

ІНТЕРАКТИВНІ ВИДАННЯ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ТА РОЗПОВСЮДЖЕННЯ

Слюсаренко Д.Я.

Київський національний університет культури і мистецтв

У статті визначено основні переваги електронних інтерактивних документів у видавничій справі. Окреслено особливості та проблеми продукту на книжковому ринку. Розглянуто види контентного наповнення інтерактивних видань. Виявлено основні види розповсюдження інтерактивної продукції. Проаналізовано причини деактивації інтерактивних видань розповсюдження на території України.

Ключові слова: електронні видання, інтерактивна книга, інтерактивний контент, видавничий бізнес, промоція видань, мультимедійність.

Постановка проблеми. Сучасна людина користується доступом до мережі будь-де. Із розвитком технологій почали з'являтися інтерактивні видання, доступні не тільки на локальних дисках, а й у режимі online. Тому зусилля виробників проєктів спрямовані на створення продуктів із більшою функціональністю, удосконаленими можливостями.

Видавці, які ставлять за мету розвиток підприємства, пропозицію згідно попиту, конкурентоспроможність, мають реагувати на зміни, відстежувати тенденції. У видавничій сфері спостерігається повільний порівняно з країнами Заходу перехід до продукування, використання електронних видань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізу теми інтерактивних електронних мультимедійних видань присвячено ряд робіт вітчизняних вчених, серед яких треба виділити праці М. Єфімової, Ю. Бокаревої, В. Анохіна, М. Назаркевича, О. Сторож, І. Ключника та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Основною проблемою в цій темі є відсутність структурованої інформації, та достатньої кількості наукових праць, через недостатній рівень вивчення цього питання, а також появою та розвитком нових технологій таких як «augmented reality».

Мета статті. Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтерактивний мультимедійний елемент набуває популярності, наявна чітка тенденція витіснення ним із ринку друкованих видань. Дослідження можливості цифрового інгредієнту позитивно вплинути на видання, вивести сферу видавничого бізнесу на новий рівень на території України. Це стало дедалі більшою проблемою з огляду на відставання України від світового прогресу.

Виклад основного матеріалу. Для детальнішого розкриття перспектив інтерактивного видання необхідно навести визначення поняття, яке в статті вжито як термін. Серед науковців виникають дискусії щодо влучного тлумачення. Для уникнення суперечливості використано головний документ, що регулює це питання в Україні: «електронне видання – це електронний документ, який пройшов редакційно-видавниче опрацювання, має вихідні відомості та призначений для розповсюдження в незмінному вигляді» [5, с. 2].

За визначенням професійного українського редактора і видавця М. Тимошика: «електронні видання – це видання у вигляді електронних

даних що мають вихідні відомості, містять призначену для поширення в незмінному вигляді інформацію, яка пройшла редакційно-видавниче опрацювання» [12].

Перше ж офіційне визначення електронного видання було подано в міжнародному стандарті ISO 9707:1991 «information and documentation – Statistics on the production and distribution of books, newspapers, periodicals and electronic publications» в якому «електронне видання – це створений у машиночитаній формі, доступний для користувача документ, що включає файли даних та програмне забезпечення (прикладні програми); може бути записаним на магнітному, оптичному чи інших медіа-носіях призначених для обробки комп'ютером або його периферійними пристроями».

Чіткого поняття інтерактивного електронного видання не існує, але в Держстандарті є визначення інтерактивного (недетермінованого) видання, за яким це – електронне видання, параметри, зміст і спосіб взаємодії з яким визначає сам користувач за алгоритмом, заданим видавцем [5, с. 2].

Одним з найважливіших критеріїв випуску якісного видавничого електронного інтерактивного мультимедійного продукту у світ, є правильне редагування всіх існуючих сегментів контентної складової, яка впливає на цілісність, актуальність, та достовірність інформації у виданні. Сам процес редагування наблизений до редагування звичайного матеріального видання, проте у мультимедійному електронному продукті зустрічаються такі види контенту, як аудіо та відеосупровід, що в свою чергу потребує особливої уваги до оригінальності матеріалу та доречності застосування цих інструментів в потрібний момент.

Отже, види контенту (інформаційного сприймання) видання можуть бути різнобічними, що має певні переваги через різноманітний вид подачі інформації, та її впливу на різні органи чуттів. Інтерактивне наповнення електронного видання буває таких видів [6]:

1. Ілюстративний матеріал інтерактивного видання, значно розширює спектр можливостей сприйняття людиною. Таке зображення можна анімувати з метою підвищення конкурентоспроможності, та збільшення інформативності. За допомогою gif технологій та сучасного програмування, розробники інтерактивних видань мають змогу, в прямому сенсі, оживити потрібне зображення, зробити його рухливим не залежно від дій користувача, або ж інтерактивним, запрограмованим на рухи, дотики, голос, чи вза-

емодію з іншими електронними пристроями, що в свою чергу, може вплинути на подальший розвиток події, яка пов'язана з ним. Інтерактивна ілюстрація надає можливість створення галереї із коментарями, що сприяє зручності в користуванні, містить більше інформації порівняно з текстовим, але займає менше місця на сторінці, ефективніше впливає на почуття людини.

Швидкість сприйняття ілюстративної інформації вище, ніж текстового матеріалу. Це насамперед пов'язано з особливостями візуального сприйняття інформації людиною. Зорові образи у виді графічних об'єктів сприймаються цілком і безпосередньо заносяться в довгострокову пам'ять без проміжного перетворення в поняття, як це відбувається з текстом [3]. Спектр колірної гами інтерактивної ілюстрації, значно більший, ніж друкованого видання. Окрім основного змістового навантаження та естетичного задоволення, ілюстративний матеріал у будь-якому виді видання може слугувати й іншими, не такими очевидними на перший погляд функціями. Наприклад, додатково популяризувати саме видання, його автора, художника і видавця. Тут одразу слід зауважити, що йдеться про ілюстрації та оформлення, зокрема як про природне продовження змістового наповнення видання, і жодним чином не про нівелювання текстової інформації, також це оформлення обов'язково повинно бути якісним та естетичним, щоб вірно виконувати поставлену задачу.

Окремі видавничі осередки формують певне коло авторів та ілюстраторів, чий стиль частково стає їхньою візитівкою, де часто ілюстративний матеріал може сприяти створенню впізнаваного образу видавництва. До яскравого прикладу якісного ілюстративного контенту можна віднести українське видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», де стиль зображень продукції вирізняється, тому їх важко сплутати з роботами інших видавництв.

2. Звуковий супровід, який значною мірою впливає на сприйняття та запам'ятовування людиною. Це авторський текст або ремарки, шумові ефекти, що ілюструють зазначені в тексті події, роблять їхній опис більш реалістичним [7]. Звук супроводжує включені у книжку відеокадри або анімацію, відтворюється під час відкриття певної сторінки видання, а з допомогою звуків, можливо максимально чітко передати потрібний настрій, вплинути на вибір, розвинути увагу. Такий супровід може бути звичайною музикою, яка підібрана чи написана спеціально до теми видання, голосом, який відтворює певний текст у виданні, чи повідомляє про певні правила користування, або звуком що супроводжує певну дію, прикладом можуть слугувати клікабельні кнопки інтерфейсу чи перегортання сторінки. Також часто такі звуки супроводжуються включенням у книжку відеокадрів або анімації, що відтворюється під час відкриття певної сторінки видання, або взаємодії з користувачем. Реалізація застосування аудіо-супроводу залежить цілком від задуму автора, і чим доречніше від буде підібраний і практично застосований при певних потрібних обставинах, тим краще він вплине на сприйняття користувача, розширить його знання з певної теми, чи занурить у потрібну атмосферу, впливаючи на емоції та почуття.

3. Відеоматеріали, що відіграють допоміжну роль, сприяють наочності опису, кращому розумінню та запам'ятовуванню матеріалу, можуть слугувати й основним джерелом інформації, та можуть виступати у ролі основного джерела інформації, яке в свою чергу активізує одразу два органи відчуттів, зоровий і слуховий.

Аудіосупровід та відеоматеріали можуть значно збагатити знання або покращити розуміння певної події, особливо якщо використовуються в інтерактивному виданні направлено на розвиток чи навчання читача. Також не менш важливим є факт економлення часу, адже такі види комунікативного сприйняття інформації значно швидше впливають на надання потрібних знань користувачу.

Все більшої популярності набуває тема під назвою «доповнена реальність» («augmented reality») – яка виступає певним середовищем з прямим або непрямим доповненням фізичного світу за допомогою цифрових даних, де відбуваються певні процеси в режимі реального часу, а провідниками служать цифрові пристрої – планшети, смартфони, «розумні» окуляри або аксесуари зі спеціальним програмним забезпеченням. Такі технології ще не набули масової відомості, проте їхній розвиток все більше привертає увагу як спеціалістів науковців так і звичайних користувачів, адже ідея проста і полягає в тому, що кожен користувач смартфона чи планшета, взаємодіючи на апаратному та програмному рівні з тими чи іншими об'єктами може розширювати межі видимого простору. На рівні взаємодії користувача з пристроєм все відбувається просто, потрібний пристрій через звичайну камеру чи інший інтерфейс (Bluetooth або GPS), починає розпізнавати об'єкти шляхом розставлених на них програмних розпізнавальних міток, чи через GPS визначити місце знаходження користувача. Такими мітками можуть слугувати спеціалізовані радіомаячки що мають вбудовані чипи, або ж QR-код, а від користувача потрібно лише потрапити в зону дії пристрою чи зчитати код – і пристрій відреагує видачею прихованої інформації, але більшість таких маніпуляцій з доповненою реальністю вимагають підключення до інтернету і робота додатка доповненої реальності. Функціонування через GPS схоже за алгоритмом до попередніх маніпуляцій і також вимагає підключення до всесвітньої мережі, наприклад користувач наводить камеру на потрібну йому будівлю чи пам'ятник, а програма розпізнає та через GPS визначає координати об'єкту, а в подальшому може видати більш детальнішу інформацію, наприклад історичні факти чи розклад роботи, і все це на екрані пристрою [4].

Електронні інтерактивні видання мають декілька способів поширення: індивідуально, мережево та комбіновано.

Індивідуальне розповсюдження – це таке, де електронне видання буде призначене для індивідуального використання шляхом встановлення носія інформації безпосередньо на пристрої для зчитування інформації конкретного користувача; випускається у вигляді певної кількості тиражу на переносних носіях інформації (CD та DVD дисках, тощо) [6].

Через мережеве розповсюдження – електронне видання буде доступне багатьом користува-

чам через телекомунікаційні мережі (локальні, територіально-розподілені, корпоративні, Інтернет).

При комбінованому розповсюдженні електронне видання може бути використане на індивідуальному носії інформації шляхом доступу через комп'ютерну мережу [6].

Зарубіжні країни прогресують у різноманітні інтерактивних видань: серії проектів, сайти просування, сервіси допомоги створення книжок. Український інтерактивний бізнес розвивається повільно, поодинокі проекти активно не рекламують. Відомими електронними інтерактивними виданнями в Україні вважають дитячі книжки видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», Glowberry Books, «Видавництво Старого Лева». Інтерактивні дитячі видання підняли авторитет видавництва на книжковому ринку і є популярними навіть серед дорослих читачів, стали відомими поза межами України, що свідчить про те, що не все так погано й основу інтерактивного видання в державі вже закладено.

Книжки перелічених видавництв за підсумками кількості позитивних відгуків в мережі, зокрема на сайтах видавництв та форумах, мають хороші коментарі що безпосередньо впливає на покращення рейтингів електронної продукції на видавничому ринку. І це не дивно, адже такі книги розраховані на взаємодію між читачем і виданням, під час якої вони можуть активізувати майже всі органи відчуттів.

Інтерактивне видання дає змогу користувачу обирати шлях сприйняття інформації, відчути себе головним героєм у вирі подій. Це можна побачити на прикладі відомого українського електронного інтерактивного дитячого видання «Снігова королева» («А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА»), що надійшла у продаж у 2012 р. Цей особливий витвір мистецтва було випущено на платформу iPad із метою вдихнути нове життя у попереднє видання 2000 р., ілюстрації до якого малював майстер української книжкової графіки Владислав Єрко. Завдяки роботі кваліфікованих програмістів ілюстрації набули особливої інтерактивності [11].

З точки зору психології, ілюстрації справляють на дитину психологічний і моральний вплив. Дитиною краще сприймаються анімаційні зображення, такі, із якими цікаво гратися. Це впливає на розвиток особистості, активізує навчальну та розвивальну функції. Такі книги поєднують у собі оповідання та відеогру, супроводжуються звуковою доріжкою, голосом і креативними засобами на кшталт: дмухні на планшет, і «підє сніг», «роздмухнеться полум'я». Від такої взаємодії покращується сприйняття дій та речей дитиною [2], [8].

Дитячі електронні інтерактивні книжки – це платформа, із якої стартує одна з головних проблем електронного видавничого бізнесу в Україні: поширення такого виду інформації на інші вікові категорії та спеціалізовані напрямлення.

Для конкурентоспроможного поширення ЕІВ буде застосовано інтерактивність у навчальній, спеціалізованій, художній літературі, а також у газетних і журнальних виданнях. Це дозволить включити в процес запам'ятовування не тільки зорові, а й слухові центри. За допомогою ІЕВ повідомляється фактична інформація з ілюстратив-

ним матеріалом, демонструються процеси, які неможливо описати за використанням лише тексту.

Потреба в інтерактивних електронних виданнях зумовлена тим, що обмежені у часі люди не мають можливості відвідувати бібліотеки, носити з собою важкі книжки. Це зменшує зацікавленість суспільства в літературі. Частіше користувачі звертаються до мережі, із метою пришвидшення процесу отримання інформації, миттєво знайти відповіді на ключові запити в пошуковій системі. Замість того, щоб витратити свій час на відвідування книгозбірні, спромогтися знайти потрібне джерело, проаналізувати матеріал на сторінках багатотомних друкованих видань, людина заощадить години. Аудіо, відео, гра зараз на часі та швидко поширюється в інтернеті. Прогрес щодня створює нові проекти, цікаві ідеї, сайти, групи в соціальних мережах, неодмінно привертає увагу прихильників, об'єднує їх.

Враховавши недоліки мережі, можна спрогнозувати подальший шлях розвитку ЕІВ. Насамперед це створення нової й оцифрування старої навчальної літератури, із додаванням галереї ілюстрацій, аудіо та відеоконтенту згідно тематики та з урахуванням віку споживача. Державна легалізація видань серед навчальних закладів надасть можливість ознайомити людей із особливостями ЕІВ, популяризувати їх. Таким виданням потрібен особливий контент, який буде містити фактичний матеріал, без відхилень і порушень, авторами якого стануть кваліфіковані спеціалісти.

Інноваційні втілення потребують значних витрат на роботу професійних редакторів, коректорів, художників, програмістів, промоутерів. Це пов'язує видавничу справу з проблемою пошуку кадрів, забезпеченням їх особливими навичками для створення інтерактивних продуктів.

Технологічний аспект також потребує певних витрат: забезпечення працівників комп'ютерною технікою, набором ліцензійних спеціалізованих програм для створення якісного цифрового продукту. У світі одним із кращих виробників програмного забезпечення вважають компанію Adobe, яка користується популярністю на ринку софту завдяки багатофункціональності. Перевагами програмного комплексу є цілісне уніфіковане ядро, що дозволяє взаємодіяти між різними програмами цієї компанії з максимальною сумісністю між ними, що мінімалізує шанси програмних помилок, та прискорює процес створення якісного продукту. Інші відомі програми – UnderPage, LipBook Maker Pro, Interact Builder, також полегшують створення інтерактивного видавничого продукту.

Недоліком порівняно дорогого інтерактивного продукту є несанкціоноване поширення контенту в інтернеті. За відомостями ІРРА [13] Україна посіла перше місце в рейтингу серед країн, де найчастіше порушують права інтелектуальної власності: піратство має настільки потужні механізми, що його неможливо контролювати. Станом 2016 рік, згідно зі статикою альянсу ІРРА 2016 Special 301 Recommendations, Україна все ще тримається на першому місці в рейтингу держав, які є найчастішими порушниками права інтелектуальної власності [14]. За даними альянсу ІРРА в Україні продовжують роботу сайти на яких розміщений піратський контент, та мережа великих торрент-трекерів – ресурс в інтернеті,

який пропонує безкоштовно завантажити будь-які матеріали, які доступні на цьому трекері. Також згідно з наданою інформацією за останні декілька років інтернет-злочинці з інших держав декілька разів перенесли свої сервера саме до України. Видання опиняється на сторінках піратського сайту з вільним доступом одразу після викладу досягнення в мережу. Це злочин, який призводить до припинення діяльності отримання видавництвом очікуваного прибутку, що призводить до зниження конкурентоспроможності, а інколи й повної ліквідації підприємства.

Для уникнення небезпеки інновації в світі захисту інформації пропонують засоби відстеження несанкціонованого копіювання, проте повного захисту від «піратства» на сьогодні не існує. Заступник директора видавництва «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» Андрій Долгов висловився щодо «Снігової королеви»: «У нашого видавництва проблем із розповсюдженнями піратських версій книжок нема.

Маємо хороший захист. Наша інтерактивна дитяча книжка для iPad «Снігова королева» точно не «гуляє» Інтернетом. Її можна лише придбати» [10].

Бажання платити за книжку зумовлено особливостями менталітету та матеріальними можливостями. Видавці, які прагнуть розширення інформаційного простору, відстежують тенденції технічного та мережевого прогресу, мають бути готовими захищати свою продукцію за допомогою спеціалістів задля реалізації електронних видань на українському ринку. У видавництві має працювати потужна команда спеціалістів, яка відслідковуватиме контент у мережі і матиме дієві методи боротьби з піратством.

Висновок. Електронні інтерактивні видання – перспективний напрям інформатизації користувача, що набуває певної популярності, має потенціал на теренах сучасного українського інформаційного ринку, спрямовує виробництва до цифрового технологічного розвитку.

Список літератури:

1. Ахманов М. Эра электронных книг, пиратство в сети и способы возможного противодействия / Ахманов М. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://akhmanov.ru/books_000/zam_stat/stat_era.htm
2. Білецька Н. Інтерактивні книги для дітей: крок вперед чи назад? / Білецька Н. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://starylev.com.ua/club/blog/interaktyvni-knygy-dlya-ditey-krok-vpered-chy-nazad>
3. Вовчок Г. М. Виховна функція ілюстрації дитячої книги / Вовчок Г. М. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://int-konf.org/konf112013/569-vovchok-g-m-vihovna-funkciya-lyustracyi-dityachoyi-knigi.html>
4. Доповнена реальність: як пристрої розширюють межі сприйняття [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://techtoday.in.ua/reviews/dopovnena-realnist-yak-pristroyi-rozshiryuyut-mezhi-spriynyattya-25994.html>
5. DSTU 7157-2010 Електронні видання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ntb.pstu.edu/images/N-rabotniku/DSTU_7157_2010.pdf
6. Електронні видання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://goo.gl/xU45ft>
7. Максименко С. Д. – Загальна психологія / Максименко С. Д. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://studentbooks.com.ua/content/view/1277/51/1/3/>
8. Переваги інтерактивних книг для дітей – Режим доступу до ресурсу: [Електронний ресурс] <http://arhiv-statey.pp.ua/index.php?newsid=28382>
9. Погореловська І. О. Електронні видання: ідентифікаційний аспект / І. О. Погореловська // Держава та регіони. Соціальні комунікації. – 2013. – № 2. – С. 136–141. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drsk_2013_2_29
10. Поняття «електронні видання» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studfiles.net/preview/5462013>
11. Сабадишина Ю. Ліцензійні електронні книги українською. Да придбати? / Сабадишина Ю. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://tvoemisto.tv/news/litsenziyni_elektronni_knygy_ukrainskoju_de_prydbaty_69042.html
12. «Снігова Королева (інтерактивна книжка для iPad)» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://goo.gl/uHolRF>
13. Тимошик М. С. Книга для автора, редактора, видавця: Практичний посібник. – Третє вид., виправлене. – К.: Наша культура і наука, 2010. – 560 с. (Серія «Бібліотека видавця, редактора, автора»).
14. Українські новини Україна посіла перше місце в рейтингу країн-«піратів» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ukranews.com/news/199672.Ukraina-zanyala-pervoe-mesto-v-reytinge-stran-piratorov.uk>
15. International Intellectual Property Alliance [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://www.iipawebsite.com/2016_SPEC301_TOC.htm

Слюсаренко Д.Я.

Киевский национальный университет культуры и искусств

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИЗДАНИЯ: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Аннотация

В статье определены основные преимущества электронных интерактивных документов в издательском деле. Определены особенности и проблемы продукта на книжном рынке. Рассмотрены виды контентного наполнения интерактивных изданий. Выявлены основные виды распространения интерактивной продукции. Проанализированы причины деактивации распространения на территории Украины.

Ключевые слова: электронные издания, интерактивная книга, интерактивный контент, издательский бизнес, продвижение изданий, мультимедийность.

Slusarenko D.Y.

Kyiv National University of Culture and Arts

INTERACTIVE PUBLICATIONS: FEATURES OF REALIZATION AND DISTRIBUTION

Summary

The article defines the main advantages of electronic interactive documents in publishing business. It covers the features and problems of the product in the book market. Also the types of interactive publications content are considered. The main ways of interactive products distribution are revealed. The reasons of deactivation of distribution on the territory of Ukraine were analyzed.

Keywords: electronic publishing, interactive book, interactive content, publishing business, promotion of publications, multimedia.