язане з цифровими технологіями. Більше того, цифрові технології дозволять перейти до повністю клієнтоорієнтованих бізнес-моделей, де фокус повністю зосереджений на клієнті. У такому баченні продукт, який пропонується, а також спосіб, у який він надається клієнту, будуть адаптовані під

потреби споживача. Перехід до цієї бізнес-моделі є необхідним і фундаментальним для досягнення успіху. Легко зрозуміти, що клієнти задоволені, коли вони отримують те, що шукають, з невеликими зусиллями і без зайвих витрат часу. Щоб задовольнити таких споживачів, видавництва повинні відкритися цифровому світу, який є основним місцем, де люди шукають рішення своїх проблем і відповіді на свої питання.

Стан цифрового видавництва постійно коливається та пристосовується до попиту користувачів. З розвитком нових технологій розширюються очікування клієнтів. Можна з упевненістю сказати, що традиційні медіа та контент, як друкване видання, можуть більше не бути перевагою мобільних користувачів. Тому глобальному видавничому ринку та окремим видавцям контенту необхідно створити простір для рішень, які покращують споживчий досвід. Ці рішення повинні впроваджувати нові практики, які оцифровують вміст у безпечний, інтерактивний та захоплюючий спосіб.

Адаптація до цифрового розповсюдження та залучення читачів можуть допомогти видавництвам отримувати прибуток та підвищувати задоволеність клієнтів. Крім того, цифрові видавництва можуть використовувати багато нових інструментів, тенденцій, функцій і послуг, щоб покращити залученість читачів. Доречно розглянути основні з них, а саме:

### **1. Виникнення нового ринку.**

У сучасному конкурентному середовищі, яке характеризується загостренням конкуренції, усі бренди та підприємства, особливо ті, що працюють в Інтернеті, зіштовхуються з високим рівнем суперництва. Традиційні друковані видання поступово поступаються цифровим, які надають своїй аудиторії широкі можливості. Незважаючи на те, що зручність для користувачів є невід'ємною ознакою більшості веб-сайтів, важливо сформулювати переваги продуктів, послуг і контенту. Крім того, цифрові видавництва повинні знаходити рівновагу між забезпеченням доступності, покращенням пошуку та оптимізацією читабельності, зводячи до мінімуму витрати на розповсюдження.

• **Зменшення офлайн-витрат.** В епоху, коли домінують передові технології та поширена цифрова взаємодія, традиційні офлайн-витрати скоротилися, оскільки зручність електронної комерції в Інтернеті займає центральне місце. Зростання витрат в Інтернеті, особливо прискорене пандемією COVID-19, підкреслює підвищену практичність споживачів у задоволенні своїх потреб за допомогою цифрових платформ і сервісів. Споживачі сьогодні є вимогливими, віддають перевагу тим брендам та галузям, які застосовують інновації з урахуванням нових тенденцій та зручності для користувачів. Сучасний користувач очікує безперебійних онлайн-розваг, медіаспоживання, покупок і доступу до різноманітного контенту.

Для цифрових видавництв це вимагає постійної адаптації платформ і дизайну до поточних стандартів. Традиційні видавничі стратегії, які колись були ефективними, втратили свою цінність, оскільки друковані засоби масової інформації, такі як фізичні газети, зазнають зниження як актуальності, так і популярності. Зіткнувшись із зростаючими очікуваннями щодо витрат в Інтернеті, цифрові видавництва повинні проявляти гнучкість, надаючи регулярно оновлюваний вміст. Для порівняння, традиційні методи друку часто характеризуються повільнішими виробничими циклами, вищими витратами та логістичними проблемами при розповсюдженні.

Цифрове видання дає можливість поширювати онлайн-контент у всьому світі, залучаючи ширшу аудиторію та пропонуючи читачам вміст, який вони бажають. І навпаки, традиційні медіа обмежують доступ читача до вмісту на основі місця розташування, тоді як онлайн-медіа за своєю суттю більш зручні для користувача.

Сегментація аудиторії. Створення персоналізованого онлайн-досвіду для користувачів вимагає ретельного врахування їхніх інтересів і потреб. Розробка релевантних пропозицій і застосування цільової маркетингової стратегії допомагає визначити аудиторію відповідно до конкретної демографічної групи, яку видавництво збирається обслуговувати, що є невід'ємною частиною сегментації аудиторії. Під час уточнення розміру та стратегій цифрового видавничого ринку вирішальним стає отримання вичерпної довідкової інформації про споживачів. Такий підхід не тільки допомагає розширити клієнтську базу, але й дозволяє адаптувати повідомлення відповідно до конкретних потреб.

Розширення охоплення є ключовим напрямком збільшення прибутку від цифрової публікації. Для цифрових видавничих платформ, особливо тих, які створюють великий читабельний вміст, інноваційні способи доступу споживачів до цього вмісту мають першочергове значення.

Аналіз і вимірювання даних споживачів передбачає визначення аудиторії, за:

- залученістю до соціальних мереж;
- інтересами, мотивацією та способом життя;
- поведінкою та моделлю прийняття рішень;
- звичкою купувати або читати.

Коли цифровим видавництвом аудиторію та її вподобання буде визначено за допомогою сегментації, тоді стане можливим тестування нових стратегій і коригування інструментів цифрової публікації. Глибоке розуміння споживчих уподобань цифрового контенту сприяє більш ефективній рекламі, стратегічному просуванню, розробці продукту та загальному прийняттю стратегічних рішень.

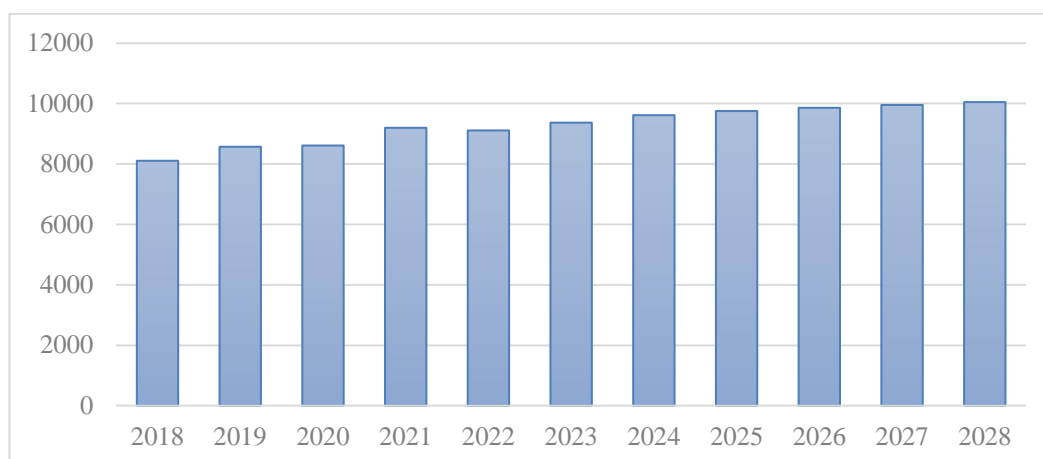
• **Збільшення бюджету цифрового маркетингу.** У тандемі з послідовним зростанням використання цифрових технологій відбувається одночасне зростання маркетингових і рекламних бюджетів. Витрати на цифрову рекламу помітно зросли на 12,2% у 2022 році, і враховуючи безперервне зростання онлайн-споживання, можна передбачити подальше щорічне зростання цих цифр. Цифрові видавництва можуть скористатися перевагами цієї нової ери, впроваджуючи тенденції, які стануть стандартами на довгий час. Запровадження нових методів реклами для покращення взаємодії з аудиторією, разом з маркетинговими стратегіями сприятиме збільшенню бюджету.

Зосередження на популярних формах онлайн-контенту, таких як електронні книги, електронні журнали та газети, може дати змогу цифровим видавництвам зміцнити свій підхід до розширення бізнесу. Наприклад, прогнозований ріст доходу від видання електронних книг у США, який, за прогнозами, зросте з 6,07 мільярда доларів США у 2021 році до 6,95 мільярда доларів США у 2025 році, підкреслює перспективи процвітання у сфері цифрового видавництва. Загалом сектор цифрових видавництв передбачає постійне зростання прибутку, який досягне приблизно 35 мільярдів доларів США до 2025 року. Ці статистичні дані вказують на прибуткову траєкторію для цифрових видавців на тлі зростаючої хвилі цифрового споживачтва.

## **2. Зростання очікувань клієнтів.**

Початок створення та виконання нової цифрової стратегії, яка відповідає потребам споживачів, може бути важким завданням без відповідних інструментів. Витрата фінансових ресурсів, часу, зусиль та інших цінних активів на короткострокові ідеї та тенденції щодо контенту може призвести до негативних наслідків. Цифровим видавництвам слід ретельно обмірковувати певні аспекти очікувань клієнтів, перш ніж перш ніж змінювати або диверсифікувати традиційне видавництво.





**Рисунок 3 - Дохід від цифрових публікацій у Сполучених Штатах з 2018 по 2028 рокиб, млн дол. США**

*Джерело: побудовано на основі джерела: [5]*

• **Інтерактивний досвід.** Сплеск онлайн-покупок та електронної комерції в останні роки вимагає, щоб найкращі тенденції цифрового видавництва відповідали цьому зростанню. Вивчення інноваційних способів привернути увагу клієнтів і забезпечення захоплюючого, розважального досвіду має вирішальне значення.

Зокрема, молоде покоління може очікувати вміст, який буде швидко завантажуватися та простим у навігації. Оскільки споживачі, особливо добре обізнані з технологічними тенденціями, впливають на цифровий ринок, їхні переваги щодо функцій, які покращують взаємодію з контентом, стають першочерговими. Інтерактивний досвід має важливе значення для заохочення відвідувачів до взаємодії з вмістом, сприяння цікавості та дослідження. Сучасні користувачі менш схильні витратити час на веб-сайти з PDF-файлами, які повільно завантажуються та які мають обмежені можливості для взаємодії.

Цифрове видавництво повинно використовувати зрозумілі та творчі інструменти, щоб задовольнити різноманітну читацьку аудиторію, створивши привабливе середовище, яке спонукатиме до дій. Цифрові видавництва, на сучасному етапі мають можливість впроваджувати інтерактивний досвід, який адаптується до будь-якого пристрою, за допомогою вікторин, посилань, звітів, інфографіки, брошур та інших функцій, які спонукатимуть користувачів натискати різні області вмісту, створюючи інтерактивний досвід. Ця інтерактивність не тільки зробить вміст приємнішим, але й збільшить ймовірність того, що читачі повернуться, щоб дізнатися більше про те, що пропонується.

• **Мультиплатформенний маркетинг.** Ефективне управління очікуваннями клієнтів стає більш здійсненним завдяки доступу до кількох платформ, які сприяють зворотному зв'язку та надають споживачам інформацію. Застосування мультиплатформеного маркетингу є цінним для охоплення цільової аудиторії за допомогою різних джерел, таких як електронні листи, інформаційні бюлетені, вміст для завантаження, реклама в соціальних мережах і рекламні кампанії. Використання цих платформ для просування вмісту та інструментів цифрової публікації сприяє розширенню цільової аудиторії та стійкості бізнесу до мінливих тенденцій соціальних медіа та публікацій.

Відстеження інтересів клієнтів має важливе значення для пошуку рішень проблем взаємодії. Дані про клієнтів дають змогу зрозуміти ефективніші способи охоплення аудиторії, включаючи популярні тенденції та впливових осіб. Довіра є вирішальним елементом для задоволення очікувань клієнтів щодо захоплюючого контенту. Користувачам потрібна впевненість у позитивному досвіді, від перегляду графіки до прокручування та використання швидких посилань. Створення репутації за допомогою постійних, впізнаваних маркетингових інструментів є ефективною стратегією покращення взаємодії з користувачем.

Онлайн-вміст не обмежується одним джерелом публікації, користувач може досліджувати низку джерел, включаючи цифрові газети, каталоги, журнали, звіти.

Створення контенту, який задовольняє користувачів, вимагає виділення часу та ресурсів. Ефективні маркетингові зусилля сприяють тому, щоб ці інвестиції були рентабельними, підвищували загальний успіх цифрового видання.

• **Налаштування.** Налаштування для взаємодії з користувачем є таким же важливим, як і включення інтерактивних функцій. Саме розробка цифрових інформаційних бюлетенів, графіки та каталогів створюють відчуття персоналізації для споживчої аудиторії. Особиста інформація, отримана з місцезнаходження читачів, історії читання та вподобань, часто служить основою для цього налаштування. Онлайн-відвідувачі очікують взаємодії, яка забезпечує відповідну персоналізацію та ефективність. 7 із 10 онлайн-видавництв активно прагнуть створювати та надавати персоналізований вміст своїм користувачам. Цифрові видавництва, які нехтують даними про відвідувачів, можуть зіткнутися з труднощами під час впровадження спеціального контенту для своєї аудиторії.

Різноманітні параметри налаштування можуть посилити проникнення на ринок цифрових публікацій, включаючи відео, брендинг, електронні листи для підписки, анімацію та слайд-шоу. Ці формати ефективно повідомляють про те, що пропонується клієнтам і яку користь вони приносять.

### **3. Поява нових горизонтів.**

Адаптація до нових тенденцій у цифровій видавничій галузі передбачає вивчення різноманітних варіантів покращення вмісту. Цифрові видавництва можуть використовувати нові інструменти та функції, які відповідають відгукам клієнтів. Публікація вмісту в цифровому вигляді має перевагу легкого редагування чи оновлення для виправлення помилок. Маючи у своєму розпорядженні безліч інструментів, видавництва можуть досліджувати та визначати правильні рішення для надання своїх послуг.

• **Збір даних про клієнтів, споживачів, відвідувачів.** Щоб ефективно аналізувати дані користувачів, дуже важливо розуміти, як їх збирати. Цифрові видавництва можуть запровадити власні інструменти збору даних, адже існує багато різних способів доступу до інформації про клієнтів і відвідувачів. Такі дані містять особисту інформацію, зібрану від споживачів, клієнтів або відвідувачів сторінки, зібрані безпосередньо з введених ними даних або онлайн-полів таких як, аналітика пошукової системи, мобільні програми, контактна інформація, мобільні додатки, веб-залучення, покупки, опитування, електронні листи і завантаження.

Цифрові видавництва за допомогою таких даних можуть покращити свої маркетингові зусилля, оптимізувати роботу веб-сайту та вдосконалити інші цифрові інструменти та функції. Збір даних дає змогу видавництвам поглибити розуміння своєї аудиторії, пом'якшити дезінформацію та покращити загальний досвід читачів.

• **Штучний інтелект.** Останніми роками контент, програмне забезпечення та веб-



сервіси, створені штучним інтелектом (ШІ), швидко розвиваються. Хоча цифрові видавництва прагнуть створювати привабливий, високоякісний та оригінальний вміст, але встигати за стрімкими тенденціями може бути складно. Технологія штучного інтелекту відіграє вирішальну роль у збиранні даних і аналізу, пропонуючи цифровим видавництвам рекомендації для покращення персоналізованого досвіду. Подібно до цінної інформації для відвідувачів, ці рекомендації сприяють створенню більш релевантного та оптимізованого вмісту.

Можливості штучного інтелекту поширюються на розпізнавання актуальних історій, інформації та вподобань, допомагаючи таким чином створювати більш цінний контент.

Цифрові видавництва можуть використовувати ШІ в різних сферах, включаючи інформаційні технології, фінанси, маркетинг і обслуговування клієнтів. Цей комплексний підхід до оновлення операцій і мінімізації збоїв покращує доступність і покращує загальну взаємодію з користувачем. Технологія штучного інтелекту пропонує цінні інструменти, такі як переклад вмісту, автоматичне форматування, чат-боти, пошукова оптимізація та автоматизований аналіз тексту, які є корисними для цифрових видавництв. У сфері академічних публікацій ШІ підтримує перевірені, рецензовані дослідження, забезпечуючи інноваційність та точність.

Крім того, штучний інтелект оптимізує робочі процеси в цифровому видавничому середовищі, що призводить до скорочення витрат і економії часу.

Декілька прикладів успішного застосування ШІ відомими видавництвами:

- Forbes впровадив систему управління контентом (CMS) на основі штучного інтелекту під назвою Bertie. Ця видавнича платформа на базі штучного інтелекту спеціально розроблена для внутрішніх редакційних груп, журналістів, мереж експертів і партнерів. Bertie в режимі реального часу надає відповідні теми для висвітлення співробітникам, а також рекомендації щодо того, як зробити заголовки більш привабливими та пропонує відповідні зображення. Також Forbes оголосив про регулярну подальшу інтеграцію нових технологій ШІ, щоб зробити роботу своїх співробітників ще більш безперебійною.

- The Washington Post використовує Heliograf, свою власну автоматизовану технологію оповідання, розроблену для надлокального висвітлення. Heliograf має можливість генерувати цілі статті з кількісних даних, що дає змогу щотижня висвітлювати всі футбольні матчі середніх шкіл Вашингтона, округу Колумбія. За допомогою цієї технології The Post може висвітлювати будь-яку гру, про яку відомі дані, пропонуючи шанувальникам миттєве висвітлення даних для читання. Автоматизація, яку забезпечує Heliograf, дозволяє створювати ефективні та вичерпні звіти на місцевому рівні, демонструючи потенціал інструментів, керованих ШІ у журналістиці.

- Bloomberg використовує додаток під назвою Cyborg для створення та керування вмістом. Ця програма здатна генерувати тисячі статей, особливо зосереджених на звітах про прибутки компаній наприкінці кожного кварталу. Cyborg запрограмовано на оперативне визначення та вилучення ключових цифр, що спрощує процес подання фінансової інформації. Використання таких автоматизованих інструментів демонструє, як технологія може підвищити ефективність у створенні контенту та звітності, особливо в сферах, що потребують великих даних, як фінансова журналістика.

**Висновки.** Отже, сучасний світ перебуває під впливом глибоких та різноманітних трансформацій, які обумовлені демографічними, економічними, екологічними та технологічними чинниками. Ці процеси вимагають від суспільства адаптації розробки

та стратегії ефективного управління новоствореними викликами та можливостями.

У найближчі кілька років видавнича галузь все ще зазнаватиме змін і впливів, яким навряд чи зможе протистояти окремий видавець. Однак, коли відбуваються зміни, разом з ними з'являються і нові шанси. Прогнози на майбутнє свідчать про те, що молодь буде основною частиною цільової аудиторії більшості видавництв, і що її присутність суттєво впливатиме на ринкові зміни. У той же час, орієнтація на наданий контент, як і раніше, буде основою успішного бізнесу.

Отже, якісна продукція та гарне стратегічне планування - це два елементи, про які не слід забувати, так само як і про побудову довіри та пошук можливостей для зростання. можливостей . Не лише великі, але й середні та малі видавництва можуть скористатися перевагами цифрового світу та його інструментами, щоб знайти свою найбільш підходящу ринкову сферу та задовольнити свою цільову аудиторію цінним контентом, простими методами доставки та надійним сервісом.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Book Publishers Global Market Report 2023 <https://www.researchandmarkets.com/report/book-publisher>.
2. The Global Publishing Industry in 2022 <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-1064-2023-2-en-the-global-publishing-industry-in-2022.pdf>.
3. International Publishing Data 2023 <https://internationalpublishers.org/wp-content/uploads/2023/11/ipa-nielsen-book-data-final-report-27th-nov-2023.pdf>.
4. Digital Publishing Global Market Report 2023 <https://www.researchandmarkets.com/report/digital-publishing>.
5. Statista. <https://www.statista.com/topics/1453/digital-publishing/#editorsPicks>.

### REFERENCES

1. Book Publishers Global Market Report 2023 <https://www.researchandmarkets.com/report/book-publisher>.
2. The Global Publishing Industry in 2022 <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-1064-2023-2-en-the-global-publishing-industry-in-2022.pdf>.
3. International Publishing Data 2023 <https://internationalpublishers.org/wp-content/uploads/2023/11/ipa-nielsen-book-data-final-report-27th-nov-2023.pdf>.
4. Digital Publishing Global Market Report 2023 <https://www.researchandmarkets.com/report/digital-publishing>.
5. Statista. <https://www.statista.com/topics/1453/digital-publishing/#editorsPicks>.