МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

**«кубанский государственный университет»**

**(ФГБОУ ВО КубГУ)**

**Кафедра издательского дела и медиатехнологий**

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Заведующий кафедрой

доктор филологических наук, профессор

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Г. А. Абрамова

 (подпись) (инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2017 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Бакалавра**

**ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ФОРМ ПОДАЧИ ТЕКСТА**

**НА СОВРЕМЕННОЕ ОТЕЧЕСТВЕННОЕ КНИГОИЗДАНИЕ**

Работу выполнил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_А. Д. Будников

 (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Факультет \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Журналистики

Направление \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Издательское дело

Научный руководитель

кандидат филологических наук,

доцент \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_О. В. Хлопунова

 (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_К. Ю. Котова

 (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1. Понятие «инновационной формы подачи текста» 7
	1. История появления ИФПТ 7
	2. Положение электронной, интерактивной и аудиокниги на Российском и мировом рынке 13
	3. Проблемы электронного книгоиздания в Российской Федерации 21
2. Основные виды ИФПТ и методы их место в современном издательском процессе 27
	1. Феномен электронной книги и электронных носителей 27
	2. Аудиокнига как самая противоречивая форма подачи текста 34
	3. Настоящее и будущее интерактивной книги 38
3. Взаимодействие традиционного и электронного книгоиздания 43
	1. Новейшие тренды и их роль в отечественном книгоиздании 43
	2. Основные отличия ИФПТ от печатной книги. Преимущества
	и недостатки традиционных и инновационных форм подачи текста 51
	3. Современный опыт взаимодействия ИФПТ и печатных книг 56

Заключение 63

Список использованных источников 67

ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** В настоящей дипломной работе исследуются важнейшие направления книгоиздательской деятельности в России. Автором фиксируются наиболее значимые тенденции развития книжного рынка с основным акцентом на производство и распространение «инновационных форм подачи текста».

На современную индустрию массмедиа серьезное влияния оказывают процессы глобальной компьютеризации и интернетизации. Книгоиздательская индустрия в нашей стране, несмотря на свой традиционный консерватизм, также оказалась подвержена данным трендам, но не столь заметно, как в странах Запада. Сложившаяся ситуация обязывает издателей, желающих сохранить конкурентоспособность на мировом рынке, быстрее адаптироваться к меняющимся реалиям рынка, прорабатывая методы, которые с одной стороны, смогли бы обеспечить издательскому делу стабильный рост, а с другой – определили бы важные стратегические направления при издании новой литературы.

Автором дается оценка существующей ситуации в российском издательском деле в сегменте электронного книгоиздания, рассматриваются и анализируются причины данного положения, а также выделяются различные новые подходы к решению проблем и прогнозируются сценарии развития отрасли в целом.

Современный книжный рынок находится на этапе переосмысления ценностей. Все более заметную роль в общем объеме продукции играют электронные издания, внедряющиеся во все большее число сфер нашей жизни. На данном этапе развития отрасли с технологической точки зрения необходимо делать упор на инновационные формы подачи текста, которые при грамотной реализации способны заметно преобразить образ традиционной книги, расширить ее функционал и перестроить многие актуальные методы как создания произведения, так и его производства, распространения. Более того, каждый отдельный вид ИФПТ имеет абсолютно уникальные особенности, анализируя и делая упор на которые книгоиздатели имеют все шансы дать мощный качественный толчок всему российскому книгоизданию.

Один из главных вопросов, поставленных в работе – возможность взаимодействия традиционных и инновационных форм подачи текста. Уже сегодня мы имеем опыт взаимопроникновения этих двух на первый взгляд абсолютно разных, даже противоречащих друг другу областей. Это обуславливает общемировую тенденцию интеграции медийных сфер, создания универсальных СМИ и медиа-холдингов. Однако издательское дело включено в данный процесс слабее своих конкурентов, отчего уже сегодня испытывает серьезные имиджевые и финансовые проблемы.

В связи со сложившимися тенденциями на российском издательском рынке и рядом, создающих крупные рыночные барьеры вопросов, автором предлагается комплекс мер, способных частично урегулировать данные обстоятельства.

**Объект исследования** –инновационные формы подачи текста в современном издательском деле.

**Предмет исследования** –положение ИФПТ на отечественном книгоиздательском рынке, актуальная проблематика отрасли и методы интеграции инновационных форм подачи текста в традиционное производство.

**Цель исследования** – определение тенденций развития современного книгоиздательского рынка, анализ актуального положения инновационных форм подачи текста в отрасли и формулировка основных методов их усовершенствования и внедрения в традиционное издательское дело.

Для достижения поставленной цели предусматривается решение **следующих задач**:

1. Раскрыть понятие инновационных форм подачи текста и рассмотреть историю его появления, специфику.
2. Проанализировать положения электронной, интерактивной и аудиокниги на рынке, сформулировать основную проблематику.
3. Классифицировать и оценить основные виды ИФПТ и методы их внедрения в современное общество.
4. Выявить связь традиционного и электронного книгоиздания, разработать методы решения проблем их взаимодействия, рассмотреть актуальные тренды книжного производства.
5. На основе объективных данных спрогнозировать возможные сценарии плодотворного использования ИФПТ в современном мире.

**Методы исследования** предопределены предметом и целями работы и опираются на историко-логический и сравнительный анализ, системный подход и методах детерминизма, обеспечивающих выявления закономерностей использования рассматриваемых видов ИФПТ на всех этапах их существования. Данные подходы позволяют в совокупности получить непротиворечивые выводы теоретического характера.

Для реализации поставленной цели применяются методы статистического анализа, аналогии, дедукции, систематизации и обобщения, классификации и сравнения.

**Теоретическую базу** дипломной работы составляют труды отечественных ученых, посвященные специфике и проблематике традиционного и электронного книгоиздания в России, а также инновационным подходам в отрасли, таких как Вуль В. А., Кобзева М. Н., Козлова Е. И., Хлопунова О. В., Чукреева М. А., Шевцова Н. В.

**Практическая значимость исследования** заключается в том, что его основные выводы и рекомендации могут быть применены при производстве электронных, интерактивных и аудиокниг, при осуществлении производственной деятельности, а также при стратегическом видении издательской отрасли в целом. Их внедрение в практическую деятельность будет активно способствовать качественному усовершенствованию системы традиционного и электронного книгоиздания в современных условиях рынка.

**Научная новизна** состоит в раскрытии и внедрении в издательскую практику понятия «инновационных форм подачи текста», в изучении характера взаимосвязи традиционного и электронного книгоиздания, а также в разработке практически значимых аспектов по модернизации издательского дела в России.

**Апробация результатов исследования.** По теме дипломного исследования опубликованы статьи в журнале «Вопросы экономики и управления» (г. Казань), а также в сборнике статей Первой региональной очно-заочной конференции «Традиции и инновации в массовой коммуникации» (г. Краснодар). В данных работах нашли отражение теоретические принципы и результаты настоящего дипломного исследования.

**Структура дипломной работы** обусловлена предметом, целью и задачами исследования. Работа состоит из введения, трех глав и заключения.

Во введении раскрывается актуальность, определяются объект, предмет, цели, задачи и методология исследования, раскрываются теоретическая база и практическая значимость работы, ее новизна, апробация и структура.

В первой главе дается общее представление о понятии «инновационной формы подачи текста», рассматривается история его появления, современное положение и проблематика.

Во второй главе автором тщательно анализируются основные виды ИФПТ, выделяются их специфика, проблематика, актуальное положение на рынке, предлагаются решения главных вопросов и делаются прогнозы на ближайшее будущее.

В третьей главе настоящей дипломной работы исследуется связь традиционного и электронного книгоиздания, обозреваются новейшие тренды, конкурентные преимущества ИФПТ перед традиционной печатной книгой, а также оценивается современный опыт их взаимодействия.

В заключении подводятся итоги исследования, формулируются окончательные выводы по рассматриваемой теме, выносятся предложения по усовершенствованию отечественной книгоиздательской системы.

1. Понятие «инновационной формы подачи текста»
	1. История появления ИФПТ

Инновационная форма подачи текста – новейшее понятие для книжной индустрии. Несмотря на то, что с момента изобретения отдельных видов ИФПТ прошло более восьмидесяти лет, полноценной и всеобъемлющей структуризации знаний о данном явлении в науке сегодня не существует. Более того, сам термин «инновационная форма подачи текста» не используется в издательской практике. Исследователи в своих работах обращаются лишь к отдельным его аспектам и типам, в то время как сегодня, в эпоху глобализации и массового распространения цифрового контента, изучать данное понятие необходимо в комплексе, чтобы иметь наиболее полное представление о современном состоянии электронного книгоиздания и его перспективах на будущее.

Сами инновационные формы подачи текста следует наиболее точно охарактеризовать, разложив его на составляющие термин элементы. Так под инновацией необходимо понимать некое внедренное новшество, обеспечивающее рост качества продукции; текст – зафиксированная на носителе человеческая мысль; форма подачи, в свою очередь, представляется как определенный способ предъявления информации реципиенту. Поэтому инновационную форму подачи текста стоит понимать как новый, опирающийся на развитие техники и технологии, способ интерпретации традиционного текстового материала. Таким образом, практически любая книга, которая подана не напечатанным на бумаге текстом, а неким иным способом, в основу которого положены инновационные разработки, подпадает под термин ИФПТ. В первую очередь, речь здесь идет, конечно, о носителях, с которых потребляется цифровой контент, и формах выражения документа. Стоит также отметить, что необходимо разграничивать понятия ИФПТ и, например, произведений по мотивам – экранизаций или игронизаций известных книг, настольных игр, приложений и иных форм воплощения, положивших в свою основу книжный сюжет, однако являющихся абсолютно иным видом искусства или товара. Главный критерий инновационной формы подачи текста – неизменность характера выражения контента. Иными словами, книга должна всегда оставаться книгой, а чтение – быть основным способом потребления содержания.

На сегодняшний день можно выделить три основных вида ИФПТ: электронная книга, аудиокнига и интерактивная книга. И для понимания специфики каждой категории необходимо подробно изучить историю их возникновения.

Сразу оговоримся, что частично инновационной формой подачи текста можно считать и книги со шрифтом Брайля, так как в их основу также положен очень специфичный, отличающийся от традиционного, способ представления материала. Однако направлены они, как известно, на очень узкую группу читателей, для которых подобный подход не альтернативный, как в случае с иными ИФПТ, а практически единственно возможный вариант потребления печатного контента. Более того, книги со шрифтом Брайля – это именно печатные тома, которые абсолютно не отвечают условиям широкой компьютеризации. Мы же в данной работе стремимся затронуть именно сегмент массовой литературы, а также способы подачи материала, которые являются, во-первых, альтернативой для традиционной книги, а во-вторых, являются продуктами технологического развития отрасли.

Самым первым видом ИФПТ по периоду своей разработки стала аудиокнига. В 1932 году американский Фонд слепых начал выпускать так называемые «говорящие книги» [17]. Записаны они были на виниловых пластинках и распространялись бесплатно. С этого момента как начался отсчет истории аудиокниг, так и сразу обозначилась основная аудитория, которую они должны обслуживать – люди с ограниченными возможностями по зрению.

Первые аудиокниги записывались на грампластинки, и уже в 1935 году в СССР были созданы особые, специализирующиеся на выпуске подобных изданий литературные отделы и редакция «Театр у микрофона». А к 60-м годам 20-го века в СССР и США наладилось издание коммерческих аудиокниг, открылось несколько студий грамзаписи и даже встал на поток выпуск журнальных статей на пластинках [17].

Из истории становится ясно, что еще в первые годы существования аудиокниги сразу заняли свою нишу, став настоящим культурным феноменом в разных странах мира.

Сегодня спектр влияния аудиокниг, с одной стороны, уже вышел за рамки «литературы для слепых», а с другой, из-за большого скачка в развитии прочих ИФПТ, потерял солидную долю на рынке. Так одни из основных задач современных аудиокниг – «оказать содействие в становлении художественного вкуса, стимулировать к самостоятельному чтению печатной продукции, развить способности восприятия и анализа информации на слух» [48]. Также аудиокниги часто используют в образовательных целях, при изучении языков. Иными словами, данный вид изданий значительно расширил свою сферу влияния. Однако сказать, что общество сегодня четко осознает необходимость аудиокниг для среднестатистического читателя, особенно с развитием сети интернет, не представляется возможным. Современной аудиокниге сложно найти своего потребителя, так как многие аспекты, которые положены в ее основу, сегодня доступны в более «легкой» форме в том же интернете.

Что касается самого массового вида ИФПТ на сегодняшний день, электронной книги, то момент ее возникновения и массового распространения пришелся на 1990-е годы. Родоначальником электронного книгоиздания стоит считать Майкла Харта, который «организовал на технической базе Иллинойского университета общественный проект «Гутенберг» (Project Gutenberg) по оцифровке литературного наследия.

Пока интернет не набрал популярность, количество оцифрованных в рамках проекта книг было невелико: в 1994 году всего-навсего 100 произведений, но в 1997 году – уже около 1 000» [18]. Но необходимо отметить, что Майкл Харт создал электронные книги в привычном нам понимании. Если же посмотреть на такие издания с иного ракурса, то началом их жизненного пути стоит обозначить 1963 год, когда для компьютеров была разработана таблица ASCII и появились первые текстовые файлы, способные вмещать до 128 символов [18].

История электронной книги наиболее богата и больше прочего она связана с постоянным обновлением и усовершенствованием электронных носителей, способных воспроизводить цифровой текст. Так в 1976 году Майкл Шрейер разработал первый в мире текстовый редактор Electric Pencil для персональных компьютеров, в 1994 году в России стараниями Максима Мошкова открылся сайт-библиотека lib.ru, в конце 90-х свет увидели сразу несколько инновационных КПК, далее появились смартфоны, планшеты и ридеры, с каждым годом развивалось программное обеспечение и форматы. Все эти исторические вехи так или иначе меняли облик электронной книги, продвигали ее в массы, совершенствовали базу электронного книгоиздания в принципе.

По состоянию на сегодняшний день, электронная книга крепко укоренилась как на издательском рынке, так и в сознании читателей. Во многих развитых странах доля подобных изданий в общеиздательской системе составляет от 10 до 20 %, что говорит об их безусловной востребованности. С другой стороны, в этих же странах сегодня наблюдается стагнация или даже спад уровня продаж электронных книг, означающий как перенасыщение рынка, так и усталость пользователей от никак не прогрессирующего формата. В случае с Россией подобных проблем пока не наблюдается, и рост доли электронного книгоиздания прогнозируется еще как минимум на 2–3 года. Однако неправильно говорить о том, что это происходит благодаря неким отечественным «уникальным инновациям». Причина намного прозаичнее – наша страна значительно позже конкурентов отреагировала на изменение рыночного курса в сторону цифровых форматов, поэтому есть вероятность, что уже к 2020 году рост электронного книгоиздания может не только серьезно замедлиться, но и исчезнет вовсе, показав отрицательную динамику.

Однако не стоит и утверждать, что электронные книги не развиваются. Современная эволюция цифрового текста сводится как правило к двум аспектам: совершенствованию носителей и расширению функционала цифровых форматов. В первом случае можно наблюдать в технологической сфере и появление полноцветных электронных чернил (Advanced Color ePaper) [1], и разработку гибких экранов для мобильных устройств [19], и усовершенствование облачных сервисов. Все это с большой вероятностью приведет к формированию качественно новых типов устройств, которые будут совсем не похожи на современные ридеры. Хотя существуют и иные мнения. По заявлению директора «Типографии Арес» Александра Шнайдера «многие эксперты предрекают скорое исчезновение устройств на основе «электронной бумаги», в результате чего все ридеры станут «планшетоподобными» [51]. Подтверждение его словам мы можем увидеть уже сегодня на рынке ридеров. Однако подобная политика подражания таких устройств более функциональным планшетным компьютерам вовсе не пошла им на пользу. Из-за подобного подхода сегодня рядовой пользователь не видит смысла приобретать устройство, которое выглядит как планшет, стоит как планшет, но функционально намного беднее его. В связи с этим производителям ридеров необходимо думать скорее о том, как обособить свои продукты, сделать их непохожими на планшеты и, следовательно, предоставить пользователям уникальные программные особенности, ориентированные именно на чтение.

Второй аспект совершенствования электронной книги – ориентация на новые форматы. Обычные pdf-файлы, которые представляют собой абсолютное большинство электронных книг, на данный момент не способны предоставить что-то качественно отличное от печатного текста. Из-за их недостаточных интерактивных возможностей и отсутствия усовершенствований потенциальные покупатели отказываются от приобретения цифрового произведения. При огромнейшем потенциале, который предоставляют электронным книгам носители, программная часть практически не прогрессирует. Читателям, по сути, предлагают потреблять отсканированные страницы печатного тома.

Выход из этого положения предложила в 2010 году студия Atomic Antelope совместно с компанией Apple, которая на презентации первой модели iPad также представила уже ставшую легендарной книгу-приложение «Alice for the iPad». Однако революционные идеи Криса Стивенса и Стива Джобса привели не столько к усовершенствованию электронной книги как таковой, сколько к созданию абсолютно нового ИФПТ – интерактивной книги.

Стоит ли считать интерактивную книгу непосредственно книгой или необходимо относить ее к разряду игр – до сих пор актуальный вопрос. В случае с «Алисой», Apple презентовала именно книгу: красочные страницы с минимумом интерактива, который по факту не влияет на процесс потребления контента. Вращая планшет, можно менять пейзаж за окном, в которое смотрит героиня, опрокидывать предметы со стола и так далее. Таким образом, чтение дополнялось некими новыми элементами, что улучшало общее восприятие книги.

В то же время другие студии, решившие заняться разработкой подобных программ, зачастую превращали книги в игры. Так, например, первым проектом российском студии Touch`anka в 2013 году стала «интерактивная книга» «Три поросенка. Сказка про трех маленьких поросят». В ней разработчики сместили акцент с традиционного чтения к воссозданию книжных событий. Например, в самом начале читателю предлагается самому, перетаскивая пальцем по экрану солому, построить дом для одного из поросят. В данном случае, говорить об этом приложении, как о книге, уже не приходится, ведь процесс чтения здесь мало того, что разбавлен иными действиями, так еще и по большому счету не является основным.

Проблема границы, перейдя за которую текст становится игрой – одна из основных для современных интерактивных книг. Вторая проблема – безусловно, высочайшая производственная цена. Из-за этого поставить создание интерактивных книг на поток сегодня невозможно, так как большинство компаний-разработчиков, особенно в России, существуют исключительно на заказах, практически не имея возможности создать приложение независимо.

Таким образом, уже в 2010 году для интерактивных книг обозначилась основная ниша – сегмент детской и учебной литературы. В нее входит не только создание приложений на основе сказок и прочих литературных произведений для совсем молодой аудитории, но и разработка обучающих программ, которые сегодня даже внедряют на обязательной основе в некоторые школы. Однако из-за дороговизны подобных книг, рыночное предложение ограничено и представлено в основном товарами, выполненными по заказу крупных организаций и не направленными на массовую аудиторию.

* 1. Положение электронной, интерактивной и аудиокниги на Российском и мировом рынке

Роль ИФПТ становится все заметнее на отечественном рынке. В то время как в странах Западной Европы доля электронных изданий точно определена уже несколько лет, у нас данный вид литературы находится только в стадии становления. Объем рынка потребительской цифровой книги в России находится на колоссальном подъеме. По данным компании «ЛитРес», в 2015 году объем легального рынка электронных книг в РФ составил 1,7 млрд руб., что на 79 % больше, чем в 2014 году [21]. Более того, в 2016 году показатели вышли не менее оптимистичные – 2,75 млрд руб. [53]. Суммарно нынешние показатели находятся на отметке приблизительно 5 % от общего объема всего книгоиздания, и, учитывая столь стремительный рост, мы имеем все основания рассчитывать на то, что в 2017 году они увеличатся до 5–6 %, а если сбудутся самые оптимистичные прогнозы (4,1 млрд руб. в 2017 [53]), то еще выше.

Но очень важно отметить тот факт, что отечественные сервисы и модели распространения электронных книг заметно отличаются от западных аналогов. Во-первых, наиболее популярный ресурс на отечественном рынке цифрового книгораспространения, сервис «ЛитРес», по состоянию на 2015 год занимающий 56 % потребительского рынка, не обладает качественными решениями по защите контента от копирования; во-вторых, подписная модель распространения электронных книг в нашей стране пока только набирает популярность и составляет 12,2 % от общей доли монетизации цифровых изданий в РФ, что пускай и значительно больше, чем в 2014-м, в котором этот показатель равнялся всего 3,8 %. Проблема здесь в том, что наша культура потребления серьезно отличается от европейской и американской. Потребуется еще несколько лет, чтобы модель распространения наподобие Kindle Unlimited, позволяющая за 10 $ в месяц получить доступ к 600 тыс. книг, вошла в нашу жизнь так же плотно, как в США. Впрочем, для этого мало создавать аналоги книжных подписных сервисов, которых сегодня достаточно. Необходим целый комплекс мер как маркетинговых, так и законотворческих, ограничивающих цифровое пиратство. Читать россияне, вопреки заявлениям экспертов, очень любят. Только вот платить за прочитанное они любят в разы меньше. И это уже совсем другая проблема.

Одним из факторов, влияющих на постепенное наращивание доли электронного книгоиздания, является также низкая цена такой формы издания в сравнение с печатной. Так средняя цена бумажной книги в реализации по состоянию на 2015 год составляла 217,18 руб. Ценник же на электронную книгу оказался куда гуманнее – в среднем 136,78 руб. Получается, что в сопоставлении бумажного ритейла к цифровой дистрибуции мы имеем довольно внушительные данные в пользу электронной книги – 159 % [21].

В связи с этим считаем важным привести доли читателей, предпочитающих книги в разных форматах. Так в 2015 году рост доли тех, кто либо полностью перешел на электронную форму, либо читает в основном в цифре, в отношении к 2014 году составил 32,7 % [21]. Общее же число тех, кто читает исключительно в цифровом формате, составляет приблизительно 10 % от количества всех читателей, а тех, кто предпочитает электронный формат бумажному – приблизительно 15 %. То есть совокупно около четверти читателей нашей страны встретили переход текста в цифровой формат более чем оптимистично.

При этом, если сравнивать с показателями опроса жителей крупных городов в 2012 году, доля даже упала. Тогда в том, что они читают книги в электронном виде, призналось порядка 28 % респондентов, но всего 3 % отметили, что потребляют издания исключительно в цифре [5]. Впрочем, нельзя не упомянуть, что тогда рынок электронных книг в нашей стране был куда более скромным, поэтому снижение показателей с 28 % до 25 % стоит списать именно на то, что сегодня сегмент цифрового книгоиздания куда более насыщенный, чем в 2012 году.

В целом в долгосрочной перспективе мы можем рассчитывать, что уже к 2020 году объем электронного книгоиздания в России продемонстрирует показатели не ниже 7,2 млрд руб., а по оптимистичным прогнозам – не ниже 12,8 млрд руб. [53]. Впрочем, сможет ли наш рынок э-книг демонстрировать такой же стремительный рост еще 3 года – вопрос сложный, так как современная книжная индустрия очень непредсказуема. Поэтому смело рассчитывать на то, что доля электронного книгоиздания будет наращиваться на протяжении столь длительного времени, не стоит.

Переходя к обсуждению аудиокниги, сразу обратимся к рассмотрению показателей выручки компании «ЛитРес» и ее партнеров от аудиокниг в 2015 году. В рублевом выражении выручка составила 15,1 % от общего объема; в экземплярах – 10,9 %. При этом средняя цена аудиокниги по понятным причинам выше электронной, и по состоянию на 2015 год составляет 169 руб. [21]. Все это говорит о том, что аудио формат издания, несмотря на кажущуюся слабую распространенность, не пребывает в катастрофическом состоянии. Безусловно, около 11 % от всей доли электронных форматов в «ЛитРес» – цифра не самая крупная. Однако необходимо понимать, что, во-первых, отличия текста и аудио ряда в восприятии нельзя преуменьшать, и сравнивать их напрямую по этой причине не стоит, а во-вторых, аудиокниги в большинстве своем обладают куда более слабым маркетинговым компонентом. С опорой только на два этих момента можно утверждать, что 10,9 % – вполне приемлемый показатель в наших реалиях.

Впрочем, ценность аудиокниги многим непонятна. В первом параграфе настоящей главы мы уже упоминали тот факт, что изначально аудиокнига задумывалась для людей с ограниченными возможностями по зрению. Сегодня данная ниша по-прежнему занята аудиокнигами, учитывая, что современные книги со шрифтом Брайля несопоставимы по цене с аудиокнигами. Более того, и для простых потребителей данная форма ИФПТ обладает рядом объективных преимуществ, на которые несомненно стоит обратить внимание. В первую очередь аудиокнига «освобождает руки и глаза, что дает возможность параллельно прослушивать произведение и выполнять какую-либо деятельность» [47]. Это одно из самых очевидных достоинств аудиокниг, позволяющее людям, которые не всегда могут уделить время тексту, потреблять контент. Вдобавок аудиокнига – прекрасное решение для дороги, так как, во-первых, от чтения может укачать, а во-вторых, это отличный способ прослушивать книгу, находясь за рулем. Кроме того, аудиокнига серьезно расширяет содержательность первоначального текста путем дополнения его несколькими актерами озвучения или музыкальным сопровождением.

Второй факт – «такое чтение не требует дополнительного освещения» [47]. Это особенно актуально для людей с проблемами зрения.

Третьим и, в современных реалиях российского рынка, пожалуй, самым важным плюсом является то, что «аудиокнига, чаще всего, – бесплатное удовольствие» [47]. Сегодня в интернете огромное количество открытых библиотек. Более того, сегмент аудиокниг обширно представлен на популярнейшем видеохостинге YouTube, пускай, в большинстве своем, это любительские работы. Таким образом, получается, что аудиокнига – наиболее доступный вид ИФПТ. И к этому явлению сложно относиться исключительно положительно или отрицательно. С одной стороны, бесплатность для потребителя – прекрасный повод ознакомиться с новой технологией. С другой, для создателей профессиональных аудиокниг, такой аспект не несет ничего, кроме убытков. Получается, что для индустрии современная аудиокнига – наиболее противоречивый вид инновационных форм подачи текста. Ее польза очевидна, однако в связи с озвученными тенденциями, производство аудиокниг сталкивается с рядом проблем, не позволяющих сегменту развиваться такими же темпами, что и электронной книге.

Еще медленнее растет сегмент интерактивных книг. На сегодняшний день крупных профессиональных разработчиков подобных изданий очень мало. Однако все больше появляется сервисов-редакторов для создания интерактивных книг непосредственно пользователями – это те же Inkling или Apple iBooks Author. Изначально та же Apple позиционировала собственное решение как платформу для создания именно учебных книг, несмотря на то, что первой появившейся на iPad интерактивной книгой была сказка про Алису. Но в последствии из iBooks Author стали выходить и книги «для других нужд – кулинарные книги, фотоальбомы и даже сборники поэзии» [41].

Впрочем, если для США интерактивная книга, как уже было сказано, в первую очередь предназначалась для образовательных целей, то Европа сразу пошла по иному пути, решив экспериментировать с созданием интерактивной художественной литературы и триллеров. Россия же изначально сделала упор именно на детские книги, и если на Западе первые интерактивные книги разрабатывали энтузиасты из сферы IT, то у нас сначала за дело взялись издательства. Так первую интерактивную книгу «Приключения Мюнхгаузена» выпустило издательство Рипол-Классик [41]. Но по итогу и мы пришли к отдельным фирмам, специализирующимся именно на выпуске книг-приложений. Однако это не спасло рынок России, как и рынки конкурентов. Основным мировым барьером для производства интерактивных книг является, конечно же, их высочайшая стоимость разработки. Так отечественный проект UnderPage приводит усредненную цену в 100 долларов США за одну страницу интерактивной книги [41]. Стоимость практически неподъемная для частных компаний. При этом сама UnderPage, как и многие другие фирмы, стремится к удешевлению разработки, и российская студия заявляет, что считает «идеальной» цену страницы в 6 долларов. Вероятно, именно при такой себестоимости разработку интерактивных книг можно будет «поставить на поток», так как сегодня сложилась ситуация, в которой наиболее интересный сегмент современной высокотехнологичной литературы может либо остаться «элитарным», либо и вовсе исчезнуть.

В целом сегодня можно отметить тенденцию все более заметного перехода издательств к цифровым форматам. В отличие от традиционного книгоиздания, электронное, как упоминалось ранее, отмечается бурным ростом. «На сегодняшний день его мировой объем достиг 14,5 млрд долларов. К 2016 г. ожидается рост до 17 млрд долларов» [30]. Однако этот рост обеспечивается в первую очередь странами Западной Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона, в то время как в США и Великобритании, главных мировых рынках, начинается стабилизация. Впрочем, эта стабилизация затронет в первую очередь сегмент коммерческих издательств, в то время как цифровой самиздат, по заявлению профессора Вильнюсского университета Арунаса Гудинявикуса, ждет настоящий «бум» [30]. Более того, он высказал предположение, что уже к 2020 году объем самопубликаций достигнет 50 % рынка электронных книг. Заявление очень смелое, и учитывая то, что современный писательский труд в условиях повсеместного распространения интернета превратился в некое глобальное культурное движение, имеющее крепкие основания. Даже в современной России популярнейший писатель-фантаст Ник Перумов, в 2012 году издавший свою «Гибель Богов-2. Книга 1. Память пламени» очень крупным для литературно-художественного издания тиражом в 100 тыс. экземпляров, уже осваивает рынок краудфандинга и самиздата. Если книгоиздательский кризис затронул даже столь востребованного писателя, то что говорить о начинающих авторах, которым сегодня пробиться на полки книжных магазинов стало трудно как никогда.

Сейчас все идет к тому, что издание печатных книг будет сокращаться, и это неминуемо приведет к снижению популярности традиционных книжных магазинов. Несмотря на то, что тенденция все большего наращивания доли электронных книг в современном мировом издательском деле многим очевидна, последние новости по выручке от продажи печатных книг крупнейших издательств отсылают к прямо противоположным мыслям. Так по данным Global Ranking of the Publishing Industry 2016 английское издательство Person UK в 2016 году увеличило выручку на 300 млн долларов в сравнении с 2015-м (6,1 млрд в 2016-м против 5,8 млрд в 2015-м) [3]. Аналогичным образом обстоят дела у Hachette Livre, увеличившего прибыль на 200 млн, Penguin Random House, выросшим на 400 млн и многих других. Более того, «в США 95 % копий последней книги в сверхпопулярной серии «Дневник слабака» были проданы в бумаге, и только 5% – в цифровом виде» [3]. Вообще в США, несмотря на самую высокую долю электронных книг в издательской системе среди всех мировых рынков, только 6 % читателей смогли полностью отказаться от бумаги.

Получаются очень противоречивые тенденции: с одной стороны, объективное наращивание доли электронных изданий, с другой – увеличение выручки от продаж бумажных книг и относительно невысокая популярность цифровых копий на крупнейших рынках. Все это может говорить о насыщении рынка в тех странах, которые первыми стали внедрять электронные издания. Например, в Штатах рынок цифровых книг демонстрировал показатели прироста, примерно равные современным Российским, еще в 2012 году. Несмотря на то, что Amazon Kindle и Apple iPad в свое время «перевернули рынок», спешить с выводами и хоронить бумажную книгу не стоило.

Проблема оказалась еще и в том, что после презентации в 2010 году интерактивной книги «Alice for the iPad», предполагалось, что вскоре рынок заполонят интересные детские издания. Но, как показала практика, придумать и поставить на поток интерактивную книгу, которая могла бы на равных состязаться с бумажной в красочности, не удалось.

Не учли эксперты и возможный рост популярности специфичного вида печатных изданий – раскрасок для взрослых. Начиная с 2013 года, когда шотландская художница Джоанна Бэсфорд выпустила книгу «Секретный сад», рынок буквально заполонили такие книжки. Более того, одни только американцы в 2015 году купили 12 млн раскрасок [3]. Конечно, раскраски существуют и на том же iPad, но как оказалось, рисовать пальцем на экране для взрослой аудитории менее интересно, чем карандашами на бумаге. Хотя в начале 10-х годов большинство экспертов считало наоборот.

Но все эти тенденции характерны в первую очередь для западных рынков. В России электронная книга пока что чувствует себя отлично. Ее продажи растут, в то как бумажных – снижаются (с 2008 года падение составило порядка более 40 % [21]). Но это вовсе не означает, что наши читатели лучше, чем американцы или европейцы осваивают новые технологии. Пройдет несколько лет, и наш рынок так же насытится.

В целом, затрагивая главные драйверы роста рынка ИФПТ России, эксперты отметили следующие [21]:

• рост популярности электронной книги;

• рост тиражности продаваемых в электронном виде наименований;

• рост средней цены электронной книги вслед за бумажным аналогом;

• продолжение роста в сегменте аудиокниги;

• рост модели подписки как в сегменте электронной, так и аудиокниги;

• развитие самиздата;

• рост проникновения цифровой книги в библиотечную сферу;

• вступившие в силу с 1 мая 2015 года новые поправки к антипиратскому закону.

Что касается сдерживающих факторов развития, то к ним можно отнести следующие [21]:

• снизившийся, но все-таки по-прежнему достаточно высокий уровень книжного интернет-пиратства;

• очевидную монополию в сегменте В2С продаж (успех любой новой закрытой платформы в России зависит от поддержки монополиста по объему портфеля электронных авторских прав – компании «ЛитРес»);

• сокращение инфраструктуры, уход с рынка в том числе и сильных игроков (в 2014 году прекратила заниматься электронными книгами компания «OZON» (с момента приобретения доли в «ЛитРес»), а компания «Wexler» – ушла с рынка);

• заниженная оценка бизнес-возможностей цифровой дистрибуции владельцами авторских прав.

* 1. Проблемы электронного книгоиздания в Российской Федерации

Несмотря на то, что рост доли электронного книгоиздания в нашей стране впечатляющий, определенные проблемы в этом сегменте, конечно, существуют.

Первой и по мнению многих экспертов и законотворцев самой основной является пиратство. Действительно, вопрос нелегального потребления контента в нашей стране стоит достаточно остро и не только в книжной отрасли – у фильмов, музыки и видеоигр положение даже куда более тяжелое. Но постепенно, в первую очередь, силами государства, объемы пиратства уменьшаются, и люди, все больше старающиеся ориентироваться на западную модель потребления, приучают себя платить за медиа.

Главным борцом за права книг в сети сегодня можно назвать Роскомнадзор, чье наименование уже стало нарицательным. Всего данной структурой по искам правообладателей по состоянию на июнь 2016 года было заблокировано 232 ресурса [12], а одна из самых резонансных инициатив, блокировка главного торрент-трекера страны Rutracker.org, стала заметным ударом по пиратству. Так по данным на февраль 2016 года аудитория сайта сократилась на 30 % [36]. Это весьма солидная цифра, учитывая ежедневные объемы посещения популярнейшего трекера. Впрочем, может возникнуть вопрос: если ресурс полностью заблокирован и на него невозможно попасть, то почему только 30 %? Ответ кроется в многогранности и многоаспектности современных компьютерных технологий. В нашу эру всемирной компьютеризации, тезис из третьего закона Ньютона «на каждое действие есть противодействие» стал как никогда актуален. Сегодня какое бы то ни было запрещение деятельности в Сети, если только не совсем кардинальное, как в некоторых странах Азии, возможно обойти. Тем более блокировку сайта в одной-единственной стране. И можно говорить о том, что своими мерами по запрещению Rutracker.org, Роскомнадзор выступил своеобразным популяризатором VPN и так называемого «теневого интернета». А значит, в будущем меры по блокировкам ресурсов, если они повторятся, будут куда менее успешными, и придется искать новые решения по ограничению деятельности пиратов в нашей стране.

Однако утверждать, что с пиратством необходимо бороться только на законодательном уровне, нельзя. Более того, мы считаем подобные меры скорее крайними, нежели первостепенными, и ограничиваться исключительно ими – занятие бесперспективное. Основное же направление деятельности, которое в нашей стране необходимо развивать – создание более совершенной платформы по распространению официальных электронных книг. Ведь «пиратство» – это недовольный спрос, люди покупают или загружают «пиратские» книжки из-за того, что нет удобного и легкого способа приобрести их легально» [20]. Этот тезис сегодня, когда время стало для многих людей главной валютой, особенно актуален. Впрочем, и идти исключительно по этому пути не получится. И законодательные инициативы, и книгораспространительские сервисы должны действовать сообща. Сегодня подобные взаимоотношения уже дают плоды: читатели, безуспешно пролиставшие несколько интернет-страниц в поисках бесплатной книги, в итоге действительно зачастую переходят на официальные сайты-магазины электронных книг, и увидев, что нужное им издание стоит всего 100–150 рублей, покупают его. Другой вопрос – приобретают чаще всего обычные pdf-файлы, никак не защищенные от копирования и попадания на те же торренты или иные файлообменные ресурсы. К сожалению, сегодня в России не существует своего сервиса, наподобие Google Play Книги, в котором приобретенные издания представляли бы собой защищенный от копирования текст и прикреплялись к вашему аккаунту. Наши популярнейшие ресурсы имеют устаревшую модель распространения контента, которая вступает в прямое противоречие с намерениями бороться с пиратством. И это – очень серьезное упущение, которое необходимо наверстать в ближайшем будущем.

Следующей важной проблемой для отечественного электронного книгоиздания можно назвать публикацию текстов в интернете. «Сегодня в Рунете опубликовать текст может кто угодно: и его автор, и издательство, и вообще непонятно кто, что создает понятийные и правовые проблемы» [16]. В последнем упомянутом А. Ильницким случае мы имеем дело с пиратством. Во втором случае, публикация текстов издательством, самой распространенной ситуацией является выкладывание на сайты издательств отрывков готовящихся произведений, чтобы потенциальный читатель, ознакомившись с первыми 20–30 страницами, решил для себя, стоит ли приобретать данную книгу. Эта инициатива более чем положительная и к проблемам не относится. А вот самый первый момент, публикация текстов самими авторами – более противоречивое явление. И здесь имеется в виду вовсе не публикация текстов, исключительные права на издание которых принадлежат определенным организациям, а выкладывание произведений независимых авторов, нигде ранее не издававшихся. Сегодня и в нашей стране, и за рубежом распространены порталы «начинающих писателей». Наиболее известные отечественные, samlib.ru и proza.ru, уже давно воспринимаются как серьезные площадки, на которых находятся и представители отдельных издательств, мониторящих Сеть в поиске новых имен. Временами, находят, и авторы из интернета заключают контракты и публикуются официально. В связи с этим многие издательства в последствие запрашивают удаление контента из общего доступа, однако, как правило, большая часть читателей уже успела ознакомиться с произведением, и у издателей в связи с этим существует реальный шанс не досчитаться проданных экземпляров. И здесь так называемая палка о двух концах – с одной стороны, для книгоиздающих компаний такое положение дел не способствует получению моментальной прибыли; с другой – автора читают, пускай и делают это безвозмездно, он становится в интернете все популярнее, и в перспективе существует большая вероятность того, что за его новые произведения будут готовы платить рублем. Другое дело, что в сложившейся на современном рынке ситуации многие издательства просто не готовы ждать, жертвуя прибылью и играя в долгую. Если автор «нерентабелен» изначально, то зачастую издательствам выгоднее подыскать нового, нежели поддерживать имя данного.

Еще одной проблемой является то, что в России электронная книга приносит авторам и издателям намного меньшие доходы в сравнение с печатной. Популярный писатель-фантаст Ник Перумов в одном из интервью признался, что один проданный экземпляр бумажной книги в плане дохода равняется 15–20 экземплярам электронной. За рубежом все иначе. Так бестселлер британского автора Э. Л. Джеймс, трилогия «Пятьдесят оттенков», был издан совокупным электронным тиражом в 1,5 млн экземпляров [9], что намекает, во-первых, на спрос, а во-вторых, на достаточную окупаемость цифровых изданий. В нашей стране о подобных объемах пока приходится только мечтать. Цифровое издание у нас считается скорее придатком к бумажному, в то время как на развитых книжных рынках и электронная, и традиционная книга постепенно уравниваются в правах.

Последние две проблемы, которые будут нами озвучены, относятся скорее к общемировым, нежели исключительно к Российским, но не упомянуть их нельзя. Первая: психологическое восприятие электронной книги. Действительно, если сравнивать цифровой и материальный носитель, то информация на первом будет восприниматься более поверхностно, так как «читать, держа книгу в руках, и читать с экрана – психологически далеко не одно и то же. Прежде всего, с позиции тактильного восприятия. Поэтому сегодня все больше входит в обиход использование «книгоподобной» формы обложек или футляров для электронных книг» [27]. Ведь человечество на протяжении многих сотен лет потребляло книги именно в их традиционном варианте. Поэтому теперь, когда текст появился на смартфонах, планшетах, компьютерах и ридерах, далеко не всем читателям удается сходу перебраться на новую платформу. Этот аспект, повторимся, чисто психологический, и именно поэтому ему сложно что-либо противопоставить. В связи с данной проблемой мы можем наблюдать появление в цифровых изданиях анимации перелистывания страниц, стилизацию приложений-читалок под книжные полки и так далее. Электронная книга как может пытается походить на традиционную, чтобы переход на новый формат получился для потребителей менее тяжелым, однако ожидать, что мы в ближайшие десятилетия сумеем полностью отказаться от бумажных изданий, не стоит.

Вторая проблема так же сугубо психологическая: материальное положение цифрового издания. Купив бумажную книгу, читатель буквально «ощущает» приобретенный объект: он держит его в руках, чувствует тяжесть, может поставить на полку в качестве дополнения к интерьеру. Что касается электронного текста, то здесь ситуация, конечно, иная. Так главный редактор издательства Ad Marginem Михаил Котомин задается вопросами: «Вы купили книгу в электронном формате, но что это значит? Она будет всегда в вашем облаке или она будет сгорать? Как посчитать, сколько человек прочитало ваш файл?» [29]. И это – лишь малый спектр положений, волнующих современного потребителя цифрового контента. Котомин продолжает свою мысль следующими фразами: «Что такое книга? Можно ли заменить ее на файл? В книге есть физическая форма, 3D–измерение: есть бумага, есть фактура, и безусловно, как и с виниловыми пластинками, эта фактурная составляющая книгоиздания в последние годы растет все больше и больше. Тиражи упали, но книга уже становится предметом, которым приятно владеть. Во всем мире в книге происходят очень интересные дизайнерские решения» [29]. В индустрии ИФПТ занимательными с оформительской точки зрения можно назвать разве что интерактивные книги, в то время как электронные являются просто сверстанным текстом, отличающимся от бумажного аналога только материальным носителем. Проблема самоопределения цифрового издания, его материального, как бы это парадоксально не звучало, выражения, пожалуй, наиболее сложна. Складывается такая ситуация, что без подражания традиционным книгам, электронные едва ли смогут закрепиться в сознание потребителей. С другой стороны, если цифровое издание является копией бумажного, то пропадает его какая бы то ни было ценность. Завлекать потребителей исключительно более низкими по сравнению с обычной книгой ценами долго не получится, тому пример рынки США и Великобритании, где рост доли электронных книг стагнировал и сегодня даже показывает отрицательную динамику. И самое неприятное в этой ситуации то, что выхода из нее пока что не видно.

Благодаря проведенному в первой главе анализу, нам удалось более глубоко вникнуть в понятие инновационной формы подачи текста. Нами была прослежена история зарождения и развития главных ИФПТ, рассмотрено их современное положение, а также обозначены основные проблемы электронного книгоиздания в РФ и сделаны важные выводы, которые, безусловно, помогут нам в рассмотрении последующих вопросов настоящей дипломной работы.

1. Основные виды ИФПТ и их место в современном издательском процессе
	1. Феномен электронной книги и электронных носителей

Электронная книга – один из наиболее интересных книгоиздательских феноменов. Это – самый массовый вид инновационных форм подачи текста. Доля электронных изданий в большинстве развитых стран мира колеблется в промежутке от 10 до 20 процентов от общего объема книгоиздания, что говорит о безусловной востребованности подобных книг.

По состоянию на сегодняшний день в нашей стране общий объем оборота электронных книг в 2016 году составил порядка 3 млрд руб., что около 5 % от объема издательской индустрии, не учитывая учебники [34]. Таким образом, уже сегодня можно говорить о том, что даже на нашем рынке, который в последние годы выступает в роли догоняющего, объем электронного книгоиздания сопоставим с некоторыми странами прогрессивной Европы, например, Германией и Францией. Но до тех же США нам еще далеко – там доля рынка цифрового книгоиздания дошла до отметки в 25 % [34].

Что касается ближайших перспектив, то по их поводу в интервью «Газете.ru» высказался генеральный директор крупнейшего магазина цифровых книг «ЛитРес» Сергей Анурьев: «В России через три–четыре года, по словам Анурьева, продажи электронной литературы могут составить долю 10–12 % от общего объема книжных продаж.

«Мы продолжаем верить, что рынок будет расти, – многое зависит от качества устройств на рынке и закрытия пиратских сайтов. Пока только одна из 20 книг, по нашим данным, скачивается легально», – добавил он» [34].

Если же продолжать сравнение нашей страны с главными соперниками на мировом книгоиздательском рынке в сфере тенденциозной, то стоит упомянуть несколько немаловажных аспектов. Так в той же Великобритании уже в 2013 году каждая четвертая покупка книги приходилась на цифровой формат [37]. А в США, по данным The Global eBook Report, у крупнейших издателей доходы с продаж электронных книг составляют от 30 до 40 % [37]. Более того, в Америке, силами Amazon и Apple, созданы прекрасные платформы для распространения и потребления электронных книг. В России американские сервисы востребованы в значительно меньшей степени, а наши работают пока не так успешно, как следовало бы, что в очередной раз говорит о качественном отличии наших издательских систем.

Одним из аспектов, которые должны улучшить положение электронной книги в нашей стране, является расширение доли учебной литературы на цифровом рынке, так как именно данный вид литературы наиболее располагает к цифровому формату: во-первых, благодаря большому числу нетекстовых элементов, работать с которыми в электронном виде получится более разнообразно и эффективно; во-вторых, из-за сложности и комплексности аппаратной части, особенно систем навигации и примечаний, функционал которых можно значительно расширить программными средствами. Сегодня главным видом литературы, занимающим более половины всего объема электронного книгоиздания в России, является художественная литература. Однако уже с первого сентября 2016 года во многих наших школах были внедрены электронные учебники. Более того, они представляют собой «не просто оцифрованный бумажный учебник, а интерактивное издание: с видеороликами, возможностью комментирования, ссылками на внешние ресурсы и так далее» [39].

Как говорилось ранее, для подобного вида литературы электронный формат смотрится даже лучше, нежели бумажный. Ведь ребенка в образовательном процессе необходимо увлечь, заинтересовать, в том числе с помощью инновационных технологий и интерактивных возможностей. Одно дело – рассматривать на страницах небольшие картинки и схемы, и совсем другое – смотреть обучающий видеоролик, иметь возможность в любой момент найти необходимую информацию как в рамках издания, так и за ними, или буквально собственными пальцами контактировать с моделью изучаемого объекта. Это наиболее благоприятный вектор для развития электронного книгоиздания. Как-либо модернизировать цифровую копию литературного текста сложно, да и не необходимо. Но что касается изданий обучающих – здесь у издательств довольно большое поле для творчества и экспериментов.

Например, сегодня для военно-технической подготовки курсантов военных училищ сформировалась тенденция перехода именно к электронному формату учебника. Преимущества подобного решения очевидны: «используя созданный электронный учебник, курсанты получают возможность обращения к источникам специальной учебной информации, при этом у них повышается творческий, интеллектуальный потенциал за счет самоорганизации, стремления к знаниям, формируется конструктивное мышление и умение взаимодействовать с компьютерной техникой и появляется навык самостоятельно принимать квалифицированные, профессиональные, компетентные решения» [28].

Также одни лишь положительные моменты во внедрении электронных изданий в обучающий процесс видят и за рубежом, например, в Южно-Казахстанском государственном университете: «Считаем, что наиболее рациональным в преподавании казахского языка на русском отделении является использование компьютера: Это объясняется следующим:

* во-первых, широкие дидактические возможности компьютера по сравнению с обычными пособиями;
* во-вторых, соответствие компьютера всем требованиям научно-технического прогресса, а также новым образовательным технологиям;
* в-третьих, возможность использования электронных пособий не только в аудиториях, но и вне аудиторий, что особенно важно для иноязычных учащихся с целью самостоятельного и быстрого изучения казахского языка;
* в-четвертых, компьютер прост в использовании» [43].

Таким образом, для многих уже сегодня очевидно, что электронный формат для учебника – главное направление, которое и должно будет определять будущее образовательного процесса в целом.

Другое дело, что пока электронный учебник даже в своем нынешнем виде не так распространен. В ходе опроса порталом «Дневник.ру» своих пользователей удалось выяснить, что «в настоящее время использование планшетов в российских школах скорее редкость: 81 % учителей, 90 % родителей и 88 % учеников признались, что пока подобных уроков в их школах нет» [39]. В этом опросе также было проведено исследование отношения к внедрению электронных учебников в образовательный процесс. Так 76 % опрошенных поддержали данную инициативу, в основном ученики. С наименьшим энтузиазмом к подобной инновации отнеслись родители (32 %), которые считают, что появление на партах планшетов будет скорее отвлекать детей от занятий, нежели способствовать более эффективному усвоению знаний [39].

Таким образом, можно с уверенностью говорить о том, что большая часть учеников полностью готова к использованию смартфонов, планшетов или ноутбуков в образовательных целях. Другое дело, что техническая и нормативная база пока что совсем не идеальны. В случае с первой мы имеем минимальные объемы электронных учебников и, как следствие, слабое оснащение ими образовательных учреждений. Что касается нормативной базы, то пока, с одной стороны, не внедрены необходимые четкие стандарты работы с цифровыми учебниками; с другой, в школах мало педагогов с тем уровнем квалификации, который обеспечит наиболее плодотворный учебный процесс с использованием инновационных форм подачи текста.

Очень скептично относятся к созданию учебной и профессиональной литературы в электронном формате специалисты. Так Константин Костюк, генеральный директор компании «Директ Медиа» и руководитель портала «Университетская библиотека онлайн», отметил, что «если очень далеко уйти от книги, то получится обучающая программа, и рынок таких программ уже существует, есть специалисты, технологии, но это немножко другая история. Книжники же работают с текстами, информацией, знанием. И это основа культуры и нашего рынка» [15]. Подобная позиция тоже имеет право на жизнь, и проблема разграничения богатой интерактивными элементами электронной книги и некоей программы, приложения, существует. Поэтому говорить наверняка, что на сегодняшний день придуман некий компромиссный формат электронного учебника, конечно, невозможно.

Несколько иной взгляд на проблематику разностороннего развития рынка электронных книг в нашей стране имеет Алексей Ильин, генеральный директор издательства «Альпина Паблишер»: «На мой взгляд, именно пиратство является главным препятствием для развития рынка качественных электронных книг. Оно подрывает экономическую основу издательских инвестиций в электронные продукты. Вкладывая, мы хотим получить определенный доход, но когда речь идет о конкуренции с огромным количеством бесплатного контента, пусть и низкого качества, то издатель всегда заведомо в проигрыше» [15]. Действительно, проблема цифрового пиратства особенно актуальна в нашей стране. Несмотря на все законодательные инициативы, искоренить недобросовестную культуру потребления вряд ли когда-либо получится, так как на каждое действие пираты придумают свое противодействие. Но нельзя не отметить, что пиратским ресурсам сегодня изо всех сил «перекрывают воздух»: блокируют популярные торрент-трекеры, обращаются к сайтам с просьбой удалять нелицензионный контент, вместо ссылки на скачивание указывая адрес магазина, где книгу можно приобрести легально, и так далее. И это действительно работает, так как сегодня скачать пиратское издание стало сложно как никогда, особенно для людей, которые не знают путей для обхода блокировки ресурсов. В то же время, главная всероссийская платформа по продаже цифровых книг, сайт «ЛитРес», имеет довольно странную политику распространения своей продукции: «система, по которой распространяет книги «ЛитРес», прекрасно располагает к пиратству, так как за уплаченные деньги пользователю предоставляется обычный pdf-файл, который можно легко выложить в сеть. Тот же Google поступил умнее. Он предоставляет доступ к купленной продукции лишь в онлайне и в рамках собственного приложения, без возможности скачать или скопировать текст. У такого принципа тоже есть свои недостатки, вроде того, что сегодня не каждый гражданин нашей страны имеет бесперебойный доступ к высокоскоростному Интернету. С другой стороны, ориентируясь на мизерный процент таких пользователей, невозможно двигать прогресс, и что‑то всегда необходимо приносить в жертву. Поэтому пока «ЛитРес» не откажется от такой модели распространения, практически культивирующей пиратство, говорить о бо́льших успехах в борьбе с нелегальным распространением не приходится» [45]. Таким образом, для более успешной борьбы с пиратством нам следует не выискивать на просторах сети очередной пиратский ресурс, а изменить собственный подход к распространению лицензионной продукции.

Также подчеркнем тот факт, что остро стоит проблема сохранности электронных изданий. «В отличие от традиционных печатных материалов, для которых необходимо обеспечить физическую сохранность, электронные издания требуют решения также организационных и программно-технических вопросов. Появление организационных проблем обусловлено вероятностью прекращения сопровождения информационного ресурса (например, при упразднении или смене профиля деятельности организации – владельца этого ресурса); программно-технические вопросы возникают из-за периодической смены (в среднем раз в пять лет) базового программного обеспечения, технических платформ и тому подобное» [23]. Ранее отдел приема Информрегистра принимал цифровые копии печатных книг на CD и DVD. Но с 1 января 2017 года согласно закону №77-ФЗ издатели должны предоставлять экземпляр печатных изданий в электронной форме в ИТАР-ТАСС (Книжную Палату) и РГБ для постоянного хранения. И это – очень положительная инициатива, если бы не одно «но»: и ранее, и сейчас предоставлять необходимо именно электронную копию. Если же издание имеет исключительно электронный вид, то ни о какой сохранности и тем более учете речи не идет.

В заключении рассмотрения феномена электронного издания и электронных носителей, мы решили несколько отойти от моментов технологических, обратившись к некоторым исследованиям, которые формально можно обозначить как «печатная книга против электронной». Так Библиотека Калифорнийского университета, решившая в 2008 году тщательно изучить вопрос выбора читателей между традиционным и новым форматом издания, отметила несколько знаковых суждений респондентов [4]:

* «Электронные книги рассеивают внимание»;
* «Бумага приучает меня быть более сфокусированным и уберегает от различных отвлекающих факторов, которые могут возникнуть при использовании компьютера»;
* «У меня возникают некоторые трудности с концентрацией внимания на длинных отрывках, когда я пользуюсь компьютером»;
* «Чтение на компьютере делает восприятие информации тяжелее»;
* «Я становлюсь гораздо лучшим читателем, если передо мной бумажная книга».

Что касается носителей, то любопытно исследование компании Nielsen Norman Group. В нем было отмечено, что современные устройства вовсе не ускоряют процесс чтения, а только замедляют его. «При помощи iPad люди прочитали произведение на 6,2 % медленнее, чем те, кто читал обычную печатную книгу, Amazon Kindle 2 снижает скорость на 10,7 %, в то время как обычный компьютер почти в 1,5 раза понижает скорость чтения» [4]. Этот аспект уже куда более значим, так как подобных объективных данных в исследованиях конфликта печатной и цифровой книги относительно немного. Впрочем, насколько снижение скорости чтения на 6–10 % значимо и принципиально – вопрос открытый.

Также многие респонденты отмечали определенные «книгофильские» преимущества бумажной книги перед электронной, в числе которых невозможность ощутить запах и шелест перелистываемых страниц, отсутствие «душевного отдыха», приятная тяжесть и весомость бумажного тома и так далее. Однако те же люди зачастую упоминали подобные тезисы: «все рациональные доводы, конечно, на стороне электронного формата книги» [4].

Поэтому сегодня нельзя сделать однозначный вывод по поводу того, какое издание все же лучше. У каждого найдутся свои доводы. Однако, что касается объективных аспектов, то здесь у инновационного электронного издания, в виду специфики технологий, перспектив значительно больше, нежели у бумажного.

* 1. Аудиокнига как самая противоречивая форма подачи текста

Сегодня понятие аудиокниги очень размыто. Немногие потребители осознают все тонкости данной ИФПТ, ее роль и назначение в обществе. Прежде чем перейти к рассмотрению противоречивости данной формы подачи текста, следует все же однозначно обозначить основные свойства аудиокниг. Итак, это понятие «можно трактовать как произведение литературы, озвученное профессиональными актерами, опытными дикторами или энтузиастами-любителями, со звуковым, музыкальным сопровождением, либо без него, и записанное на звуковой носитель» [48]. Данное определение, с одной стороны, проясняет главные нюансы аудиокниг, но с другой – не охватывает весь спектр особенностей этой инновационной формы подачи текста, о которых все же следовало бы упомянуть, чтобы иметь наиболее полное представление о современном положении аудиокниги.

Для начала нам вновь следует немного окунуться в историю. Подробный путь аудиокниги от зарождения до современных реалий мы уже описывали в первой главе настоящей дипломной работы. Сейчас же лишь акцентируем внимание на наиболее значимых моментах, которые прослеживались на протяжении всего времени существования данной ИФПТ. В 1932 году американский Фонд слепых начинает выпуск так называемых «говорящих книг» – это и были первые, более-менее сопоставимые с современными, прообразы аудиокниг. И сразу же они стали ориентироваться на весьма понятную аудиторию – людей с нарушениями по зрению. Однако, что мы имеем на этот счет сегодня? Действительно, до сих пор аудиокнига, в виду своей доступности, может считаться основной формой потребления книжного контента для слабовидящих. Но технологии, как принято говорить, не стоят на месте. Всем известны книги со шрифтом Брайля, и также всем понятна их высокая цена. Позволить себе библиотеку из подобных изданий сможет далеко не каждый. Исправить сложившуюся ситуацию собралась компания Pera Technology, предложившая электронную книгу со шрифтом Брайля под названием Anagraphs. Питер Фауэл, менеджер проекта Anagraphs, сразу обозначил главный приоритет данной технологии – ее доступность [52]. Понятно, что стандартное бумажное издание со шрифтом Брайля все равно обойдется потребителю дешевле. Но здесь вновь подается вперед одно из важнейших достоинств электронных носителей – возможность вместить в себя огромное количество информации. Так приобретя Anagraphs раз, потребитель получит доступ к огромному массиву книг для слепых, которые в цифровом формате окажутся, вероятнее всего, дешевле, чем в традиционном. Так Фауэл заметил: «В эпоху, когда потребитель и технологии безвозвратно переплелись между собой в нашей повседневной жизни, возможность чтения электронных книг дает еще один инструмент познания мира вокруг нас» – пояснил Питер. «Учитывая, как далеко продвинулись потребительские технологии за такой короткий промежуток времени, нам крайне важно, чтобы все – вне зависимости от их физических возможностей, в равной степени могли использовать достижения научных разработок в этой области» [52]. Это – одно из важнейших достижений в книгоиздательской сфере за последние годы, которое позволит серьезно продвинуть индустрию вперед.

Получается, что позиции аудиокниги, и без того довольно шаткие, скоро, скорее всего, пошатнутся еще сильнее. Сегодня их роль, если касаться широкого потребительского сегмента, в связи с развитием в первую очередь интернета, и так нивелируется. Впрочем, еще несколько лет назад некоторые исследователи предсказывали скорое развитие и упрочение позиций аудиокниг. «Новейшая культура, основанная на электричестве и электронной технологии, является многомерным образованием, в рамках которого книжная и посткнижная культуры пока сосуществуют. К тому же, современные исследования демонстрируют тенденцию к синтезу того и другого, что дает надежду на освоение аудиовизуальной культурой универсальных возможностей культуры книжной» [47]. Но главное слово здесь – «надежда». Однако следует понимать, что к аудиовизуальному типу книги можно отнести и интерактивную книгу, высокотехнологичную, у которой потенциала закрепиться на современном рынке намного больше, чем у аудиокниги. Хотя, несмотря на подобное состояние дел, аудиокнига, вопреки всем прогнозам, не бедствует. Если говорить о мире, то в 2015 году 12 % американцев признались, что потребляют книги так же и в аудиоформате [21]. В России же, согласно данным компании «ЛитРес», каждая десятая покупка книги в их сервисе приходилась на аудиокнигу [21]. Таким образом, получается, что данный вид ИФПТ имеет относительно немалую долю. Это вовсе не 1–2 % от общеиздательского объема, как могло бы представиться на первый взгляд. И более того, планка в ≈ 10 % не колеблется на протяжении нескольких последних лет. Но относиться к данному явлению, как к исключительно положительному, не стоит. Действительно, стабильность для подобного рода литературы – большое достижение. Однако учитывая развитие иных форм ИФПТ, аудиокнига, крупных инноваций для которой не случалось уже многие годы, рискует ее потерять. Вдобавок ко всему, несколько лет назад «ЛитРес» запустил возможность прослушивания аудиокниг онлайн, что, конечно же, повлияло и продолжает негативно влиять на продажи отдельных экземпляров данного вида ИФПТ.

Впрочем, отсутствие инноваций – не столько проблема формата как такового, сколько проблема его освещения в инфополе. Новости об изобретениях в области цифровых книг и их носителей появляются довольно часто, чего не сказать об аудиокнигах. Складывается впечатление, что их, судя по СМИ, и вовсе не существует. В этой связи в одной из своих работ отлично выразилась М. А. Чукреева: «Необходимо, чтобы аудиокультура стала объектом внимания СМИ, систем образования, культурного обслуживания, организации досуга, культурным смыслом, чтобы впоследствии стать достоянием массового сознания <…> Особое внимание стоит уделить популяризации и передаче этого наследия молодым поколениями, проведению исследований и созданию базы данных о разнообразных формах аудиокультуры как элемента наследия культуры» [48]. Говоря о недостаточном внимании СМИ, исследователь, в общем, затрагивает тему, больную для всего отечественного книгоиздания. Впрочем, на фоне аудиокниги даже простая бумажная или электронная могут похвастаться большим интересом со стороны средств массовой информации.

Почему освещение в СМИ, создание инфоповода важно для аудиокниг, ИФПТ и книг в целом? Все дело в том, что реклама, по меткому афоризму Людовика Метцеля, есть «двигатель торговли». Данный тезис можно расширить, и сказать, что реклама – двигатель прогресса. Ведь никакое изобретение не станет прогрессивным, пока его не станут повсеместно употреблять. А чтобы это произошло, необходимо создать этому изобретению рекламу, произвести так называемый «хайп». В свое время такое удалось сделать с интерактивными книгами, которые в первые годы их существования бросилось делать большое число не только энтузиастов, но и издательств. Впоследствии феномен интерактивной книги потерял свою актуальность в виду ряда причин, однако факт своеобразного «бума» в 2010–2013 годах отрицать невозможно.

Впрочем, аудиокнига – это совсем иной формат. Если внимание к интерактивной книге привлекалось в первую очередь за счет ее технологичности, то для аудиокниги такой подход в нынешних реалиях, к сожалению, неприменим. С другой стороны, рекомендовать ознакомиться с аудиокнигой можно, по сути, любому человеку. Здесь не возникает каких-то противоречий, как в случае цифровой и бумажной книги. Аудиокнига – это нечто уникальное, существующее в отрыве от всего, и, можно сказать, что данный вид ИФПТ «внеисторичен»: его нельзя причислить ни к отжившим архаизмам, ни к чему-то созвучному современности, ни к инновациям. Это вечный приспособленец, поначалу существовавший на грампластинках и радио, после перешедший на диски, а теперь – в интернет. К тому же аудиокнига мало того, что не испытывает проблем с видами и жанрами литературы, так еще и имеет определенные достоинства по сравнению с прочими формами существования текста. Так при потреблении аудиокниги усталость сводится к минимуму, исчезает нагрузка на глаза, потребность в источниках освещения. Добавим, что некоторыми людьми информация на слух усваивается лучше, чем при чтении, и данный аспект может серьезно повлиять на развитие образовательной и научно-популярной аудиокниги. Да и художественная литература, предстающая в звуковом формате чем-то вроде аудиоспектакля, весьма интересна в данном виде.

Иными словами, перспектив и достоинств у аудиокниги, как это ни странно, огромное количество. Другое дело, что в виду минимального освещения в СМИ, простые потребители не могут понять, что данный вид ИФПТ – именно то, что им нужно. Хотя, говорить о том, что аудиокниги невостребованны – спорно, учитывая тот факт, что многие современные произведения официально переводятся в аудио формат. И получается, что анализировать данный вид инновационных форм подачи текста чрезвычайно сложно, так как в нем, во-первых, слишком много противоречий, а во-вторых, слабое освещение в СМИ не позволяет увидеть полной картины происходящего с аудиокнигой. В любом случае, не прибегая к инновациям и рекламе, «говорящие книги» до сих пор существуют и демонстрируют сравнительно неплохие показатели. Остается только надеяться, что в будущем они не снизятся, а наоборот пойдут в гору, так как аудиокнига – уникальный феномен, который необходимо развивать и внедрять в общество.

* 1. Настоящее и будущее интерактивной книги

Ранее мы рассмотрели виды ИФПТ, появившиеся еще в прошлом столетии, однако, в силу ряда причин, остающиеся востребованными и сегодня. Последний вид инновационной формы подачи текста возник всего 7 лет назад, и на данный момент его потенциал, пожалуй, наименее раскрыт.

Проблема здесь заключается не только в сложности производства и дороговизне интерактивных книг, но и в понятийном аспекте. Многие эксперты и потребители не считают интерактивную книгу непосредственно книгой, приравнивая ее скорее к приложению. И эта позиция, в определенном плане, верная, так как формат интерактивная книга имеет именно приложения. Но есть одна важная оговорка: между понятиями книга и приложение не существует никакого противоречия. Приложение – это лишь новая форма существования книги. Стоит вспомнить недавнее прошлое, когда первые электронные книги только приходили на телефоны. Из-за того, что старые телефоны были очень небогаты на функционал и не могли обеспечить достаточно комфортное чтение книги в обычном текстовом формате, были придуманы книги-приложения – программы, представлявшие собой текстовый файл, снабженный дополнительными функциями, которые мы сейчас видим на тех же ридерах: возможность разбивки на страницы, изменения кегля, создания закладок и так далее. Формат у таких «книг» был .jar – ровно тот же, который имели старые мобильные игры и софт. Однако проблем в плане приравнивания подобной программы к книге не существовало. Тогда это воспринималось лишь новой формой существования цифровой книги, лучше приспособленной под возможности современных телефонов. Поэтому понятия «книга» и «приложение» в данной связи не непротиворечивые, а взаимодополняющие. Интерактивная книга так же, как и первые мобильные книги, имеет улучшенный функционал, дополнительные элементы, обогащающие опыт знакомства с изданием, однако во главе угла стоит именно текст, то есть потребителю предлагается в первую очередь читать, а остальное – лишь дополнение к этому.

Впрочем, ошибочная оппозиция книги и приложения давно укоренилась в умах экспертов. Этим объясняется так же и тот факт, что интерактивные книги практически не появляются в аналитических и статистических сводках, отчего оценить современные объемы данного вида ИФПТ не представляется возможным. Но для нового, слабоизученного явления, такое положение дел вполне нормально.

Как мы уже говорили, интерактивная книга – это приложение, основу которого составляет книжный текст, приукрашенный интерактивными элементами. Поэтому не стоит путать такой продукт с современной электронной книгой, которая, как правило, имеет мизерные интерактивные возможности, или с играми по книжным мотивам, в отличие от которых интерактивные книги создаются именно для чтения, а не для некой интерпретации текста, как происходит с так называемыми «интерактивными новеллами» и прочими игровыми жанрами. Но эта грань видна далеко не всем. Проекты той же отечественной студии Touch`anka не всегда можно назвать интерактивными книгами, так как многие из них требуют от потребителя не столько прочтения текста, сколько выполнения определенных действий, описанных в этом тексте.

Глобальных производственных проблем для интерактивных книг по большому счету две – это крупные денежные и временные затраты. Так Александра Кочеткова из компании Touch`anka, рассказывая об этапах создания интерактивных книг, выделила такой аспект: «интерактивная книга – это технически сложный, длительный и дорогостоящий процесс: проект с нуля займет минимум полгода, а программисты попросят 25–30 $ в час. А ведь еще есть прототипирование, иллюстрации, озвучка, продвижение» [11]. По проблеме дороговизны Александру на лекции в Школе детской книги дополнил Юрий Красильников, менеджер по развитию бизнеса «MyBookTools». Упомянув бесплатные сервисы разработки интерактивных книг, он назвал стоимость преобразования проекта в готовый для продажи продукт – 850 $ [11]. Получается, мало найти специалистов, готовых работать в новой для рынка сфере, необходимо еще и достаточное финансирование, которого у простых энтузиастов в необходимых объемах просто нет. А если денежные средства все-таки найдутся, то какой надо будет поставить ценник на интерактивную книгу, чтобы она могла хотя бы окупиться? В России ситуацию усугубляет также фактор культуры потребления: «пользователи в России пока не готовы платить за софт и предпочитают бесплатные приложения» [11].

Из описанных выше фактов, помимо проблем, можно также отметить немаловажный аспект: создать интерактивную книгу может, по сути, любой желающий, достаточно иметь интересную идею, сплоченную команду, финансы и стратегию продвижения – как в любом современном деле. Дополняя вышеозвученные моменты тем, что рынок интерактивных книг сегодня очень беден на интересные проекты, можно сказать, что это – наиболее перспективное сейчас направление издательской деятельности. Более того, от создателей таких приложений даже не потребуется неких инновационных идей, так как рынок еще не успел пресытиться данным видом ИФПТ, в отличие от тех же цифровых или аудиокниг, любительское оформление которых сегодня может оттолкнуть даже людей, незнакомых с книжным производством. Интерактивной книге обеспечен успех из-за одного только фактора «новизны».

Очень вдохновляющим в данной связи выглядит история команды KievSeaPirates. В декабре 2013 года украинские разработчики представили свою первую интерактивную книгу «Котигорошко», которая почти сразу заняла верхние позиции украинского AppStore и удостоилась звания «книги января» по версии «Украинской правды» [31]. По итогу сказку перевели на несколько языков, а продажи превысили тысячу экземпляров в более чем двадцати странах мира. Что примечательно, это детская сказка – наиболее удачное для входа на рынок направление. Привлекать детей к чтению необходимо именно таким образом, при помощи красочных иллюстраций, анимированных картинок, дополнительных звуков. Это давно было придумано в сегменте печатной литературы, и сегодня данный опыт вполне можно переложить на литературу инновационную. Более того, на сегодняшний день большая часть ассортимента интерактивных книг представлена именно детской и учебной литературой – последняя зачастую также ориентирована на подрастающее поколение.

Несмотря на дороговизну производства, ценник на конечный продукт в App Store выставили щадящий – 5 $, что в разы меньше многих печатных детских книг не только в США или Великобритании, но и в России и странах СНГ. В том числе и столь невысокие запросы по стоимости обеспечили «Котигорошко» успех, а его создателям – славу и средства для производства новых проектов. Пример киевской студии очень показателен – с правильным подходом риски при производстве интерактивных книг сводятся к минимуму.

Из перспектив на ближайшее будущее для интерактивной книги, помимо уже озвученных, стоит выделить и охват большего числа жанров. Современные инструменты для создания подобных продуктов располагают богатейшим инструментарием, не сравнимым с тем, что предлагается в иных инновационных формах подачи текста. Благодаря этому одно и то же произведение может быть представлено абсолютно по-разному, адаптировано под запросы любой аудитории, с разнообразными интерактивными элементами и заточено под любой современный цифровой носитель. В сегменте потребительской высокотехнологичной электроники сегодня наблюдается серьезный прорыв, в связи с чем использование в интерактивных книгах элементов дополненной или виртуальной реальности не является чем-то невообразимым. Получается, что идей и возможностей много, однако воплощение их тормозится ввиду дороговизны и связанных с ней рисков не окупиться, из-за которых многие крупные издательства до сих пор не решаются войти на территорию интерактивной книги. Поэтому в ближайшем будущем данный вид ИФПТ, скорее всего, будет развиваться исключительно силами независимых энтузиастов.

Во второй главе настоящей дипломной работы мы рассмотрели основные виды инновационных форм подачи текста, подробно проанализировали особенности и современное состояние каждой из них, что позволило нам также сделать прогноз на ближайшие перспективы их развития. Данное исследование безусловно поможет нам в третьей главе, в которой мы подробно разберем взаимовлияние и связь традиционных и инновационных форм подачи текста в современном обществе.

1. Взаимодействие традиционного и электронного книгоиздания
	1. Новейшие тренды и их роль в отечественном книгоиздании

Одним из основополагающих факторов, способствующих быстрому росту электронного книгоиздания и ИФПТ в целом, является, конечно, стремительное развитие сети интернет. Сегодня каждый человек способен получить информацию из любой точки мира. Интернет значительно изменил работу многих производственных секторов, в особенности медиа, и книги в данном случае – не исключение. Сеть присутствует на множестве этапов в современном издательском деле, начиная от редакционно-издательского и заканчивая книгораспространительским или маркетинговым. Более того, очень важно понимать, что интернет – это не просто убыстрение и во-многом улучшение работы, но также и общедоступность. Так только в России согласно отчету российского филиала исследовательского концерна GfK, по состоянию на 2015 год аудитория интернета составляла порядка 84 млн человек, что более 70 % от общего числа населения [24]. Учитывая огромные территориальные масштабы нашей страны, эта цифра поражает, ведь сегодня далеко не в каждом регионе имеется бесперебойный доступ к высокоскоростному интернету. Более того, «в 2016 году уже пять интернет-сайтов – «Яндекс», Google, «В контакте», YouTube и Mail.ru российского интернета – обогнали по размеру аудитории российские телеканалы» [53]. Вдобавок, у нас одна из наилучших интернет-инфраструктур. По уровню цены / качества интернет услуг Россия занимает первые места в Европе, в нашей стране отличное 3G и 4G покрытие, мы одними из первых стали тестировать технологию доступа в сеть пятого поколения. Все это говорит о том, что в России прекрасные перспективы в сфере интернет-коммуникаций, и медиа необходимо в своей деятельности ориентироваться на данный факт.

Распространенность интернета в России – один из тех аспектов, которым ИФПТ обязаны столь стремительным ростом объема на книжном рынке. В связи с этим можно отметить несколько наиважнейших, порожденных данным фактором трендов, которые либо уже серьезно влияют на общемировое книгоиздание, либо займут важные позиции в самом ближайшем будущем.

Первым трендом стоит назвать цифровой самиздат. Это – одно из наиболее массовых направлений современного книжного рынка. «Тенденция, которую можно наблюдать почти везде в мире – это self-publіshіng, самиздат, который может реализоваться через издательскую мини-мастерскую» [20]. Сегодня для самиздата создались наилучшие условия: на рынке оргтехники огромное число качественных и недорогих печатных и переплетных устройств; современные графические и версточные редакторы просты в освоении и даже способны создать обложку или полосы для издания «на автомате»; вдобавок, даже если автор не знает русский язык в идеале, в сети имеется множество разнообразных (в том числе и бесплатных) сервисов по проверке орфографии и прочих аспектов речи; и, что самое важное, благодаря развитию блогосферы и иных сообществ по интересам, распространить книгу также не представляет большого труда. Иными словами, создать в современных условиях мини-мастерскую по производству собственных книг и несложно, и сравнительно не затратно, а для ее обслуживания потребуется всего один человек. Даже если нет возможности обеспечить свое небольшое издательство печатными машинами, то сегодня несложно, в том числе благодаря адресной сетевой рекламе, отыскать типографию, которая за вполне доступные деньги отпечатает необходимый микро-тираж.

Вторым важным трендом в издательском деле, порожденным внедрением ИФПТ, обозначим так называемые сетевые издательства. «Сетевые издательства – это уникальный комплекс процессов и техники, который будет задействован для создания электронной информации, управления ею и организации доступа к ней через Internet» [38]. Эта тенденция представляется нам вполне уместной и логичной особенно в Российских реалиях с учетом уже обозначенных преимуществ нашей интернет-инфраструктуры. Такие издательские системы могут заметно облегчить процессы создания, сбора, компоновки и публикации разных материалов, вдобавок эффективность и гибкость сетевого подхода при осуществлении деятельности позволит снизить себестоимость издательской продукции, что сегодня весьма актуально. В целом можно обозначить следующие процессы, которые сетевые издательства смогут выполнять наиболее эффективно [38]:

• создавать электронную информацию и публиковать ее в любое время, в любом месте, на любом выводном устройстве;

• интегрировать множественные данные цифровых рабочих потоков для их большей эффективности;

• применять более простые, интегрированные, сквозные технологические решения;

• легко компоновать и объединять данные от множественных источников информации;

• выполнять в реальном времени корректировку информации, что обеспечит ее актуальность, точность и достоверность.

Иными словами, под сетевым издательством, если брать в расчет именно практический, а не технологический или организационный аспект, следует понимать зарегистрированный в качестве СМИ сайт, под его продукцией – отдельно публикуемые или постоянно обновляемые издания, а под распространением – предоставление услуг к данным изданиям. Такие издательства смогут генерировать контент несравнимо быстрее, чем традиционные, что в современных реалиях является довольно важным критерием «выживания» на рынке медиа. Данная тенденция представляет некую альтернативу предыдущей, с которой ее объединяет довольно много аспектов. Это своеобразное развитие сайтов «начинающих писателей», о которых мы уже упоминали ранее в настоящей работе. Впрочем, все вышеперечисленное касается исключительно сетевых издательств, ведь сегодня на отечественном книжном рынке дополнительной сетевой деятельностью занимаются многие традиционные издательства, такие как «АСТ», «Эксмо» или «Олма-Пресс», а «чистых сетевиков» несравнимо меньше.

Третьим трендом, который мы можем отлично наблюдать уже сегодня, является интеграция книгоиздания в систему массмедиа. Под данным понятием следует понимать «не только концентрацию книжного рынка в руках медиамагнатов, но и производство издательскими структурами универсального контента, который может быть использован на разных медийных площадках – от печатной книги до мобильного приложения» [33]. Таким образом, используя тот же интернет, издатель способен более быстро и точно реагировать на запросы аудитории, предлагая ей по итогу не только отдельный книжный продукт, но и целый комплекс услуг. Именно благодаря данной тенденции можно сказать, что книга, ранее занимавшая некое обособленное от СМИ положение, сегодня превращается в еще один канал распространения медийного контента. «Эта тенденция встраивается в ускоряющийся процесс конвергенции СМИ и может характеризоваться теми же признаками: на технологическом уровне – слиянием технологий распространения и производства информации; на экономическом уровне – возникновением бизнес-альянсов, объединяющих ранее не связанные секторы экономики; на уровне контента – его универсализацией, рождением новых интегрированных жанров» [33]. Данному процессу издательский бизнес подвержен давно, но именно книгоиздание является здесь наименее развитым сегментом. Читатели многих журналов уже привыкли, что традиционный печатный продукт сопровождают DVD-диски или электронные версии. К печатной книге же издатели редко добавляют некие иные медийные продукты. Но уже сегодня предложены пути решения данной проблемы. Так исследователями Е. Павловской и М. Милановой рекомендуются довольно интересные «медийные» способы стимулирования спроса на книжную продукцию: предоставление бесплатного электронного контента; использование подписного принципа при продаже электронного контента; использование схемы «подарок», при которой потребитель, покупая электронную публикацию, получает бесплатный экземпляр печатного издания и так далее [32]. Подобные инициативы, являясь исключительно маркетинговыми инструментами, заметно расширят представительство традиционных издательских структур на медийном рынке, позволят более качественно удовлетворять запросы потребителей сразу на нескольких рыночных площадках.

Однако интеграция книг в систему массмедиа подразумевает не только расширение ассортимента, но и поиск новых путей взаимодействия с аудиторией. В первую очередь, активное участие издательств в социальных сетях или создание тематических форумов. Далеко не каждое крупное издательство в России успешно освоило перспективное направление SMM, которое сегодня является одним из наиважнейших рычагов взаимодействия с молодой аудиторией. Этот аспект также является важной частью процесса интеграции книгоиздания в систему массмедиа, на который необходимо делать упор как при продвижении собственной продукции, так и при анализе мнений потребителей.

Помимо социальных сетей, существует еще одно очень важное направление взаимодействия с аудиторией, представляющееся практически полной его противоположностью. Речь идет о PR-акциях, которые не служат прямым инструментом налаживания взаимодействия с потребительским сектором, но являются важным элементом для привлечения аудитории и создания приятного имиджа компании. Так «ивент-деятельность является важной составляющей книжной отрасли, обеспечивающей формирования позитивного имиджа и репутации книжных издательств, способной дать нужную информацию о конкурентной среде, почувствовав веяния времени» [22]. Современные медиа-холдинги, в сторону которых и движется мировое издательское дело, используют ходы ивент-деятельности чуть ли не ежемесячно, привлекая внимание прессы, обеспечивая свое пребывание в инфополе, постоянно обновляя потребительскую базу и, соответственно, увеличивая собственное благосостояние. Книжным издательствам, являющимся в нашей стране довольно консервативными структурами, сегодня бывает очень сложно перестроиться под требования времени и реализовывать себя на всех доступных медийных площадках. Зачастую интернет-инициативы замыкаются на создании цифровых копий изданий и электронной дистрибуции, богатейший инструментарий SMM ограничивается лишь рекламой, а ивент-деятельность сводится к встречам с авторами. Книжный рынок с большим трудом реагирует на запросы современной аудитории, в связи с чем теряет популярность под маркетинговым натиском бьющих по всем фронтам соперников в досуговом секторе. И чем раньше отечественные издатели всерьез возьмутся за плодотворную интеграцию в систему массмедиа, тем лучше.

Последним важнейшим трендом, который способен определить лицо книжной индустрии, а также напрямую переломить ситуацию с присутствием издательских структур на разных медийных площадках, является индустрия буктрейлеров. «Буктрейлер – короткий видеоролик по мотивам книги. Основная его задача – рассказать о книге, заинтересовать, заинтриговать читателя» [7]. Сегодня буктрейлеры довольно слабо развиты в нашей стране. В основном ими занимаются либо энтузиасты, либо специальные студии. Впрочем, нельзя сказать, что это большая проблема. У тех же интерактивных книг подобная ситуация, однако качество продукции в большинстве своем не назвать плохим. Однако у интерактивной книги есть перед буктрейлером гигантское преимущество – это идейно цельный, сложившийся продукт, в то время как для буктрейлера по-прежнему не разработан правильный подход. Зачастую трейлеры к книгам пытаются копировать кино или видеоигровые трейлеры, добавляя живую съемку или 3D-графику, и в большинстве своем в этом проигрывают. Одно дело – нарезать на монтаже и вклеить в рекламный ролик кадры уже готового продукта, того же фильма, и совсем другое – снимать все с нуля, тем более для того рода продукции, в котором этих снятых для видеоролика кадров никогда не появится. Большинство студий по производству буктрейлеров дают осечку уже на сценарной стадии, пытаясь приблизить книгу к другим видам массового искусства. Хотя такой подход в корне неправильный, так как книга, и в первую очередь художественная литература, создана для индивидуальной интерпретации читателем. Приглашая для буктрейлера на роли тех или иных книжных персонажей актеров, создатели подобных роликов «насаждают» свою фантазию потенциальному читателю, что, по нашему мнению, делать категорически запрещено, так как именно аспект фантазии, индивидуальности прочитанного для каждого – тот аспект, благодаря которому книга выделяется на фоне других видов массового искусства и может с ними конкурировать. Впрочем, говорить о том, что создателей буктрейлеров ведет некий «злой умысел», конечно, нельзя. Такой подход свидетельствует скорее о неспособности или нежелании разработки для данного вида деятельности нового, предназначенного только для него подхода. Именно поэтому современные буктрейлеры невозможно назвать сложившейся отраслью медиа.

Если говорить о видовых особенностях буктрейлеров, то следует выделить следующую классификацию [7]:

По способу визуального воплощения текста буктрейлеры могут быть:

1) игровые (минифильм по книге);

2) неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями и т. п.);

3) анимационные (мультфильм по книге).

Буктрейлеры можно классифицировать и по содержанию. Так, встречаются ролики:

1) повествовательные (презентующие основу сюжета произведения);

2) атмосферные (передающие основные настроения книги и читательские эмоции);

3) концептуальные (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

Как видно, буктрейлер, несмотря на большие идейные проблемы, пытается развиваться, расширяться, старается предоставить для каждой книги индивидуальное, выстроенные исключительно под нее воплощение. Такой подход может быть хорош с точки зрения маркетинга, однако пока для буктрейлера не будет найдена форма, присущая только ему, говорить о росте индустрии и нарастании ее влияния не приходится. Но огромный плюс для буктрейлера заключается в том, что, благодаря распространенности видеоредакторов и интернета, его может создать любой желающий. «Насколько такая новая форма медиакоммуникации, как буктрейлер, способна вернуть современное поколение к книге? Несомненно, важно, что создать буктрейлер теперь может практически любой обладатель компьютера: множество удобных и простых в освоении программ позволяют монтировать изображение и звук подобных роликов. Но подбор музыки, текста, иллюстраций, создание сюжета ролика – все это проявление новой читательской активности» [13]. Помимо доступности производства буктрейлера, следует отметить также и факт его восприятия, так как сегодня короткий видеоряд принимается аудиторией намного легче и охотнее, нежели статичные рекламные баннеры с большим количеством текста. «Буктрейлеры отражают клиповый характер современной культуры и удовлетворяют запросы современного читателя» [50]. Фактор восприятия – наиважнейший в рекламном деле, и буктрейлеры стали активно развиваться именно в тот период времени, в который было необходимо. Сейчас подобные ролики делают даже к журналам. И более того, в журнальных буктрейлерах сравнительно меньше экспериментов с актерами и графикой, и больше – поиска идеальной формы. «Это прежде всего преобладание содержательного компонента и постановочности, атмосферные буктрейлеры могут реализовывать свои задачи исключительно в начале существования издания. На наш взгляд, наиболее органичными в этом отношении являются буктрейлеры, преследующие определенную коммуникативную цель – рассказать о новом издании, донести до читателя круг основных проблем, к которым предполагается обращаться» [49].

Но с художественным произведением все несколько сложнее из-за многообразия подобных изданий, индивидуальных авторских и иллюстраторских подходов, идейной составляющей и прочего. И именно из-за подобной черты литературно-художественных изданий, создать к ним ролик, который, во-первых, сможет показать все содержательное многообразие произведения, а во-вторых, не будет отбирать у читателя исключительного права на индивидуальное познание всех книжных образов, очень сложно. Если некоторые западные студии по производству буктрейлеров, как нам представляется, смогли «нащупать» определенную нишу и развиваться в ней, при этом предлагая самые разные, вполне уместные приемы при производстве таких роликов, то отечественным еще далеко до совершенства. Впрочем, нельзя и не отметить тот факт, что клише и штампы в российских буктрейлерах, во всяком случае, предлагаемых профессиональными фирмами, понемногу сходят на нет. «Это позволяет надеяться, что буктрейлеры в нашей стране останутся самостоятельным жанром, индивидуальной аннотацией к понравившемуся произведению и войдут как оригинальный сопроводительный элемент в «пакет» книги электронной» [50]. Однако на сегодняшний день можно смело констатировать тот факт, что институт буктрейлера в нашей стране, как и в большей части мира, остается очень неизученным феноменом, который в современных коммуникативных реалиях необходимо совершенствовать.

* 1. Основные отличия ИФПТ от печатной книги. Преимущества и недостатки традиционных и инновационных форм подачи текста

Сегодня невозможно отрицать, что инновационные формы подачи текста способны предложить книжному потребителю несравнимо больший функционал, чем традиционные печатные издания. Это – абсолютно логичный итог многолетнего технологического развития электронных носителей и форматов. Более того, внедрение ИФПТ способно не только разнообразить читательский опыт, но и предоставить издательским службам лучший в сравнении с традиционным инструментарий для анализа и мониторинга рынка. «Роль электронных изданий в перспективе трудно переоценить, так как электронные книги в качественно новом аспекте помогут скорректировать выпуск всего ассортимента книжной продукции. Сегодняшние возможности рынка электронных книг, представленные крупнейшими игроками на нем – Amazon, Apple и Google – без увеличения операционных издержек для книгоиздателей могут отслеживать как частоту и продолжительность, так и характер интересующих произведений. Устройства для чтения книг iPad, Kindle Fire и Nook фиксируют, сколько раз пользователь открыл приложение, через какое время его закрыл. Следовательно, такие современные возможности создают для книгоиздателей новое видение на совершенствование издательского менеджмента» [35].

Пытаясь ответить на вопрос о ценностях электронных изданий и перспективах расширения их производства, В. А. Вуль еще в 2001 году сформулировал круг вопросов, от ответа на которые и зависело будущее ИФПТ [6]:

* увеличивается ли ценность книги в электронном варианте, а если да, то в каких случаях и с чем это связано;
* какие факторы влияют на качественные характеристики электронного издания с точки зрения читателя;
* достаточен ли уровень развития технических и программных средств создания электронной книги;
* насколько широко распространены индивидуальные и групповые средства для чтения электронных изданий;
* насколько сформировался рынок распространения электронных книг;
* какие нужны изменения в традиционном издательском бизнесе для успешного маркетинга и менеджмента электронных книг.

Практически на все из вышеобозначенных вопросов сегодня можно дать более чем точные и положительные ответы. Так с точки зрения читателя электронные книги предпочтительнее по целому ряду факторов, начиная от их «невесомости» и заканчивая расширенным инструментарием взаимодействия с текстом. Уровень развития технических и программных средств сегодня позволяет создавать электронные книги даже на дому людям, слабо смыслящим в издательских процессах. Средства чтения книг распространены очень широко, начиная от приложений на мобильных устройствах, и заканчивая веб-интерфейсами, встроенными в браузер. Рынок распространения электронных изданий и в нашей стране, и в остальном мире более чем сформирован, имеются даже разные подходы в предоставлении контента. А что касается изменений в традиционном издательском бизнесе для успешного маркетинга и менеджмента электронных книг, так и они уже произошли: в плане маркетинга можно выделить все растущее влияние SMM и интернет-рекламирования в целом, а в менеджменте – расширение роли аутсорсинга и фриланса в издательском бизнесе, развитие CRM-систем.

Однако на первый и, по нашему мнению, самый важный вопрос В. А. Вуля современное книгоиздание ответить по-прежнему не в состоянии. Сейчас многие эксперты затрудняются не только назвать аспекты, благодаря которым увеличивается ценность электронной книги, но и вообще не уверены в том, считать ли подобные издания в какой-либо мере ценными. О ценности печатного издания даже старшеклассник может написать небольшое сочинение-рассуждение, выделив для себя определенные приоритеты, будь то ценность эстетическая или памятная. В случае с электронной книгой все намного сложнее. Даже по теме ее сохранения сегодня ставятся серьезные вопросы. Понятно, что цифровая информация в теории способна храниться вечно, но на практике мы наблюдаем стремительное развитие носителей, благодаря которому уже сегодня может быть затруднительно считать информацию с тех же гибких магнитных дисков, популярных еще 20–25 лет назад. Современные ИФПТ сложно назвать продуктами более ценными, чем традиционная книга, и нельзя сказать, что в ближайшем будущем имеются серьезные перспективы на то, чтобы переломить данное положение. Ведь цифровые издания представляют собой по сути только содержание, текст в той или иной форме, а традиционные помимо внутренней и внешней оболочки имеют еще и некую духовную сущность. Печатные издания принято воспринимать не просто как текст, но и «как Книгу в символическом смысле» [8], как культурный феномен, сопровождающий нашу жизнь на протяжении многих сотен лет.

Однако несмотря на такой неутешительный для электронной книги фактор, она только набирает популярность. Более того, по словам генерального директора «ЛитРес» Сергея Анурьева, по состоянию на 2016 год «в среднем за полгода россиянин прочитывает семь электронных книг. Для сравнения: в год каждый может позволить себе купить 4–5 печатных книг» [12]. Важным фактором, обеспечившим цифровым изданиям такую популярность, является, безусловно, их ценовая политика. Причем это касается не только электронных изданий, но и аудиокниг. «По данным аналитиков, растет популярность аудиокниг. Они находят свою аудиторию, несмотря на дороговизну. Средняя стоимость аудиокниги – 180 рублей, электронной – 130. Зато романы и детективы можно слушать и за рулем, и на пробежке» [12]. Однако стоит учитывать, что сегодня цены на все цифровые продукты, в том числе электронные и аудиокниги, заметно выросли, в связи с введением так называемого «налога на Google».

Успеху ИФПТ способствуют как внешние факторы, вроде борьбы с пиратством, так и чисто внутренние особенности инновационных форм. Главной из них является технологичность данных видов изданий. «Увеличение и усложнение информационных технологий, появление мобильных смартфонов приучили нас воспринимать окружающую среду сквозь призму экранного образа» [26]. Более того, данный фактор указывает нам на ближайшие векторы развития книгоиздания, так как «уже несколько поколений выросло на принципиально новой культуре – культуре визуальной» [26]. В связи с этим стоит говорить и о распространении электронных изданий, и о появлении в тех же школах интерактивных книг, и о нарастающей роли буктрейлеров в современном книжном маркетинге. Сегодня для ИФПТ сложилось наилучшее время для стремительного развития.

Говоря о главных преимуществах инновационных форм подачи текста в сравнении с традиционными следует выделить и пояснить несколько важнейших в современных условиях аспектов. О сравнительной дешевизне цифровых изданий, аудиокниг и некоторых интерактивных книг мы уже не раз упоминали, и это – тот фактор, который не нуждается в дополнительных комментариях. Далее следует упомянуть о проблемах транспортировки и хранения традиционных изданий. Так электронные книги, в отличие от печатных, позволяют уместить целую библиотеку в одном компактном устройстве. Вдобавок ридеры или специальные приложения для чтения дают возможность подстроить любой текст под нужды пользователя: изменить яркость, размер шрифта, цветовую гамму, что очень удобно для людей с нарушениями функций зрения или при чтении в условиях недостаточной освещенности. Очень важно также упомянуть и о вопросе работы с текстом. «Проведите простой эксперимент: засеките, сколько понадобится времени, чтобы найти в бумажной версии «Мастера и Маргариты» точную фразу кота Бегемота со словом «примус». В случае электронной версии достаточно задать поиск по слову, и через секунду искомая фраза – в вашем распоряжении: «Не шалю, никого не трогаю, починяю примус…» [46]. Также в современных условиях жизненного темпа у многих людей нет возможности сходить за изданием в книжный магазин, а поэтому «мгновенная доставка» цифрового контента тоже играет важную роль для ИФПТ. «Вы приобретаете на Web-узле текст и сразу загружаете его. Поскольку вы получаете его в виде битов через Internet, а не в виде атомов через FedEx, любая книга может быть доставлена практически мгновенно» [42]. И последним важным фактором, о котором бы хотелось упомянуть, являются экологические преимущества электронных книг. Это – очевидный плюс, так как для производства цифрового издания не требуется какого-либо природного материала.

Впрочем, несмотря на такой богатый перечень преимуществ цифрового книгоиздания, нельзя сказать, что традиционное не способно ему что-либо противопоставить. Хотя действительно объективных противовесов здесь несравнимо меньше. Главным из них можно считать то, что «само по себе бумажное издание может быть произведением искусства. А вот файл таковым никогда не станет и, увы, не заменит эксклюзивные издания в кожаном переплете или томик любимых с детства сказок» [46]. Это один из тех ценностных факторов, о которых нами было упомянуто выше в данном параграфе. Действительно, для многих данный аспект до сих пор остается актуальным. Более того, если рассматривать книгу в качестве подарка, то ни о какой цифровой копии здесь речи быть не может.

В связи с вышеобозначенными позициями можно констатировать следующее утверждение: цифровое издание выигрывает именно с точки зрения информационной, в то время как печатное – с точки зрения эстетической, материальной. Поэтому в современных реалиях нельзя говорить о безоговорочной победе инновационной или традиционной формы. Для каждого вида литературы и для каждого отдельного потребителя существуют определенные требования к изданию, исходя из которых и будет отдаваться предпочтение. Такая позиция отражает понятие социально-коммуникативной неопределенности – «в условиях социальной коммуникации (при передаче информации) невозможно одновременно полно и точно описать достоинства и недостатки традиционной и электронной книги. В процесс коммуникации сделать это можно только приблизительно. «Приблизительно» означает, что каждой из сторон нужно идти на компромисс. Уступая в одном, выигрываешь в чем-то ином, не проиграв в целом» [25].

* 1. Современный опыт взаимодействия ИФПТ и печатных книг

Сегодня нельзя отрицать тот факт, что всемирная компьютеризация и интернетизация заметно видоизменили понятие «книги». Если ранее под книгой нами понимался некий печатный том, выполненный по определенным техническим требованиям, то сегодня те же термины электронная книга или интерактивная книга вступают в прямое противоречие с данным представлением. Цифровая техника в действительности заставляет нас пересмотреть привычное определение книги и книжного дела в целом. Вероятно, рано или поздно мы придем к тому, что понятия книги и цифрового текста фактически уравняются в правах, и под определением оных будет пониматься нечто, «что не является свободной, стихийной электронной коммуникацией, дающей право любому человеку выложить в Интернете плоды своих размышлений или творчества» [2]. На современном этапе развития цифровых технологий, электронную книгу уже следует рассматривать как социокультурное явление, в котором заложен новый способ деятельности, отвечающий требованиям информатизации общества.

В связи с этим встает вопрос о том, возможно ли внедрить электронное книгоиздание в привычную традиционную систему, модернизировать ее таким образом, чтобы и печатная, и цифровая книга могли в ней не только ужиться, но и взаимодействовать, дополнять друг друга? Ответ понятен уже сегодня. Невозможно отрицать тот факт, что напрямую или косвенно благодаря широкому распространению ИФПТ привычная схема книгоиздания видоизменилась, причем на всех стадиях.

«С прагматических позиций можно выделить ряд основных направлений взаимодействия электронной книги и «традиционной книги», электронного издательского дела и бумажного книгоиздания. Во-первых, существует область, где возможна диверсификация (разнообразие) носителей, то есть электронная и бумажная продукция вполне могут конкурировать и дополнять друг друга (например, в учебной, научной, справочно-энциклопедической издательской деятельности). Во-вторых, можно указать на электронную коммерцию, успешно используемую, прежде всего, для продажи традиционных книг. Третье направление – это издательские веб-презентации (сайты), реализующие разнообразные издательские стратегии. Фактически два последних направления определяют функционирование книгоиздательской инфраструктуры, представленной в Сети с сопутствующими формами электронной дистрибуции. Четвертое направление связано с перспективами технологий «печати по требованию» [14]. Данное суждение Л. В. Зимина представила еще в 2004 году, и оно остается актуальным даже сегодня по всем позициям. Однако главное, что исследователь продвигает в своих многочисленных работах на данную тему – электронная книга не является «убийцей» печатной продукции. Это скорее некая «реинкарнация» привычной книги и перспективнейшая область книгоиздания.

Так мы уже сегодня можем наблюдать, как практически уравнялись в сознании потребителей печатные и электронные версии литературно-художественных изданий, постепенно, вследствие введения электронных учебников, идет к этому и учебная литература. Цифровая коммерция, в книжной отрасли получившая заметный стимул именно при широком распространении ИФПТ, сегодня практически не отделима от традиционной. Издательские интернет-структуры, будь то информационный сайт или онлайн-магазин, играют заметную роль как с коммерческой, так и с имиджевой точек зрения. А благодаря развитию мини-типографий и «печати по требованию», сильнейший толчок получили направления электронного самиздата и напрямую связанного с ним книжного краудфандинга. Последний, к слову, также можно косвенно считать итогом распространения ИФПТ, но только косвенно, так как книжный краудфандинг сегодня не является приоритетной структурой для получения финансирование на производство книжной продукции, в отличие от IT или видеоигровой сфер. Книжный краудфандинг оформился скорее как реакция на успех краудфандинговой индустрии в целом.

Выстраивание взаимодействия принципов ИФПТ и традиционного книгоиздания в нашей стране началось около 10 лет назад. Так в 2008 году издательство «Олма медиа групп» вложилось сразу в несколько интернет-порталов, в том числе создав полноценную редакцию для генерации цифрового контента. Иные издательские структуры, например, «Альфа-книга», предоставляют на собственных сайтах электронные версии отрывков готовящихся к выпуску произведений и даже располагают собственным онлайн-магазином электронных книг. Подобные тенденции постепенного освоения отечественными книгоиздателями цифровых технологий в 2008 году объяснил председатель правления Ассоциации распространителей печатной продукции Александр Оськин: «Система Amazon, к примеру, представляет 169 тыс. книжных наименований в электронной версии, такой объем книг перетягивает читателей в сеть» [8]. Когда возникший вокруг электронных книг ажиотаж не стал единовременной вспышкой интереса, а наоборот, начал стремительно нарастать, всем стало очевидно, что упущение такой площадки может сулить серьезными экономическими потерями.

В современных реалиях все более актуальной при рассмотрении точек взаимодействия традиционного и электронного книжного дела становится концепция так называемого «гибридного книгоиздания». Такая модель сочетает в себе как традиционные функции, так и новые технологии, благодаря чему можно назвать целью гибридного книгоиздания сбор, сохранение, смысловую обработку и предоставление необходимого печатного и электронного содержания потребителям [32]. Так подобная система способна контролировать не только традиционные этапы подготовки изданий, вроде редактирования и печати, но и новые, затрагивающие создание электронного контента, его публикации и семантического анализа текста. Более того, подобный комплекс подсистем касается как предпечатных и печатных процессов, так и занимается маркетингом, рекламой и распространением продукции. Система гибридного электронного книгоиздания интересна в первую очередь тем, что аккумулирует всеми необходимыми в современных реалиях процессами книгоиздания, сразу создавая электронные публикации на основе поступающих из препринта документов, обрабатывая их DRM-программами, автоматически классифицируя материалы по содержанию, автору, тематике и прочим свойствам, а также специальными алгоритмами анализируя ситуацию на рынке, на основе полученных данных мониторя необходимый сегмент, осуществляя логистику. Такая модель «предоставляет конкретные рыночные преимущества издателям, которые ее используют, так как позволяет не только подготавливать и распространять электронные издания, но и выполнять эти функции по поручению других издательств <…> система семантического анализа значительно расширяет возможности персонализированного предоставления э-контента и, в значительной степени, решает проблемы, связанные с маркетингом и менеджментом электронных публикаций» [32]. Таким образом, модель гибридного электронного книгоиздания позволит издательствам извлекать максимальную пользу при распространении э-контента.

Иным видом взаимодействия традиционного и электронного книгоиздания можно считать создание библиотек нового типа. Первым значительным изменением для подобных библиотек станут условия хранения томов. Как известно, традиционным библиотекам необходимо владеть большой площадью для хранения огромных книжных масс. В связи с серьезным падением интереса к таким библиотекам, сегодня им приходится как никогда сложно с финансовой точки зрения, в связи с чем многие учреждения постепенно закрываются (подобные проблемы уже коснулись и книжных магазинов). В библиотеках нового типа, работающих с электронными изданиями, таких тяжелых обстоятельств, вероятно, не возникнет, так как для складирования продукции им не необходимо иметь столь серьезные площади, ведь для хранения цифрового материала достаточно иметь серверную с некой центральной базой данных, доступ к которой может обеспечить условный смартфон. Более того, такую «библиотеку» вполне можно сделать частью практически любого заведения, будь то кафе, кинотеатр или поликлиника.

Вторым нововведением в подобных библиотеках могут стать своеобразные электронные читальные залы, оснащенные компьютерами, планшетами, терминалами или специально запротоколированной Wi-Fi сетью. При этом не встанет серьезной проблемой вопрос оплаты данных услуг или сохранности цифровых данных: «чтение книги может быть бесплатным (либо с чисто «символической» платой за библиотечный абонемент), но без возможности копирования текста: терминалы будут попросту лишены соответствующих аппаратных средств (разве что кто-то попытается переснимать страницы с экрана цифровым фотоаппаратом, но вряд ли такое «копирование» станет особо массовым), а в Интернете уже наработаны технологии, защищающие содержимое web-страницы от копирования / сохранения в файл по крайней мере стандартными средствами» [44].

Третьим аспектом для библиотек нового типа может быть их частичное совмещение с книжным магазином. Более того, подобные эксперименты уже проводились в рядах стран, в том числе и у нас, когда в метро появлялись плакаты с QR-библиотекой электронных книг. Чтобы скачать такие издания достаточно просто отсканировать камерой мобильного устройства своеобразный штрих-код – и вам сразу же предоставят ссылку на выбранный продукт, где его можно прочитать и купить.

Как видим, взаимодействие ИФПТ и традиционного книгоиздания способно не только породить некие новые понятия в издательской практике, но и существенно модернизировать имеющиеся. Все это говорит о том, что инновационные и традиционные формы подачи текста редко вступают в прямые противоречия. Они существуют согласовано, занимая определенные ниши, предлагая свои более предпочтительные в той или иной ситуации решения. При этом электронное и печатное книгоиздание серьезно дополняют друг друга по многим аспектам, начиная от создания текста и заканчивая логистическими и маркетинговыми процессами. Данные нюансы необходимо учитывать в сложившейся новейшей книгоиздательской формации, где печать неотделима от цифры, и стараться искать новые пути взаимодействия данных форм книги.

Проведенное в заключительной главе исследование позволило нам проследить связь традиционных и инновационных форм подачи текста, изучить особенности их взаимодействия, обозначить важнейшие преимущества и недостатки каждой отрасли, а также рассмотреть новейшие книгоиздательские тренды, порожденные внедрением ИФПТ. Благодаря полученным результатам нам удалось в полной мере рассмотреть вопрос о влиянии инновационных форм подачи текста на современное отечественное книгоиздание и сформулировать ряд тезисов, которые позволят российской издательской индустрии более эффективно реализовывать свои цели в сложившейся системе медиакоммуникаций.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей дипломной работе был рассмотрен вопрос о влиянии инновационных форм подачи текста на современное отечественное книгоиздание. На сегодняшний день невозможно переоценить роль ИФПТ на российском и мировом издательском рынке. Электронное книгоиздание диктует важные тренды, находящие место и в традиционном, во-многом определяет производственные и маркетинговые процессы в отрасли. Таким образом, инновационные формы подачи текста сегодня оказывают значительное воздействие на издательское дело, помогая развивать индустрию в прогрессивном направлении.

Цель заключалась в определении тенденций на современном книгоиздательском рынке, проведении анализа актуального места инновационных форм подачи текста в отрасли и формулировке основных методов их усовершенствования и внедрения в традиционное издательское дело. Для достижения указанной цели работой был решен ряд поставленных задач:

1. Методично раскрыто понятие инновационных форм подачи текста, а также рассмотрена история его появления и специфика данного феномена.
2. С опорой на статистические данные и мнения уважаемых экспертов проанализировано положение электронной, интерактивной и аудиокниги на рынке, сформулирована основная проблематика отрасли.
3. Классифицированы основные виды ИФПТ и определены важнейшие методы их внедрения в современное общество.
4. На примерах выявлена связь традиционного и электронного книгоиздания, разработаны пути решения проблем их взаимодействия, а также рассмотрены актуальные тренды книжного производства.
5. На основе объективных данных спрогнозировать возможные сценарии плодотворного использования ИФПТ в современном мире.

В работе планомерно сформулирована суть термина «инновационная форма подачи текста», который определен как новый, опирающийся на развитие техники и технологии, способ интерпретации традиционного текстового материала. Были изучены основные вехи развития главных видов ИФПТ и с опорой на это знание определены основные особенности электронной, интерактивной и аудиокниги, выделены наиболее предпочтительные рыночные ниши и особенности, на которые разработчикам инновационных форм подачи текста необходимо делать главный упор.

В рамках работы, на базе новейших статистических данных и общественного мнения, проанализировано современное положение ИФПТ на российском и мировом рынках. Благодаря объективным показателям, высказываниям экспертов и собственным выводам обозначена основная проблематика инновационных форм подачи текста, даны рекомендации, способные качественно и количественно продвинуть ИФПТ в массы, главной из которых следует считать технологическое развитие форматов и носителей, а также осваивание отдельными видами ИФПТ новых жанров литературы.

Нам удалось внедрить классификацию инновационных форм подачи текста, выделяя особенности и ключевые отличия каждого вида. Также на основе данных из авторитетных источников дана оценка возможностям каждой инновационной формы подачи текста в современных реалиях, сформулированы методы внедрения электронных, интерактивных и аудиокниг в общество, приведены и обоснованы знаменательные положительные примеры следования данным методам, в числе которых важное место занимает активная деятельность читателей-энтузиастов.

Автором дипломной работы выделены главные формы существующего и возможного взаимодействия электронного и традиционного книгоиздания, важнейшими из которых определены изменение схемы традиционного книгоиздания за счет внедрения интернет-площадок по продаже изданий и взаимодействию с потребителями, развитие гибридного книгоиздания и библиотек нового типа, рассмотрены пути решения возникающих при слияния традиционного и электронного издательского дела проблем. Также выделены и рассмотрены новейшие тренды, порожденные развитием ИФПТ: цифровой самиздат, сетевые издательства, буктрейлеры и внедрение традиционного книгоиздания в систему массмедиа.

Опираясь на объективные данные и сформулированные в ходе исследования выводы, в работе определены возможные сценарии плодотворного использования ИФПТ в современном мире. Так нами были сформулированы прогнозы по каждому виду инновационных форм подачи текста. Благодаря мониторингу авторитетных источников, автор спрогнозировал продолжение наращивания доли электронных книг в России. Основываясь на данных о продажах аудиокниг и обосновании тенденции к синтезу книжной и посткнижной культуры, сделан прогноз на улучшение состояния аудиокниг. Также с опорой на знаковые примеры производства и внедрения интерактивных книг в школы, спрогнозировано будущее и данного вида ИФПТ.

Таким образом, задачи решены в полном объеме, а цель – определить тенденции на современном книгоиздательском рынке, проанализировать актуальное место инновационных форм подачи текста в отрасли и сформулировать основные методы их усовершенствования и внедрения в традиционное издательское дело – достигнута. Результаты, изложенные последовательно по каждой задаче, позволяют оценить законченность и полноту проведенного исследования.

Подводя итог исследованию, касающемуся влиянию инновационных форм подачи текста на современное отечественное книгоиздание, нами сделан вывод о том, что актуальный уровень развития издательского дела и технологий в целом предрасполагает к развитию и внедрению ИФПТ во многие сферы книгоиздательской отрасли. В меняющихся условиях рынка игнорировать роль инновационных форм подачи текста издателям невыгодно, в связи с чем мы уже сегодня можем наблюдать ряд знаковых тенденций в модернизации традиционно консервативной в нашей стране книжной индустрии. Полученные в ходе исследования выводы и сформулированные рекомендации призваны помочь российскому издательскому делу более качественно ориентироваться в сфере ИФПТ, а также повысить его конкурентоспособность на мировом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ализар А. А. E Ink представила первую в мире полноцветную электронную бумагу // Geektimes [Электронный ресурс]. URL: <https://geektimes.ru/post/276354/> (дата обращения: 16.12.2016).
2. Андреева Н. Н. Традиционная и электронная формы книги: проблема их взаимодействия в современной культуре // Царскосельские чтения. – 2014. – № 18. – С. 130–136.
3. Бабицкий А. Б. Бумага жива: Почему книги крупнейших издательств мира продаются все лучше [Электронный ресурс] // Секрет Фирмы. URL: <http://secretmag.ru/longread/2016/09/26/books/> (дата обращения: 16.12.2016).
4. Воронова М. А. Книга против электронной «читалки» [Электронный ресурс] // Независимая газета. URL: <http://www.ng.ru/scenario/2014-11-25/15_book.html> (дата обращения: 1.11.2016).
5. Воропаев. А. Н. Электронное чтение в России: опыт исследования // Университетская книга. – 2012. – январь–февраль. – С. 36–42.
6. Вуль В. А. Электронные издания. – СПб. : БХВ-Петербург, 2003. – 560 с.
7. Гильмутдинова Е. В. Буктрейлер: понятие, классификация, этапы создания [Электронный ресурс] // Централизованная библиотечная система г. Апатиты. URL: <http://apatitylibr.ru/index.php/2014-07-15-10-43-04> (дата обращения: 8.11.2016).
8. Гончарова О. Н. Книгоиздатели хранят деньги в журналах [Электронный ресурс] // Коммерсант.ru. URL: <http://kommersant.ru/doc/1020769> (дата обращения: 1.11.2016).
9. Гуськова С. В. Современное книгоиздание: проблемы и перспективы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2013. – № 11 (127). – С. 1–6.
10. Даренский В. Ю. Может ли интернет заменить книгу? (заметки философа) // Future Human Image. – 2014. – № 1. – С. 183–194.
11. Доцук Д. С. Чему еще учат в Школе детской книги [Электронный ресурс] // Дарья Доцук. URL: <http://www.dariadotsuk.ru/1041108310861075/14> (дата обращения: 16.12.2016).
12. Жукова А. А. Роман интереснее в онлайн [Электронный ресурс] // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2016/06/27/v-rossii-na-tret-vyrosli-prodazhi-elektronnyh-knig.html> (дата обращения: 30.10.2016).
13. Загидуллина М. В. Новые формы медиакоммуникации: буктрейлеры к «Евгению Онегину» // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2013. – № 4 (2). – С. 54–58.
14. Зимина Л. В. Взаимодействие электронных технологий и традиционного книгоиздания // Современные издательские технологии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти : моногр. – М. : Наука, 2004. – 313 с.
15. Зорина С. Ю. Профессиональная и образовательная книга в электронном формате: продукт, дистрибуция, модели развития // Книжная индустрия. – 2013. – № 9. – С. 10–15.
16. Ильницкий А. М. Книгоиздание в современной России. – М. : Вагриус, 2002. – 53 с.
17. История аудиокниги в датах [Электронный ресурс] // Abookclub.ru. URL: http://abookclub.ru/audioknigi/detail.php?ID=12002 (дата обращения: 9.12.2016).
18. История электронной книги (1963–2014) [Электронный ресурс] // Nahs.haus. URL: <http://nahshaus.ru/istoriya-elektronnoy-knigi/> (дата обращения: 10.11.2016).
19. Карасев С. В. Samsung: гибкие смартфоны могут появиться в 2016 году // 3Dnews [Электронный ресурс]. URL: <http://www.3dnews.ru/911479> (дата обращения: 16.12.2016).
20. Книгоиздание в эру глобализации [Электронный ресурс] // Mumidol. URL: <http://mumidol.com/knigi/knigoizdanie-v-eru-globalizacii> (дата обращения: 10.11.2016).
21. Книжный рынок России. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад / под общ. ред. В. В. Григорьева. – М. : Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2016. – 101 с.
22. Кобзева М. Н. Современные проблемы и тенденции развития книгоиздания в России : автореф. дис. … канд. фил. наук / Кобзева Мария Николаевна. – М., 2010. – 18 с.
23. Козлова Е. И. Теоретические и практические аспекты развития электронного книгоиздания // Международная научная конференция «Научная книга на постсоветском пространстве», 19–21 сент. 2007 г. / сост. Д. Н. Бакун, М.А. Ермолаева. – М. : Наука, 2007. – С. 26–29.
24. Количество пользователей интернета в России [Электронный ресурс] // Интернет в России и в мире. URL: <http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151> (дата обращения: 1.11.2016).
25. Леонов В. П. Об изучении связи печатной книги и электронной // Библиотеки национальных академий наук: проблемы функционирования, тенденции развития. – 2009. – № 7. – С. 256–264.
26. Маркова Т. Б. Чтение как составная образа жизни: бумажная книга и/или электронный текст // Библиосфера. – 2013. – № 4. – С. 7–15.
27. Мельников О. Н., Машнинова. Ю. В. Электронные книги, газеты и журналы (проблемы восприятия потребителем новой формы и содержания информационного экономического продукта) // Научная периодика: проблемы и решения. – 2011. – № 6. – С. 31–34.
28. Миллер А. А. Использование электронной книги (электронного учебника) в обучении курсантов техническим дисциплинам // Мир науки, культуры, образования. – 2010. – № 3. – С. 161–162.
29. Михайлов К. Н. Книгоиздание в XXI веке: как интернет и информационное общество повлияли на старейшее медиа [Электронный ресурс] // Планета СМИ. URL: <http://planetasmi.ru/izdatelskij-biznes/29342-knigoizdanie-v-xxi-veke-kak-internet-i-informatsionnoe-obshchestvo-povliyali-na-starejshee-media> (дата обращения: 10.11.2016).
30. Назариева Л. А. Мировой издательский бизнес уходит в цифровой океан // Университетская книга. – 2015. – июль-август. – С. 86–88.
31. Новая бизнес идея: разработка и продажа интерактивных книг [Электронный ресурс] // Новые бизнес идеи. URL: <http://nbiplus.com/idea/novaya-biznes-ideya-razrabotka-i-prodazha-interaktivnyh-knig> (дата обращения: 3.11.2016).
32. Павловская Е. Г., Миланова М. А. О модели гибридного электронного книгоиздания // Библиосфера. – 2013. – № 4. – С. 16–19.
33. Петропавловская Ю. А. Интеграция книгоиздания в систему массмедиа: опыт зарубежных и отечественных издательских структур [Электронный ресурс] // Медиаскоп. URL: <http://www.mediascope.ru/?q=node/1511> (дата обращения: 7.11.2016).
34. Популярность электронных книг в России в 2016 году достигнет европейского уровня [Электронный ресурс] // Газета.ру. URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2016/05/31/n_8704259.shtml> (дата обращения: 30.10.2016).
35. Пухнатый Ф. А. Современные проблемы и тенденции развития книгоиздания в Российской Федерации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2012. – № 3 (104). – С. 277–285.
36. Роскомнадзор: аудитория Rutracker после блокировки сократилась на 30% [Электронный ресурс] // Geektimes.ru. URL: https://geektimes.ru/post/270440/ (дата обращения: 26.09.2016).
37. Рынок электронных книг в России и мире [Электронный ресурс] // JSON.TV. URL: http://json.tv/ict\_telecom\_analytics\_view/rynok-elektronnyh-knig-v-rossii-i-mire-20141013030400 (дата обращения: 26.09.2016).
38. Сетевые издательства и повышение роли электронной информации / пер. А. В. Максаковский [Электронный ресурс] // Полиграфист и Издатель. URL: <http://publish.ruprint.ru/stories/8/29_1.php> (дата обращения: 1.11.2016).
39. Ситуация по России: электронные учебники в школах [Электронный ресурс] // Newtonew.com. URL: https://newtonew.com/analytics/e-books-at-russian-schools (дата обращения: 27.09.2016).
40. Скворцова Е. А. Он дал возможность читать тем, кто не видит // С уважением к памяти. – 2012. – № 1 (41). – С. 7.
41. Соснина А. М. Интерактивная книга: как мобильные устройства меняют лицо книги [Электронный ресурс] // Pro-books.ru. URL: <http://pro-books.ru/sitearticles/16423> (дата обращения: 3.11.2016).
42. Терентьев И. А. Могут ли электронные книги заменить издания на бумаге? [Электронный ресурс] // Computerworld Россия. URL: <http://www.osp.ru/cw/1999/39/37950/> (дата обращения: 1.11.2016).
43. Турабаева Л. К., Абдикеримова Г. А., Танабаева Г. У. и др. Электронные книги и их применение / Л. К. Турабаева, Г. А. Абдикеримова, Г. У. Танабаева, Л. А. Ирсимбетова // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 7. – С. 67–69.
44. Усенков Д. Ю. Книга бумажная и электронная: немного о будущем книгоиздания // Информатика. – 2009. – № 22. – С. 29–33.
45. Хлопунова О. В., Будников А. Д. Рынок электронных книг России: современное состоянии, проблемы и перспективы развития // Вопросы экономики и управления. – 2017. – № 1. – С. 60–62.
46. Что лучше: печатная книга или электронная? [Электронный ресурс] // Infokava. URL: <http://infokava.com/202-chto-luchshe-pechatnaya-kniga-ili-elektronnaya.html> (дата обращения: 1.11.2016).
47. Чукреева М. А. Аудиокнига в современном мире // Человек в мире культуры. – 2014. – № 2. – С. 23–25.
48. Чукреева М. А. Аудиокнига как неотъемлемый элемент культурного наследия // Человек в мире культуры. – 2014. – № 4. – С. 47–49.
49. Шевцова Н. В. Буктрейлеры к периодическим изданиям: перспективы развития жанра // Вестник Челябинского государственного университета. – 2015. – № 5 (360). – С. 291–296.
50. Шевцова Н. В. Отечественные буктрейлеры: проблема эффективности коммуникативной тактики // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 22 (313). – С. 293–296.
51. Шнайдер А. С. Краткая история электронных книг [Электронный ресурс] // Publish. URL: <http://www.publish.ru/articles/201010_15518698> (дата обращения: 8.11.2016).
52. Электронная книга для слепых со шрифтом Брайля [Электронный ресурс] // Geektimes. URL: <https://geektimes.ru/post/228269/> (дата обращения: 16.12.2016).
53. Электронное книгоиздание в России (2016). Итоги пятилетки [Электронный ресурс] // Новости электронного книгоиздания. URL: <http://www.digital-books.ru/archives/4251> (дата обращения: 1.02.2017).