

Ужвій Марина, студентка

Видавничо-поліграфічний інститут НТУУ «КПІ», м. Київ

Науковий керівник: к.е.н., доц. Шевченко І. Б.

ІНТЕРАКТИВНА КНИГА ЯК ПЕРСПЕКТИВА РОЗВИТКУ ВИДАВНИЧОГО МЕДІАБІЗНЕСУ

Сучасне суспільство живе у глобалізованому світовому просторі, воно є високотехнологічним, комп'ютеризованим та відзначається різноманіттям подачі інформації. Українські видавництва мають пристосовуватися до ринкових тенденцій і пропонувати читачам нові медіатехнології, а саме – інтерактивні видання. Актуальним є дослідження мультимедійних видань тому, що українські видавництва лише віднедавна почали цікавитися інтерактивною продукцією, а даний напрям потребує вивчення, підвищення кваліфікації самих видавців.

Дослідженнями мультимедійних видань займаються зарубіжні та українські вчені: К. Тайнер вивчає аудіовізуальні медіа, А. Лисенко – співіснування електронних і друкованих видань, Л. Землянова – термінологію медійної книги, В. Вуль – технологічне створення електронних видань, Л. Городенко розглядає особливості інтерактивної книги, В. Агєєв, А. Антопольський, К. Вігурський, Є. Козлова, С. Кулешов, І. Кушнарєнко, В. Теремко та інші.

Не так давно широку популярність здобула електронна книга, яка стала серйозним конкурентом друкованим виданням, але на цьому ринок не зупинився і з'явилися нові інноваційні проекти – мультимедійні, інтерактивні книги. Визначимо, що собою являє поняття «мультимедіа» – це спеціальна інтерактивна технологія, яка за допомогою технічних і програмних засобів забезпечує роботу з комп'ютерною графікою, текстом, мовленнєвим супроводом, високоякісним звуком, статичними зображеннями й відео [1].

Слідом можемо навести визначення поняття «інтерактивна книга» – книга, яка супроводжується різним медіаконтентом (звуки, анімація, можливість виконання дії над об'єктами), що дозволяє читачу сприймати зміст зовсім по-іншому. Інтерактивна книга вимагає використання гаджетів: мобільних телефонів, планшетів, електронних книг, iPad, Galaxy Tab і т.д. Вона передбачає вихід у альтернативну реальність з можливістю взаємодії з її персонажами, тобто інтерактивна книга дає можливість читачу виконувати різні дії (змінювати шрифт, тіло тексту, керувати звуком, відкривати-закривати ілюстрації, користуватися навігацією та посиланнями тощо) [2].

Видання інтерактивних книг в Україні ще не набуло масового поширення, проте частина популярних видавництв уже заявила себе на ринку мультимедійних видань. Більшість із них запропонувати дитячу інтерактивну книгу. Наприклад: «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» розробила «Снігову королеву» для iPad; Видавництво Старого Лева – «Забавлянки», «Гарбузовий рік», «Антоніми»; видавництво Glowberry Books разом із компанією PocketBook – «Мама поспішає додому», «Книжка-з'їжка»; компанія iPublisher – «Колобок», «Ріпка», «Дюймовочка», «Бременські музиканти» та інші; компанія ZZ Tale – «Лисиця та журавель», «Кіт та миша»; «Котигорошко» від KievSeaPirates. Таке «видання» зближує дитину з персонажами твору за допомогою різноманітних анімаційних ефектів, дозволяє створювати варіанти дій героїв, змінювати середовище подій, що дуже ефективно можна використати у навчальному, виховному процесі.

Інтерактивні книги для дорослої аудиторії на українському ринку майже відсутні, що є перспективною нішею для розвитку. Всі дорослі – це великі діти і мультимедійні видання викликають у них стільки ж радості, скільки й у дитячої публіки. Доречним є створення інтерактивних енциклопедичних, подарункових видань, книг художньої літератури.

Створення інтерактивних книг допоможе протистояти одній із найгостріших проблем у книговидаванні, а саме – збільшити відсоток читаючого населення. «Щось цікаве», мультимедійне видання, здатне звернути увагу

Проблеми та перспективи розвитку видавничого бізнесу на медійному ринку України

молоді, тієї частини людей, які не читають. Інтерактивна книга має стати популярною, що призведе до більшого попиту, до розвитку видавничої справи.

Проте не варто забувати, що інтерактивне видання – це результат співпраці видавництва з компанією-розробником програмного забезпечення. А це вже зовсім новий аспект видавничої підготовки книги, координації і організації проекту, адже з'являються нетрадиційні працівники, такі як програміст і аніматор. Український досвід підготовки видань по-своєму унікальний: всі три видавництва пішли різними шляхами. «Видавництво Старого Лева» скористалося послугами вітчизняної компанії Arivo, що спеціалізується на програмуванні; «Снігову королеву» додала у своє портфоліо компанія TimeCode LLC – розробник ігор. А з вітчизняним виробником рідерів і, відповідно, програмного забезпечення до них PocketBook International встигли поспівпрацювати і «А-БА-БА..», і Glowberry Books [3].

Інтерактивне видання є перспективним напрямом діяльності видавництва. Воно допоможе видавництву бути у тренді, розвиватися, відкрити нові горизонти.

Джерела:

1. Малиновський О. Б. Інтерактивні засоби медійних видань / О. Б. Малиновський // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – №3. – С. 36–38.
2. Єфімова М. П. Інтерактивна дитяча книга в Україні: становлення та перспективи / М. П. Єфімова. // УКРАЇНСЬКА КУЛЬТУРА: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2013. – №19. – С. 13-16.
3. Дитячі інтерактивні видання в Україні: перспектива чи прецедент? [Електронний ресурс] // Interactivebookblog. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://interactivebookblog.wordpress.com/2016/04/17>.