

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Кубанский социально-экономический институт

Кафедра журналистики и издательского дела

КУРСОВАЯ РАБОТА

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИЗГОТОВЛЕНИЯ
ЭЛЕКТРОННЫХ ИЗДАНИЙ**

Студент _____ Тихонов В.В.

Научный руководитель
старший преподаватель _____ Харченко И.В.

Нормоконтролер
старший преподаватель _____ Харченко И.В.

Краснодар
2015

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1 Специфика электронных изданий	6
1.1 Общая характеристика электронных изданий	6
1.2 Электронные издания: исторический аспект	13
1.3 Особенности дизайна электронных изданий	15
2 Перспективные способы разработки электронных изданий	19
2.1 Анализ популярных форматов электронных изданий	19
2.2 Потенциал использования кроссплатформенных электронных форматов	23
2.3 Возможность достижения симбиоза бумажных и электронных изданий	27
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	30
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	32

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Активное распространение новых форм представления традиционных видов книг, периодики, изобразительных материалов обусловлено расширяющимися возможностями информационных технологий. Новые технологии и электронные издания стали формировать новую коммуникационную среду – электронную. Это привело к противоречию между традиционными формами деятельности и новыми технологическими тенденциями. Даже библиотеки уже не могли игнорировать все возрастающий поток электронных публикаций, поступающий в их фонды или доступный через Интернет. Кроме того, они сами стали генераторами электронных изданий. Поэтому появилось ряд проблем, требующих решения, в число которых вошли вопросы изучения электронных изданий и перспектив их развития.

Степень разработанности. Как новообразование в мире книгоиздания электронная книга находится на стадии активного изучения и разработки. Изучением природы электронных изданий занимались многие отечественные и зарубежные ученые. Среди них В.А. Вуль, чей учебник в настоящее время можно считать основным по курсу «Электронные издания», Р.С. Гиляревский с работой «О тенденциях развития электронных изданий» и др. В 2001 году был утвержден ГОСТ 7.83-2001 «Электронные издания. Основные виды и выходные сведения».

Объект исследования – электронные издания.

Предмет исследования – технологии изготовления электронных изданий.

Цель исследования состоит в изучении особенностей и перспектив развития технологий изготовления электронных изданий.

Для достижения цели необходимо решить следующие задачи исследования:

- дать общую характеристику электронных изданий и рассмотреть историю их развития;
- выявить особенности дизайна электронных изданий;
- определить перспективные способы разработки электронных изданий;
- провести анализ популярных форматов электронных изданий;
- определить потенциал использования кроссплатформенных электронных форматов.

Методологической базой выступили теоретические труды В.А. Вуль, «Электронные издания», Р.С. Гиляревского, В. Н. Агеева [24], Л. И. Алешина [11], А. Б. Антопольского [12] и А. О. Адамьянца [25], К. В. Вигурского, В. А. Буля [14], В. М. Гасова и А.М. Цыганенко.

Методы исследования определяются спецификой предмета изучения и поставленными задачами. В ходе исследования для организации материала использовались описательный, сравнительный, культурно-исторический методы научного познания.

Теоретическая значимость и новизна исследования обусловлена систематизацией материалов по проблемам существования и перспектив развития технологий изготовления электронных изданий.

Практическая значимость состоит в том, что результаты проведенного исследования могут использоваться в практике преподавания по соответствующим дисциплинам, а также могут быть полезны при создании электронных изданий.

Структура работы. Работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

В первой главе рассматриваются проблемы специфики электронных изданий, дается общая характеристика, исторический аспект, выявляются особенности дизайна электронных изданий.

Вторая глава посвящена вопросам разработки электронных изданий, анализу популярных форматов, потенциалу использования

кроссплатформенных электронных форматов, особое внимание уделено возможности достижения симбиоза бумажных и электронных изданий.

1 Специфика электронных изданий

1.1 Общая характеристика электронных изданий

Общеизвестное определение электронного издания звучит как электронный документ (или группа электронных документов), прошедший редакционно-издательскую обработку, предназначенный для распространения в неизменном виде, а также имеющий выходные сведения. Согласно ГОСТ Р 7.0.83-2013 существуют различные виды электронных изданий, различаемые по наличию печатного эквивалента и по природе основной информации

Также электронное издание должно быть зарегистрировано в ФГУП НТЦ «Информрегистр» в установленном порядке. Электронное издание может быть в форме web-ресурса или распространяться на электронном носителе информации (CD, DVD или flash). К электронным изданиям можно отнести мультимедиа-библиотеки, электронные журналы, книги, фотоальбомы и прочие продукты, изданные на CD (DVD) носителях или распространяемые через интернет.

При разработке электронных изданий следует использовать возможности, предоставляемые электронной формой передачи информации. Лучшей иллюстрацией является web-сайт. При разработке электронного издания также необходимо продумать структуру, систему навигации, дизайн, размещение информации и т. д. Электронное издание может быть периодическим (электронный журнал, серия книг и т. п.).

Книга или статья может быть опубликована и в формате HTML как страница WEB-сайта. Однако, если это научная или учебная статья, то желательно иметь PDF-версию. Особенно такая версия удобна для категории читателей, предпочитающих читать текст на бумаге. Полноценное электронное издание должно содержать гиперссылки, элементы

мультимедиа, элементы интерактивности. Конечно, не всё это может быть воспроизведено на бумаге.

Хорошее электронное издание в полном объеме может существовать только на электронном носителе информации или в Интернете. Но очень хорошее электронное издание обязано иметь версию для печати. Подготовка текста, оформление текста электронного издания заметно отличается от оформления печатной версии.

Следует учитывать специфику чтения текста с экрана. Это и выбор шрифта (гарнитуры, размера) и межстрочного интервала и общая компоновка страницы. Для того, чтобы создать читателю комфортные условия, полезно использовать все преимущества электронного формата представления данных. Например, цвет в оформлении текстового документа, возможность увеличения изображения и т. п. Особенно важно наличие гиперссылок и всплывающих подсказок.

Существует перечень требований и особенностей электронного издания. Как и любое издание, электронное издание должно иметь ISBN (ISSN для периодических изданий). Для включения электронного издания в Перечень изданий ВАК, необходим и номер государственной регистрации в НТЦ «Информрегистр».

Помимо этого, электронное издание должно иметь средства автозапуска, если используется CD- или DVD-носитель. Электронное издание должно иметь систему навигации, меню, как это принято для web-ресурсов. Желательно наличие гиперссылок в самом документе. При оформлении библиографического описания на электронное издание на сайте необходимо указать название материала - заголовок HTML - страницы или другого документа, сведения об ответственности, если имеется (ответственный редактор и т.п), а также обозначение, которое согласно ГОСТу используется для указания того издания, в котором опубликован материал, т. е. в данном случае, на сайт.

Помимо этого указывается название сайта в том виде, в каком оно указано в шапке сайта (не URL), слово «URL» и адрес страницы. Указываются сведения о дате обращения (дате посещения) данной страницы. Эта дата информирует читателя о том, когда данный материал можно было прочитать на сайте.

Приведем общепринятую типологию электронных изданий согласно ГОСТ Р 7.0.83-2013. По наличию печатного эквивалента электронный аналог печатного издания: электронное издание, в основном воспроизводящее соответствующее печатное издание (расположение текста на страницах, иллюстрации, ссылки, примечания и т.п.). Самостоятельное электронное издание: электронное издание, не имеющее печатных аналогов. По природе основной информации: текстовое (символьное) электронное издание – электронное издание, содержащее преимущественно текстовую информацию, представленную в форме, допускающей посимвольную обработку.

Изобразительное электронное издание: электронное издание, содержащее преимущественно электронные образы объектов, рассматриваемых как целостные графические сущности, представленных в форме, допускающей просмотр и печатное воспроизведение, но не допускающей посимвольной обработки.

Классификация электронных изданий может вестись по нескольким признакам. Наиболее существенными из них нам представляются следующие: периодичность издания, круг потребителей продукции, вид издания, способ распространения, формат издания.

Круг потребителей продукции или круг пользователей электронных изданий достаточно широк и разнообразен. К ним можно отнести учащихся, использующих электронные учебники, туристов и посетителей музеев, которые с помощью электронных изданий могут совершать виртуальные путешествия и осмотр памятников культуры, специалистов, использующих

справочные и иные пособия по своей специальности, детей, «посещающих» мультимедийные виртуальные спектакли и т. д.

Эти издания распространяются преимущественно на компакт-дисках и рассчитаны на мультимедийный компьютер. Научные и технические издания, преимущественно периодические, рассчитаны на широкий круг научных работников, специалистов и преподавателей и становятся все более популярными, главным образом благодаря опережающей, по сравнению с печатными изданиями, возможностью ознакомления с ними, а также в связи с большей простотой и дешевизной получения информации, простоте ее извлечения и возможности контекстного просмотра авторских ссылок и сопутствующих материалов.

Сопутствующими для всех рассмотренных выше разновидностей электронных изданий являются рекламные материалы. В большинство электронных изданий, как, впрочем, и в печатные, вкрапляется реклама в самых различных формах. Самая простая и естественная из этих видов - реклама фирмы, производящей данное электронное издание, включающая в себя как минимум информацию о других электронных изданиях данного профиля, выпущенных или подготавливаемых к выпуску этой фирмой.

В периодических электронных изданиях реклама автоматически переносится со сверстанных страниц оригинала в электронное издание. В изданиях, распространяемых по глобальным сетям, само оформление сайтов, страниц и интерфейсов уже содержит рекламные элементы, в частности, анимационные.

Виды изданий, разнообразие которых уже затронуто в классификации по предыдущему признаку, тесно связаны с кругом пользователей. Здесь можно ограничиться признаками периодичности и тематической области, к которой издание относится. Ежедневные и еженедельные издания распространяются практически только в сетевых средах, причем они могут, в частности, распространяться путем рассылки, т. е. полное издание, а чаще - отдельные его тематические рубрики принудительно посылаются тем пользователям,

которые на них подписались. По тематической области круг электронных изданий достаточно широк. Так, на невещественных носителях распространяются:

- учебные пособия (обучение иностранным языкам, конспекты лекций, методические указания по выполнению практических и лабораторных работ, тексты рефератов и докладов и пр.);

- научные журналы (как правило, подборка из нескольких выпусков журналов вместе с программными пакетами и сопутствующими рекламными материалами);

- детские издания в форме мультимедийных сценариев сказочного, приключенческого, литературно-художественного и обучающего типа;

- художественная и научно-популярная литература (обычно в PDF-формате или в архивированной форме);

- энциклопедические и справочные издания, иногда многотомные, в том числе аналоги ранее изданных энциклопедий, например Grolier, Laruss, и специфически компьютерные – интерактивный атлас мира, географический справочник, атлас автомобильных дорог и пр.

В электронном виде создаются сейчас и другие справочно-картографические системы. Для многих крупных городов они уже созданы и позволяют не только найти нужное здание по известному адресу, но и оптимизировать маршрут до места назначения. В сетевых средах, например в сети Интернет, распространяются электронные издания преимущественно периодические, в частности:

- не только отдельные учебные пособия, но и целые учебные циклы для дистанционного обучения и самостоятельного изучения;

- исключительно широкий круг научных, научно-популярных и технических журналов, начиная с компьютерных (ComputerWorld, ComputerWeek/Moskow, CompuLog и др.) и сетевых (InternetJournal, CrazyWeb, LANMagazine) и заканчивая музыкальными и игровыми;

- общественно-политические журналы, например, широко известный «Огонек»;
- литературно-художественные издания, в том числе журналы («Новый мир», «Иностранная литература», «Октябрь», «Арт-Петербург», причем последний представляет собой культурный альманах, существующий только в Интернете), «Литературная газета» и пр.;
- библиографические указатели и рефераты типа BookReview и электронной библиотеки службы «ИНФОМАГ»;
- газеты (например, «Аргументы и факты», «Аномалия», «Вести», «Вечерний Минск», «Натали», «Известия», «Учительская газета»);
- развлекательные издания («Знакомства», «Вечерний клуб», «Пятое колесо», «Вера, Надежда, Любовь»);
- специализированные рекламные издания, в том числе «Центр-Плюс», «Реклама-Шанс».

По способу распространения все электронные издания можно разделить на две большие группы, а именно:

- распространяемые на физических носителях, преимущественно компакт-дисках;
- распространяемые в сетевых средах, как локальных (например, сетевая электронная библиотека учебного института), так и глобальных.

Так же как и печатные, электронные издания могут быть классифицированы по формату. Однако если в печатном издании формат характеризует физические размеры издания, то в электронном издании формат описывает то, каким образом в файле представлена информация, содержащаяся в данном издании.

В отличие от традиционных изданий, электронные публикации существенно, скажем так, разнообразят формы общения с читателями. Они могут включать компоненты различных типов: текст и изображения, звук, видеоинформацию. Автору не составляет труда преподнести информацию, используя для этого наиболее подходящую по содержанию среду. К тому же

компоненты можно передавать интерактивным путем, в результате читатель, без особых усилий, получает интересующую его информацию.

Дабы продемонстрировать насколько дополнительные компоненты способны углубить и расширить содержание электронных публикаций приведем два примера. Первый демонстрирует возможности работы с музыкальными произведениями. Любой музыкальный фрагмент можно прослушивать, считывая его с оптического диска (такие диски уже издаются), и одновременно следить за партитурой; можно также выделить любую исполнительскую партию в этом фрагменте, прослушать вариации, от которых композитор отказался в окончательном варианте произведения, услышать другие произведения того же композитора или прочитать критические очерки о данном фрагменте.

Второй пример не менее ярок. Судите сами: вам предоставляется возможность посмотреть пьесу Шекспира, увидеть видеоклипы знаменитых постановок или получить расширенный словарь языка пьесы. Подводя курсор к словам, вы получите описание соответствующего исторического периода.

Еще одной особенностью электронных публикаций является дешевый издательский процесс, обусловленный отсутствием высоких накладных расходов на изготовление и распространение. Если издатель не заинтересован в получении прибыли, он может просто разместить документ в сети, сделав его доступным средствами Web, чтобы читатели по всему миру смогли легко ознакомиться с работой. Такой путь открывает новые, превосходящие традиционные бумажные возможности самиздата.

Например, читатели и издатели могут с легкостью предоставить данные о себе, об институтах или предприятиях. В традиционных печатных публикациях уже начинают ссылаться на Web-страницы, как на источник дополнительной информации.

1.2 Электронные издания: исторический аспект

Книгопечатание появилось в XV веке благодаря изобретению Иоганна Гутенберга. Несколько веков печатные издания, т.е. книги, газеты и журналы, были основным средством распространения визуальной информации. Большую часть этого периода основой изготовления печатной продукции служил оригинальный металлический набор, а металлическая матрица (в заключительной части периода – стереотип) являлась информационной основой для тиражирования.

Во второй половине XX века появилось новое понятие – «невещественный носитель», под которым понималось любое электронное средство длительного хранения информации, на котором записано издание в целом или его часть. Чаще всего информация хранилась на магнитном носителе: магнитной ленте или магнитном диске. Однако такие носители оставались несовершенными: надежность хранения и плотность занесения информации были низки.

Поэтому такие средства в издательской практике использовались достаточно редко. В большинстве отечественных издательств процесс подготовки изданий основывался на использовании «бумажных» технологий. Автор сдавал рукопись, напечатанную на пишущей машинке. В издательстве она редактировалась и в окончательном виде также перепечатывалась машинистками издательства, и этот издательский машинописный оригинал использовался в качестве основы для типографского набора.

Актуальность исследования обусловлена тем, что уже последние десятилетия XX века характеризуются быстрым совершенствованием и развитием электроники и компьютерных информационных технологий. Именно в этот период практически все издательства перешли на компьютерный набор и верстку газет, журналов и книг. Издание хранилось в памяти компьютера все время набора и верстки, т.е. оставалось в электронной (невещественной) форме в течение всего процесса подготовки,

вплоть до вывода на принтер так называемого постраничного оригинал-макета.

Полностью сверстанное и подготовленное к печати издание, хранимое в памяти компьютера (на жестком магнитном диске) или в специальном запоминающем устройстве долговременного типа стали называть «электронным изданием».

Однако для того, чтобы электронная книга, журнал или газета действительно могли соперничать со своими печатными аналогами, необходимы средства их распространения, доведения до читателя. В конце XX века эти средства фактически стали массовыми, т.е. получили самое широкое распространение. Периодические электронные издания стали распространяться преимущественно по сетям, в частности, по глобальной сети Интернет. Информационной средой для распространения книг стали и остаются последние пятнадцать лет компакт-диски.

Итак, вначале электронные издания существовали как аналог печатных, но на невещественном носителе. Естественно, что для чтения электронных изданий, распространяемых по сетям, требовался персональный компьютер. Если же электронное издание было подготовлено на компакт-диске, то дополнительно требовался дисковод для чтения компакт-диска.

Таким образом, издание на невещественном носителе или электронное издание не может быть прочитано непосредственно – нужно специальное дополнительное оборудование, чтобы сделать такое издание видимым для человеческого зрения или обеспечить его визуализацию.

Начиная с 80-х гг. электронные издания распространялись в текстовом формате, вначале под DOS (txt), а затем под Windows и другие платформы. В настоящее время используются, как уже отмечалось выше, два основных гипертекстовых формата, а именно HTML и PDF, причем последний хранит всю информацию в графической форме. Если в издании содержится цифровая анимация, а тем более цифровые аудио- и видео - фрагменты, то такие электронные издания называют мультимедийными. Хотя это и не

название формата, но важная характеристика того, какие цифровые форматы могут содержаться в издании.

1.3 Особенности дизайна электронных изданий

Основной частью большинства электронных изданий, также как и книг, выпущенных типографским способом, являются текстовые фрагменты. Некоторые издания вообще целиком текстовые. Если такое издание набрано на компьютере в любом текстовом редакторе, то его можно назвать электронным изданием. Разновидностью такого издания являются так называемые гипертекстовые документы-издания в специальном HTML-формате.

Если заглянуть во всемирную сеть Интернет, то там можно обнаружить некоммерческие электронные библиотеки, в которых практически все издания представлены в текстовых или упакованных текстовых форматах, т. е. полученных в результате предварительного сжатия соответствующего файла специальными программами - архиваторами. Такие издания характеризуются минимальным информационным объемом и могут быть быстро загружены на компьютер пользователя.

Простейший текстовый формат использует кодировку отдельных символов текста в ASCII-стандарте, в соответствии с которым каждый символ кодируется одним байтом. ASCII - это аббревиатура от AmericanStandartCodeofInformationInterchange или, в переводе, Американский Стандартный код для информационного взаимодействия. Чем сложнее текстовый редактор, в котором набирается текстовый фрагмент, тем большее количество управляющих символов используется для форматирования текста, в результате чего информационный объем текстового фрагмента заметно растет.

В графической оболочке Windows для кодирования каждого символа используется не менее 2 б. В частности, в текстовом редакторе Word 97, в

котором набирался этот учебник, на каждый кодируемый символ текста в среднем приходится около 5 б, причем в состав редактора включены средства внутреннего сжатия информации в файлах документов. Тот же текст, набранный в редакторе Word 6 или Word 7 (Word 95) под Windows, занимает значительно большее информационное пространство.

В некоторых случаях текст кодируется в графическом формате. Это обеспечивает качественный визуальный интерфейс при просмотре издания, обеспечивает его независимость от шрифтовых гарнитур, установленных на компьютере пользователя, но требует применения специальных средств для его просмотра.

Известно, что издательства и полиграфисты очень осторожны при включении иллюстраций, особенно цветных, в тиражируемые книги. Это связано с тем обстоятельством, что иллюстрации требуют специальной обработки, в том числе - растривания, а цветные еще и цветоделения, в результате чего усложняется и удорожается производство книг.

В электронных изданиях этой проблемы не существует, так как абсолютное большинство компьютеров снабжены цветными мониторами и программными средствами для воспроизведения иллюстративного материала. Поэтому в электронных изданиях следует использовать такое количество иллюстраций, которое требуется для наилучшего восприятия и понимания материала, причем эта величина всегда больше, чем в изданиях, тиражируемых печатным способом.

Иллюстративный материал содержит на несколько порядков больше информации, чем текст, занимающий то же самое пространство на странице, и гораздо эффективней воздействует на чувства человека.

Скорость восприятия иллюстративной информации также многократно выше, чем скорость восприятия текста. Это связано с особенностями визуального восприятия информации человеком. Зрительные образы в виде графических объектов воспринимаются целиком и непосредственно

заносятся в долговременную память, без промежуточного преобразования в понятия, как это происходит с текстом.

Неотъемлемой частью многих изданий является звуковое сопровождение. Звуковое сопровождение может представлять собой авторский текст или ремарки, шумовые эффекты, иллюстрирующие происходящие события и делающие их описание более реалистичным. Звук может синхронно сопровождать включенные в издание видеокadres или анимацию, что будет подробно изложено в последующих разделах учебника.

Скорость восприятия человеком звуковой информации имеет тот же порядок величин, что и для текста. Однако одновременная работа с текстовой и звуковой информацией не только увеличивает общую скорость восприятия, но и способствует более долговременному ее запоминанию, вероятно в результате образования определенных ассоциативных связей.

Все мы смотрим телевидение, однако телевизионное вещание на всех отечественных каналах, кроме коммерческого канала НТВ+ и некоторых каналов кабельного телевидения, ведется в аналоговом формате. Цифровой формат, используемый в компьютерном видео, отличается несравненно более высоким качеством воспроизведения и разрешающей способностью, но требует большого объема памяти для хранения видеоинформации и высокой пропускной способности для ее воспроизведения с необходимой частотой кадров.

Поэтому гораздо чаще, чем видеофрагменты, в электронных изданиях используется компьютерная мультипликация или простые анимационные файлы. Они же очень часто встречаются на различных Web-страницах, причем во многих случаях используются в качестве рекламы. Однако такая мультипликация может с успехом использоваться для иллюстрации последовательности выполнения технологических операций, работы полиграфических машин и комплексов и даже последовательности выполнения операций в компьютерных программных пакетах.

Во всех перечисленных случаях анимация играет вспомогательную роль, способствуя наглядности описания соответствующих процессов и лучшему пониманию и запоминанию их описания.

Цифровое компьютерное видео может успешно использоваться лишь на компьютерах с процессором и видеокартой высокой производительности, обеспечивающих скорости следования информационных потоков, достигающих, а иногда и превышающих 1 Гб/с.

2 Перспективные способы разработки электронных изданий

2.1 Анализ популярных форматов электронных изданий

Если в обычной книге формат характеризует ее ширину и высоту, то в электронном издании формат описывает то, каким образом в файле представлена информация. В настоящее время для современных и качественных электронных изданий используются два основных формата, а именно:

– PDF (PortableDocumentFormat), разработанный фирмой Adobe и представляющий развитие и совершенствование известного издательского формата описания страниц документов PostScript,

– HTML (HyperTextMarkupLanguage) - гипертекстовый язык разметки страниц с помощью которого создано большое количество электронных документов, в том числе - абсолютное большинство изданий, циркулирующих в среде Интернет.

Главное достоинство обоих форматов состоит в возможности размещения в тексте издания гиперссылок, по которым осуществляются быстрые переходы как внутри данного издания, так и во внешние, по отношению к данному, документы. В частности, с помощью гиперссылки можно связаться с автором или издателем по электронной почте, просмотреть литературные источники, на которые ссылаются в данном издании, вызвать иллюстрацию, которая поясняет смысл некоторого текстового фрагмента и многое другое.

Большинство электронных материалов, циркулирующих в сети Интернет, оформлены в HTML-формате. Формат достаточно компактен и, наряду с текстом, позволяет включать в издание иллюстрации и мультимедийные фрагменты. Основу HTML-документов составляют обычные текстовые файлы, отдельные символы в которых представлены в ASCII-кодировке.

Эти файлы доступны для просмотра и редактирования в любом редакторе текстов. Отличием HTML-издания от обычного текста является то, что в них присутствуют специальные команды - теги, которые указывают правила форматирования документа. Язык HTML и правила составления HTML-документов и работы с ними, будут детально описаны в следующей главе.

Недостатком этого формата является чувствительность к используемым в издании шрифтам: отсутствие нужного шрифта на пользовательском компьютере вызывает затруднения при просмотре документа, связанные с необходимостью замены отсутствующей шрифтовой гарнитуры.

Другим основным форматом для электронных документов является PDF (PortableDocumentFormat), разработанный в 1993 г. фирмой Adobe. Как говорит само название, он делает документы «portable», т. е. документы могут просматриваться независимо от программ, в которых они подготовлены и независимо от используемых шрифтов и компьютеров. PDF позволяет преодолеть этот барьер.

Так впервые открылась возможность распространять на невещественных носителях (дискетах и компакт-дисках) и через Интернет выполненные в графическом режиме документы, в частности, оригинал-макеты изданий. При этом гарантируется полная идентичность. Это делает PDF-формат чрезвычайно полезным не только для художественных и детских электронных изданий, но и для коммерческих и рекламных документов. В США PDF-формат стал основным для распространения правительственных материалов.

Изначально формат PDF был предложен как альтернатива печатным документам, средство для организации «безбумажного офиса». Просмотр таких документов должен быть организован с помощью универсальных средств, независимо от создавшего их приложения и установленных на

данном компьютере шрифтов. Формат PDF может рассматриваться как компактный формат электронной документации.

Практически вся документация разнообразных программных пакетов распространяется на компакт-дисках в этом формате. Наконец, этот формат сохраняет всю информацию для выводных устройств, т. е. может служить для хранения оригинала и распечатки по заказу. По сравнению с форматом описания документов PostScript формат PDF имеет то преимущество, что он является странично-ориентированным, т. е. описывает каждую страницу в отдельности. Это резко упрощает вывод отдельных страниц.

PDF поддерживает различные виды компрессии изображений, текста и графики, позволяющие уменьшать размер конкретных фрагментов файла с помощью наиболее подходящих для этого алгоритмов, одновременно позволяя использовать гипертекстовые связи. Фирма Adobe разработала и комплект программного обеспечения для создания, просмотра, редактирования и распечатки PDF-файлов.

Из всех доступных вариантов реальными сегодня являются компакт-диски и сети. И те, и другие доступны как на работе, так и дома; оба варианта сравнительно недороги, а также достаточно стандартны. Поэтому издатель может не сомневаться в том, что его публикации доступны, а стало быть экономически выгодны довольно широкому кругу читателей.

Число пользователей, имеющих доступ к публикациям на компакт-дисках или сети, огромно и постоянно растет. В 1995 году установлено свыше 10 млн. контроллеров CD-ROM и, по некоторым оценкам, к 1997 году их будет около 22 млн. Почти 75% таких компьютеров находятся в Северной Америке, но их число в Европе и Японии растет теми же темпами.

Доступ к сети расширяется еще быстрее: по меньшей мере миллион человек в США используют Internet, а в Европе их число составляет несколько сотен тысяч. По оценке Марка Андерсена, одного из основателей компании NetscapeCommunications, уже 6 миллионов человек используют NetscapeWeb. В Северной Америке большинство организаций,

предоставляющих сетевые услуги, включают в свой сервис доступ к Internet. За пределами Северной Америки этот процесс развивается медленнее, хотя в Великобритании, например, ежемесячно 4 тысячи семей подписываются на доступ к Internet.

Выбор способа распространения электронной публикации зависит от круга читателей и рыночной стратегии, разрабатываемой для публикации. Кратко опишем эти средства, их преимущества и недостатки, а также особенности организации каждого из них.

Существует несколько причин, по которым компакт-диск привлекателен как средство распространения. Во-первых, диск - это физический носитель, его, опираясь на уже установившиеся стереотипы рынка, можно создавать, распространять, продавать или покупать тем же способом, что и другие продукты. Он недорог в изготовлении, невелик, легок и прочен, обладает большой емкостью и может предоставить читателю любую информацию, сохраняемую в цифровом виде.

Диск может содержать материалы для какой-либо специфической группы читателей (объединенных определенной вычислительной платформой или определенной областью знаний) или предназначаться для широкого круга потребителей. Однако стандартные файловые системы для дисков достаточно топорны и устарели; необходимы новые и более эффективные стандарты, позволяющие, в частности, использовать длинные имена и связывать файлы.

Сети, напротив, не предоставляют читателю физический носитель, они обеспечивают только доступ, а не осязаемые продукты, но и это может быть привлекательно для издателя. По своей природе сети должны объединять людей, использующих различные типы компьютеров. Таким образом, издание на сетях поощряет и почти навязывает полную многоплатформность.

В настоящий момент язык гипертекстовой разметки HTML - один из немногих, предлагающий сетевые возможности и режим работы, полностью

независимые от системы. Для других систем необходимы правильно подобранные инструментальные средства создания или распространения публикаций. Эти системы должны включать программы воспроизведения на базе SGML, такие как DynaText компании ElectronicBooksTechnologies, языки сценариев со средствами воспроизведения, как KaleidaScriptX, SybaseGainMomentum и AdobeAcrobat.

Из них только формат PDF системы Acrobat может приобрести статус стандарта для сети, поскольку только он обеспечивает способ хранения публикаций, выполненных на более высоком уровне, чем HTML; кроме того, разработчики уже создают приложения, способные интерпретировать эти файлы.

2.2 Потенциал использования кроссплатформенных электронных форматов

Электронные издания относятся к динамически развивающемуся классу продукции. Их количество увеличивается быстрыми темпами, а качество непрерывно улучшается.

Интеграция полиграфической продукции с электронными документами приносит чисто практические выгоды. Так, переход на цифровую форму позволяет обеспечить сохранность многих уникальных видов продукции, таких как древние рукописи. Даже обычные фотографии и картины теряют со временем свои качества. Хранение их электронных копий позволяет донести до последующих поколений уникальные культурные шедевры.

Наконец, хранение документов и изданий в электронной форме позволяет организовывать электронные базы данных, четкая структура и развитые средства поиска и навигации в которых облегчают процесс обнаружения нужных материалов и их фрагментов. В качестве примера можно сослаться на американское специализированное издательство медицинской литературы Mosby-YearBook, в котором появление цифровой

графической библиотеки позволило за считанные секунды находить нужные иллюстрации и помещать их в книги, в результате чего была достигнута значительная экономия времени и материальных средств.

Для ответа на вопрос об относительной ценности электронных изданий и перспективах расширения их производства следует провести исследования в следующих основных направлениях (иначе, получить ответы на перечисленные вопросы):

- 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.

Несомненно более высокая потребительская ценность детских и учебных электронных изданий, так как повышается интерес к изучаемому материалу и обеспечивается возможность применения новых, более эффективных, технологий не только обучения, но и постепенного вовлечения детей в процесс обучения в игровой форме. Эти методики уже опробованы во многих странах и на практике доказали свою эффективность.

Справочные и научные издания позволяют более простыми средствами и в более краткие сроки получить необходимую информацию (или краткие сведения, позволяющие оценить ее необходимость пользователю и заказать ее, в том числе и в печатном виде). Естественно, что ценность таких изданий по сравнению с печатными существенно возрастает. Степень увеличения

ценности таких изданий и роль определенных факторов может быть установлена в процессе проведения соответствующих исследований.

Сточки зрения факторов, влияющих на качественные характеристики электронных документов, наибольший интерес, по нашему мнению, представляет оптимизация пользовательских интерфейсов, причем не только графических в широком смысле, включая анимацию и цифровое видео, но и цифровое аудио. Все это также требует исследований и сбора статистических данных.

Постепенно, но неуклонно продолжается наступление электронных изданий в учебной сфере, начиная со школьного обучения, и далее, в сфере среднего и высшего образования. Во многих случаях оправдан частичный или полный переход к электронным учебникам и компьютерным образовательным технологиям. Эффективность такой замены тем выше, чем больше разнообразие учебных пособий и ниже их тиражи. Ответ на вопрос об изменениях в традиционном издательском и печатном бизнесе, необходимых для адаптации к новым информационным технологиям, также требует проведения достаточно широких и глубоких научных исследований.

Так, у Финляндии с 1996 по 2000 гг. проводилась рассчитанная на пять лет исследовательская программа по электронным издательским и печатным процессам с финансированием около 60 млн. финских марок. В США же в рамках поддерживаемой правительством программы по интерактивным электронным журналам около десяти лет работает специальная служба OCLC, которая экономически поддерживает университетские издательства и сама выступает как издатель научных изданий - электронных и печатных.

Уже в конце 2000 г. в Санкт-Петербурге насчитывалось около 500 тыс. учтенных персональных компьютеров, более 40% которых снабжены дисководом для компакт-дисков и звуковой картой, т. е. могут быть использованы для работы с мультимедийными изданиями.

В действительности, количество компьютеров даже несколько превышает эту цифру, так как сейчас активизировался вторичный

компьютерный рынок, да и сам процесс их сборки настолько упростился, что стал вполне доступен неспециалистам.

Отечественные издательства в большинстве своем успешно адаптировались к современным медиа-технологиям. Самые передовые из них те, которые занимаются выпуском литературы по компьютерным и сетевым технологиям. Практически все они используют глобальную сеть для маркетинга и распространения литературы. Наряду с печатными выпускают издания на компакт-дисках, причем нередки интегрированные издания, в печатную книгу вкладывается сопутствующий компакт-диск, содержащий программный и иллюстрационный материал, дополняющий и развивающий те положения, которые содержатся в той части, тиражируемой печатным способом.

В дальнейшем широкое распространение мультимедиа-технологий и неудержимое развитие электронной коммерции наложит жесткие ограничения на конкурентоспособность и даже выживаемость предприятий отрасли печати, ориентированных на широкий спрос. Преимущества в реализации даже самой высококачественной продукции получают те, кто быстрее и эффективней освоил электронные способы коммерции и обслуживания. Фирмы, не имеющих собственной аппаратной и программной базы мультимедиа-технологий, будут испытывать трудности с получением заказов, и их продукция будет подвергаться опасности устареть раньше, чем дойдет до потребителя. Причем это невозможно компенсировать в рамках собственно процесса подготовки и выпуска продукции. Таким образом, сетевые электронные издания имеют несомненные преимущества по части распространения перед любыми печатными изданиями. Производство как электронных изданий, так и печатной продукции все более интегрируется в единое пространство медиа-индустрии.

В будущем контроль за доступом к документам и финансовая дисциплина в использовании сетей позволят издателям сделать продукт коммерческим, но сейчас говорить об этом более конкретно слишком рано.

Вероятнее всего, и издатели, и читатели должны будут оплачивать расходы за сетевые публикации; первые - за право разместить свой материал, вторые - за расходы по доступу и/или выгрузку произведений. При таком порядке нынешнее засилье низкопробных публикаций, к счастью, станет практически невозможным.

2.3 Возможность достижения симбиоза бумажных и электронных изданий

В то время как цена на электронную книгу продолжает опускаться, цена на бумажную книгу стремительно возрастает. Поскольку продукта два, хотя книга одна, пересечение кривой предложения с кривой спроса неминуемо раздваивается: в пункте высокой цены сосредотачивается узкий контингент покупателей «бумажной книги как предмета роскоши», в пункте низкой цены сосредотачивается массовый контингент покупки «электронной книги как информационного продукта».

Даже если мы допустим, что читатель готов переплачивать за бумажную книгу, сам факт снижения тиражей означает изменение технологий. Переход с тиража в две-четыре тысячи экземпляров на тираж в двести-четыреста экземпляров означает переход с технологии офсетной печати на цифровую.

Невостребованными оказываются полиграфические комбинаты, розничные магазины, оптовики-книготорговцы, т. е. все те структурные элементы производственной цепочки книжной отрасли, которые ориентированы на массовую продукцию. Их рынок начинает сжиматься уже на полпути к электронной книге.

Это и будет основным механизмом давления на цену: стоимость печати, доставки, транзакций на одну печатную книгу станут возрастать в разы, поскольку растворяется, как дым, механизм масштабирования бизнеса книжной продукции, созданный в индустриальную эпоху. Масштабирование,

связанное с массовым книгоизданием, будет переходить в электронный сегмент.

Другими словами, вытеснение бумажной книги книгой электронной будет происходить независимо от желаний и эмоций читателей или издателей. Поскольку себестоимость распространения информации, заключённой в электронную книгу, практически исчезает, то издатели, несмотря на клятвы верности книге, со слезами на глазах будут переходить на издание электронных книг, потому что не могут более вписаться в экономику тиражей.

Читатели, хотят или не хотят, будут читать книги с экрана, потому что книги становятся доступны только таким путём. Таким образом, рынок принудительным путём сломает ситуацию. Это не означает уход с рынка бумажной книги как уникального и самоценного субпродукта. Книга переживала и не такое. Мы наблюдаем сегодня подобный процесс «культивирования» бумажной книги, когда в ответ на кризисные явления массовой литературы расцветают подарочная и детская книга, формат альбомного издания.

Есть ещё одна, более глубокая, связь бумажной книги с культурой: предметность первой и наша телесность. Как никто другой, эту связь предельно откровенно обнажает Евгений Гришковец в своём спектакле «Прощание с бумагой». Вопрос книги не должен и не может быть сведён к вопросу удобства чтения.

Книга и бумага значат для человек много больше: они эмоционально дороги людям, будь то томик любимого поэта, домашняя библиотека или письмо от матери.

Всё, что связано бумагой, предметно и материально: печатная машинка с её основательностью или гусиное перо с его трепетностью. Эта материальность является твёрдостью нашего окружения, панцирем для нашей кожи, оболочкой нашей бытовой жизни. Здесь не может быть пустоты, эту оболочку невозможно оторвать, не причинив нам боль.

Книга предметна. И это не её свойство, а нас самих. Ритуалы, из которых соткана жизнь, столь же одухотворены, сколь и телесны. Они образуют цепочки из предметных символов, каждый из которых не только несёт смысл, но и экзистенциально заполняет человека.

Информационный носитель должен встраиваться в телесную ткань наших ритуалов, как и эти ритуалы призваны создавать симбиоз информационных форм с предметной оболочкой нашей повседневности – как диван образует единство с телевизором, автомобиль с радио, офисный стол с компьютером. Электронная книга не может быть бестелесной сущностью, она должна встроиться в наши бытовые ритуалы в виде ли планшета, ридера, ноутбука. Электронную книгу не принимаем не мы, её пока ещё не приняли в себя наши бытовые ритуалы.

У каждого электронного устройства – своя история формирования бытовых ритуалов: у телеграфа, телевизора, игровой приставки, мобильного телефона. Бумажная книга не оккупировала свои пространства. Бумага при всех её достоинствах является лишь посредником, элементом наших ритуалов. Жизнь сменит эти ритуалы, если до этого дойдёт дело, даже если при этом защежит сердце. На смену придут новые ритуалы, новая предметность, новые ощущения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования приходим к ряду выводов.

Электронные издания отличает дешевый издательский процесс, обусловленный отсутствием высоких накладных расходов на изготовление и распространение. Если издатель не заинтересован в получении прибыли, он может просто разместить документ в сети, сделав его доступным средствами Web, чтобы читатели по всему миру смогли легко ознакомиться с работой. Такой путь открывает новые, превосходящие традиционные бумажные возможности самиздата.

Иллюстративный материал электронных изданий содержит на несколько порядков больше информации, чем текст, занимающий то же самое пространство на странице, и гораздо эффективней воздействует на чувства человека.

В настоящее время для современных и качественных электронных изданий используются два основных формата, а именно:

- PDF (PortableDocumentFormat), разработанный фирмой Adobe и представляющий развитие и совершенствование известного издательского формата описания страниц документов PostScript,

- HTML (HyperTextMarkupLanguage) - гипертекстовый язык разметки страниц с помощью которого создано большое количество электронных документов, в том числе - абсолютное большинство изданий, циркулирующих в среде Интернет.

В настоящий момент язык гипертекстовой разметки HTML – один из немногих, предлагающий сетевые возможности и режим работы, полностью независимые от системы. Для других систем необходимы правильно подобранные инструментальные средства создания или распространения публикаций. Эти системы должны включать программы воспроизведения на базе SGML, такие как DynaText компании ElectronicBooksTechnologies, языки

сценариев со средствами воспроизведения, как KaleidaScriptX, SybaseGainMomentum и AdobeAcrobat.

Из них только формат PDF системы Acrobat может приобрести статус стандарта для сети, поскольку только он обеспечивает способ хранения публикаций, выполненных на более высоком уровне, чем HTML; кроме того, разработчики уже создают приложения, способные интерпретировать эти файлы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абрамов Е.Г., Кириллова О.В. Публикационная этика в научно-исследовательском процессе // Научная периодика: проблемы и решения. – 2012. – Том 2. – № 5. – с.4–8.
2. Академик.ру. Издательский словарь-справочник [Электронный ресурс] // Редакционная правка – URL: https://publishing_dictionary.academic.ru/2093/редакционная_правка.
3. Антонова С.Г. Редакторская подготовка изданий: Учебник. – М.: МГУП, 2002. – 468 с.
4. Антонова С.Г., Соловьев В.И., Ямчук К.Т. Редактирование. Общий курс// [Электронный ресурс]. – URL:<http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook023/01/part-012.htm>.
5. Аранжин В.В. Определение и анализ условий применения в управлении персоналом концепции управления человеческими ресурсами // Лидерство и менеджмент. – 2016. – Том 3. – № 3. – С. 171–187.
6. Бронштейн М. Управление командами. / Пер. с англ. – М.: Издательский дом Вильямс, М.: Диалектика, 2004. – 318 с.
7. Вуль В.А. Электронные издания: учеб. пособие / В.А. Вуль. — СПб.: БХВ - Петербург, 2003. 560 с.
8. Гаймакова Б.Д. Основы редактирования телепередач. – М., 2001.– 77 с.
9. Гиляревский Р.С. О тенденциях развития электронных изданий / Р.С. Гиляревский // Книга: исслед. и материалы: Сб. 87: в 2ч. Ч.2 — М.: Наука, 2007.— С.17- 29.
10. Гиляревский Р.С. Электронная книга / Р.С. Гиляревский // Книга. Энциклопедия. — М.: Науч. Изд-во «Большая Российская Энциклопедия», 1999.— 796., ил. — С. 729-730.

11. Жарков В.М., Кузнецов Б.А., Чистова И.М. Экономика и организация издательского дела [Электронный ресурс] – URL: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook088/01/part-006.htm#i421>.
12. Зачатейский Д.Е. Электронные издания: учеб. пособие / Д.Е. Зачатейский. — Омск: Изд-во ОмГТУ, 2009. — 96 с.
13. Кибанов А.Я., Захаров Д.К., Коновалова В.Г. Этика деловых отношений. – М.: Инфра-М, 2005. – 367 с.
14. Кобрин Б. Этика редактора [Электронный ресурс] – URL: <http://editorium.ru/1652/>.
15. Козлова Е.И. Направления развития российского рынка электронного книгоиздания /Е.И. Козлова // Книга: исслед. и материалы: Сб. 87: в 2ч. Ч.2 — М.: Наука, 2007.— С.62-71.
16. Лихачев С.С. Литературное редактирование: программа курса для журналистов [Электронный ресурс] – URL: <https://litredactor.wordpress.com/2013/12/13/литературное-редактирование-програ/>.
17. Оленглоу А. Роль редактора в соблюдении этики научных публикаций // Научная периодика: проблемы и решения. – 2012. – Том 2. – № 6. – с. 4–14.
18. Панова В. Редактор и книга: Сб. статей. – Вып. 4. – С. 47.
19. Полторак С.Н. Интервью с главным редактором журнала для ученых «Клио» // Научная периодика: проблемы и решения. – 2015. – Том 5. – № 2. –С. 116–121.
20. ПСИХОЛОГОС. Энциклопедия практической психологии [Электронный ресурс] // Синтонное общение. – URL: <http://www.psychologos.ru/articles/view/sintonnoe-obschenie>.
21. Рябина Н.З. Технология редакционно-издательского процесса [Электронный ресурс] – URL: http://www.xliby.ru/tehnicheskie_nauki/tehnologija_redakcionno_izdatelskogo_processa/p11.php.

22. Сафина Д.М. Формируем штат работников как команду единомышленников // Российское предпринимательство. – 2011. – Том 12. – № 1. – С. 31–36.

23. Студми. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]// Технология работы с текстом и автором – URL: https://studme.org/44374/dokumentovedenie/tehnologiya_raboty_tekstom_avtorom.

24. Узерина М.С. Этика делового общения: учебное пособие составитель М. С. Узерина. - Ульяновск : УлГТУ,2004. - 72 с.

25. Шеломи М. Редакторская недобросовестность – определение понятия, случаи и причины возникновения // Научная периодика: проблемы и решения. — 2015. – Том 5. –№ 2. –С. 75–84.

26. Щерба Л.В. Новейшие течения в методике преподавания родного языка [Электронный ресурс] – URL: <http://www.ruthenia.ru/apr/textes/sherba/sherba10.htm>.

27. Экономическая политика. Журнал. // Издательская этика [Электронный ресурс] – URL: <http://ecpolicy.ru/ethics/>.

28. Юрлов И.А. Авторское право в схемах с комментариями // [Электронный ресурс] – URL: <http://bgscience.ru/lib/34617>.

29. Editorium.ru. Сборник-антология о редактировании и редакторах [Электронный ресурс] – URL: <http://editorium.ru>.

30. Неретина Е. А., Макарец А. Б. «Web-сайт вуза как важный инструмент маркетинговых коммуникаций» // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2009. – №41 (174). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/web-sayt-vuza-kak-vazhnyy-instrument-marketingovyh-kommunikatsiy>.

31. Левченко В.О., Мантуленко А.В. Адаптивный web-дизайн: актуальность, рекомендации, анализ результатов после внедрения // Математика, экономика и управление. — 2015. — № № 1. — С. 61-65

32. Сапожников В.И. О проектировании электронных изданий учебного назначения // Наука. Инновации. Технологии. – 2011. – №72. –

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-proektirovanii-elektronnyh-izdaniy-uchebnogo-naznacheniya>.

33. Editorium.ru. Сборник-антология о редактировании и редакторах [Электронный ресурс] – URL: <http://editorium.ru>.