УДК 002.2:004

<https://doi.org/10.20913/1815-3186-2021-4-29-38>

Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения

Л. В. Зими́на

**Зими́на
Любовь Васильевна,**

Московский
политехнический
университет,
ул. Большая
Семеновская, 38,

Москва, 107023, Россия,
доктор филологических наук,
профессор, профессор кафедры
«Издательское дело и книговедение»,
Высшая школа печати
и медиаиндустрии

e-mail: ziminalv@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается влияние цифровых технологий на современные способы производства и потребления контента. Внимание сфокусировано на интерактивных книжных приложениях (*interactive eBook apps*) как инновационных издательских проектах с мультимедийным контентом и высоким уровнем интерактивности. Анализируемые приложения сочетают различные компоненты (текст, изображение, видео, аудио, анимацию, инфографику, игровые элементы) и предназначены преимущественно для планшетного компьютера или смартфона. Дается краткая предыстория электронных книг как компактных устройств, развитие которых от различных модификаций *Kindle* (ридер от компании «Амазон») до появления сенсорных устройств, прежде всего вызвавшего медиареволюцию планшета *iPad*, привело к изобретению нового поколения цифровых книг. В статье характеризуются виды интерактивных книжных приложений по целевому назначению и читательскому адресу (литературно-художественные, научно-популярные, для детей), в том числе и с реализованным академическим подходом к формированию контента. В теоретическом плане на сегмент интерактивных книжных приложений распространяются идеи медиаконвергенции, стирающие границы между различными видами контента, что порождает определенные трудности понятийного характера и прикладные следствия касательно их адекватного поиска, идентификации, систематизации и сохранения в архивах. В статье анализируется ряд ограничений (технологических, программных, правовых, социокультурных), которые препятствуют их динамичному развитию в современной медиасистеме. Обобщаются основные стратегии выпуска и продвижения интерактивных книжных приложений.

Ключевые слова: цифровые технологии, интерактивные книжные приложения, мультимедиа, книгоиздание

Для цитирования: Зими́на Л. В. Интерактивные книжные приложения в современной медиасистеме: стратегии выпуска и продвижения // *Библиосфера*. 2021. № 4. С. 29–38. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2021-4-29-38>.

Статья поступила в редакцию 15.06.2021

Получена после доработки 05.10.2021

Принята для публикации 20.10.2021

© Л. В. Зими́на, 2021

Interactive eBook Applications in the Context of the Modern Media System: Release and Promotion Strategies

Liubov V. Zimina

Zimina Liubov Vasilyevna,
Moscow Polytechnic University,
Bolshaya Semenovskaya str., 38,
Moscow, 107023, Russia,
Doctor of Philology, Professor,
Professor of the Department of
Publishing and Book Studies,
Higher School of Printing
and Media Industry
e-mail: ziminalv@gmail.com

Abstract. The article treats digital technologies impact on modern ways of content producing, promotion and consumption. The focus is on *interactive book apps* as innovative publishing projects that use interactive multimedia content. *Interactive book apps* are designed for tablets and smartphones and combine different elements (texts, images, video, audio, animation and so on). The author traces back in short e-books prehistory from Kindle gadgets to the time of innovative iPad tablet that resulted in a new generation of e-books. Different types of *interactive book apps* are highlighted in the article on the base of their purposes and genres (for examp.: fiction, non-fiction, for kids and so on); some of these apps have elements of critical edition. From theoretical point of view interactive book apps can be treated within the frame of the media convergence approach that tends to blur boundaries between contents of different types. Exactly from these stem theoretical and practical difficulties as follows: in the first case – with notions that could be applied to them, in the second one – with tools for their search, identification, systematization and preservation in archives. The article analyzes a number of limitations (technological, software, legal, socio-cultural) that hinder their dynamic development in the modern media system. Main strategies of apps' output and promotion are generalized and a number of restrictions that hinders their actual development in the media system is analyzed.

Keywords: digital technologies, interactive eBook apps, multimedia, book publishing

Citation: Zimina L. V. Interactive eBook Applications in the Context of the Modern Media System: Release and Promotion Strategies. *Bibliosphere*. 2021. № 4. P. 29–38. <https://doi.org/10.20913/1815-3186-2021-4-29-38>.

Received 15.06.2021
Revised 05.10.2021
Accepted 20.10.2021

Введение

Современное книгоиздание и книжный рынок в целом дрейфуют в сторону цифровых технологий и инновационных издательских практик, формирующих мультимедийную среду. Продвижение в социальных медиа традиционных печатных книг с мультимедийным сопровождением (буктрейлеры, медиапрезентации, анимированные книжные обложки), создание гибридных издательских проектов, сочетающих печатное издание с приложением (например, книги с дополненной реальностью¹), и интерактивных книжных приложений с акцентом на иммерсивном опыте чтения – все это знаки медийных трендов, затрагивающих книжную

отрасль. В статье рассматриваются *интерактивные книжные приложения (interactive eBook apps)*, сочетающие различные компоненты (текст, изображение, видео, аудио, анимацию, инфографику, игровые элементы) и предназначенные преимущественно для мобильных устройств. Обобщаются стратегии их выпуска и продвижения; анализируется ряд ограничений (технологических, софтверных, правовых, социокультурных), препятствующих их динамичному развитию в современной медиасистеме.

За последнее десятилетие технологии кардинально изменили способы производства и потребления контента. Возникновение множества интернет-платформ для самостоятельной публикации цифровых книг и журналов, как и в целом творческих инструментов (сервисов, конструкторов, веб-редакторов или так называемых движков) для создания и дистрибуции медийного контента (сайтов, лонгридов, приложений), трансформирует современную издательскую индустрию. В статье основное внимание сфокусировано на интерактивных книжных приложениях как инновационных издательских проектах с мультимедийным контентом и высоким уровнем интерактивности. Вне рассмотрения остаются веб-буки, мультимедийные

¹ В книгах с дополненной реальностью / *augmented reality books* (AR) сочетаются печатные издания с приложениями. Для предоставления контента приложения активируются с помощью гаджетов при их наведении на объекты, размещенные на страницах книги с нанесенными специальными метками-идентификаторами. При AR-технологиях мнимый цифровой объект «помещается» в реальный мир, а читатель может с ним взаимодействовать. На российском рынке выпускаются AR-книги, в основном адресованные детской аудитории (справочные, научно-популярные, литературно-художественные), от следующих издателей: Devar, «АСТ», ООО «Дом Печати Издательства Книготорговли «Капитал» и др.

издания на твердых носителях и онлайн-проекты, а также мультимедийные издания, создаваемые и распространяемые на таких специализированных платформах, как, к примеру, *Active Textbook*. Подобный цифровой конструктор предназначен для электронных учебных изданий с интеграцией видеороликов, аудиозаписей, тестов и служит формированию электронной образовательной среды (экосистемы знаний в рамках учебного заведения), зависимой от внешней поддержки и привязанной к функционалу платформы.

Электронные книги как компактные устройства: краткая предыстория развития

Рамки настоящей публикации не позволяют подробно освещать предысторию развития электронных книг (Зими́на, 2004): от пророков компьютерного века (В. Буша, Д. Энгельбарта, Т. Нельсона) до гипертекстовых литературных экспериментов на начальном этапе становления интернета. Упомянем первый гипертекстовый роман Майкла Джойса *afternoon, a story* (в заглавии все строчные буквы), изначально предложенный публике в 1987 г. в качестве демонстрации гипертекстовой системы для авторов *StorySpace* – инструмента для написания и чтения нелинейного повествования. Архетипическая книга М. Джойса, открывшая эпоху интерактивного электронного письма, явилась ярким примером постмодернистской литературы, когда сюжет при чтении меняется в зависимости от выбранного читателем варианта навигации. На *StorySpace* потом были опубликованы другие произведения, ставшие классикой электронной литературы и ниспровергающие каноны аристотелевской поэтики: «Лоскутная девушка» (*Patchwork Girl*) Шелли Джексон, «Сад Победы» (*Victory Garden*) Стюарта Моултропа и др. Платформы, подобные *StorySpace*, можно отнести к предшественникам не только интерактивных литературных сайтов для коллективного творчества², но и современных цифровых платформ, служащих для самостоятельной публикации и распространения любого контента, включая электронные книги. Масштабная тема, связанная с электронной литературой / *electronic*

*literature*³, заслуживает отдельного рассмотрения. Заметим, что цифровой авангард отрицал саму возможность конвертации своих произведений в книжный формат и стремился уйти от всякого их сходства с традиционными книгами.

Отцом электронных книг принято считать Майкла Харта (*Michael Hart*), который в 1971 г. оцифровал «Декларацию независимости США», напечатав ее текст на компьютере и тем самым положив начало электронному издательскому делу. Сам термин электронная книга традиционно используется в двух значениях: для произведений в цифровых форматах (ePUB, iBooks и пр.) и для компактных устройств, так называемых ридеров, предназначенных для их чтения. Заметим, что понятие *электронного издания* (ЭИ), в отличие от *электронной книги*, вполне институализировано. Официальный статус ЭИ закреплён в системе государственных стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу (СИБИД). При этом как в западных, так и в российских аналитических обзорах книжного рынка широко используется понятие *электронной книги*, например в ежегодных докладах *The Global eBook Market* консалтинговой фирмы Р. Вишенбарта⁴ или в отраслевых докладах Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. Сайты онлайн-магазинов могут содержать одноименную рубрику, а издательства и медиахолдинги – иметь отдельные подразделения по выпуску электронных книг.

Эволюция ридеров за последние два десятилетия привела не только к интенсивному развитию индустрии электронных книг, но и к изобретению нового поколения цифровых книг. Необходимо обозначить по крайней мере два ключевых момента. В 2007 г. появилось революционное устройство *Kindle* (Merkoski, 2013) – ридер на базе технологии электронных чернил от крупнейшей компании *Amazon*, позволяющий загружать купленные на «Амазоне» книги, подписываться на периодику, бесплатно просматривать статьи из «Википедии», причем технологические параметры улучшались с каждой последующей его модификацией.

Следующий этап начинается в 2010 г. с широко известной презентации С. Джобсом планшета *iPad*. Вызвавший медиареволюцию сенсорный планшет компании *Apple* стал универсальным устройством, предназначенным для потребления и создания медиаконтента. Была представлена платная модель дистрибуции и возможность встраиваемых аудио, видео и потоковой передачи (стриминга). Затем появились планшеты и смартфоны от других

² Электронная среда интернета оказалась благоприятной для инициирования в 1990-е гг. множества коллективных литературных проектов. В Рунете на начальном этапе становления известность получили интерактивные литературные игры («Буриме», «РОМАН», «Сонетник» и пр.). Все эти маргинальные формы сетевой словесности детально описывались в электронных и печатных работах критиков (см. материалы «Сетевой словесности», URL: <https://www.netslova.ru/teoriya/m>) – проекта, ставшего центром теоретического осмысления литературного творчества в электронной среде. Позднее был опубликован печатный сборник (Control..., 2009), обобщающий исследования литературного Рунета российскими и немецкими социологами, историками культуры и самими первопроходцами русскоязычного сегмента Сети.

³ Electronic Literature Collection. Vol. 1–3. 2006–2016. URL: <https://collection.eliterature.org/> (accessed 07.06.2021).

⁴ Rüdiger Wischenbart. Content and Consulting. URL: <https://www.wischenbart.com> (accessed 07.06.2021).

производителей, постоянно совершенствуемые в конкурентной борьбе за потребителя. Параллельно стали выпускаться и предустановли-ваться производителями компактных устройств приложения-ридеры, так называемые читалки для чтения книг в различных цифровых форматах. Они дополнительно могут предлагаться магазинами (приложение *Kindle* от «Амазона» под различные операционные системы), библиотечными сервисами и прочими компаниями. Приложения-ридеры адаптируют контент, позволяют формировать персональные библиотеки. Некоторые имеют развитую систему управления, анимацию перелистывания страниц, настраивают внешний вид книг, осуществляют поддержку сторонних словарей.

В 2011 г. «Амазон» представил для своих последних моделей *Kindle* и одноименного приложения инновационный справочный инструмент под названием *X-Ray* (рентгеновский луч) – своего рода служба подтекста с информацией по читаемой книге, подобие аппарата издания. Общая вспомогательная информация по книге предварительно загружается в сторонний файл на устройстве или в приложение вместе с электронной книгой (*Kindle Edition*), поэтому при использовании этой функции нет необходимости выходить в интернет в поисках дополнительного контента (словарей, энциклопедических сведений, метаданных и пр.). *X-Ray* извлекает подобную информацию из «Википедии», а также крупнейшей в мире базы данных о кинематографе (*Internet Movie Database*) и социальной сети *Goodreads* для любителей чтения, содержащей энциклопедические сведения по книгам. Инструмент *X-Ray* позволяет глубже изучать содержание книги, видеть, как утверждают разработчики, буквально осто- в или костяк книги (*bones of books*) и работает как конкорданс, собирая в списки часто встречающиеся имена персонажей, локации, темы или идеи и сортируя их по двум основным категориям – *People* и *Terms*. Например, читатели могут просматривать списки, чтобы найти первое появление персонажа. Иногда можно получить более детальную информацию о событиях или упоминаемых лицах. По существу, была создана платформа для широкого использования. Теперь отсутствие «рентгеновской информации» в книге – выбор издателя, пренебрегшего данной функцией.

За весьма короткий период прогресс в технологиях создания мобильных устройств позволил относительно комфортно читать не только фрагментированные тексты, но и объемные произведения, как и «потреблять» мультимедийные продукты. Вспоминается афористичное название первой главы книги Маршалла Маклюэна (*McLuhan, 1964*) – *the medium is the message*. В этом смысле закономерно, что новые носители (книжные технологии) породили и новое поколение книг.

Interactive eBook apps, или Новое поколение цифровых книг

С 2010 г. стали активно разрабатываться проекты инновационных книг для *iPad*, например демоверсии от *Penguin Random House*, реализованные в формате приложения. Тогда же были заданы основные направления развития перспективных книжных приложений с высоким уровнем интерактивности и мультимедийными возможностями: тактильные детские книги, учебники (например, медицинские атласы с 3D-моделями), путеводители, способные переключаться в режим просмотра карты города с геолокацией или аудиогид с элементами дополненной реальности, литературно-художественные (например, «Академия Вампиров», интегрированная с социальными медиа). Безусловно, мультимедийные издания на твердых носителях (CD, DVD), как и онлайн-версии, были известны в 1990-е гг., но в формате интерактивных книжных приложений они продемонстрировали впечатляющие эффекты: от имитации перелистывания книг до интеграции с (мульти)медиа и включения элементов геймификации. На конференции *FT'Digital Media & Broadcasting* (2010) главный исполнительный директор *Penguin* Дж. Макинсон (*CEO John Makinson*) спрогнозировал, что большую часть контента компания будет создавать в виде приложений.

При ретроспективных оценках подобных прогнозов необходимо обратить внимание, что на рынке периодики за прошедшее десятилетие произошли существенные сдвиги. Цифровые форматы потеснили печатные СМИ, заговорили о медиаконвергенции (*Jenkins, 2006*). Появились новые каналы дистрибуции, как и многофункциональные платформы для цифрового издательства, служащие созданию интерактивного контента и его монетизации (*Joomag, Tilda, Wix* и пр.).

Параллельно вырос рынок приложений, а их разработка стала одним из перспективных направлений развития медиабизнеса. Согласно статистике за 2020 г., опубликованной в докладе⁵ от платформы мобильных данных и аналитики *App Annie*, по всему миру было продано приложений более чем на 143 млрд долларов, чему соответствовало 218 млрд загрузок. В условиях строгой изоляции средний потребитель стал тратить на свои мобильные устройства 4,2 часа в день. Основные доходы приходятся на мобильные игровые приложения, вслед за которыми идут финансовые, для шопинга, для развлечений и социальные. Доля же интерактивных приложений книжного типа не столь значительна

⁵ The State of Mobile 2021: report (2021) // App Annie. URL: <https://www.appannie.com/ru/go/state-of-mobile-2021> (accessed 07.06.2021).

и, как правило, в аналитических отчетах отдельно не учитывается.

В то же время темпы и масштабы создания и дистрибуции интерактивных книжных приложений оказались не столь впечатляющими, как ожидалось с момента презентации *iPad*. Основные препятствия, которые видятся с сегодняшних позиций, – наличие ряда ограничений (технологических, софтверных, правовых, социокультурных), препятствующих интенсивному развитию этого сегмента в сравнении с рынком традиционных печатных и электронных изданий.

В специальной литературе мобильное приложение определяется как программное обеспечение, предназначенное для работы на мобильных устройствах и адаптированное для конкретной платформы или операционной системы. Из определения вряд ли следуют те значения, которые имеют в виду при обращении к приложениям как медийным продуктам, прежде всего приложениям «книжного» типа. Ведь массив приложений по своему функционалу весьма разнообразен: от операционных до информационных, от игровых до развлекательных, от корпоративных до социальных. Заметим, что статус приложений в СИБД не определен, но книжные приложения можно с отдельными оговорками рассматривать как электронные издания и в зависимости от их целевого назначения систематизировать по различным сегментам: литературно-художественные, научно-популярные, для детей, учебные (Гальченко́ва, 2015).

В магазинах *Google Play* или *App Store* среди литературно-художественных приложений представлено множество «клонов», которые являются простейшим вариантом электронного литературного сборника произведений или собрания сочинений популярного автора (Говарда Лавкрафта, Джейн Остин и др.). В них интерактивность сведена в лучшем случае к внутренней навигации, а сама иконка приложения выступает в качестве визуального эквивалента книжной обложки; реже присутствуют иллюстрации, в том числе с портретом автора. В формате приложения можно «упаковывать» любые тексты, а их ограниченные возможности по мультимедийности и интерактивности обусловлены тем, что они производятся и распространяются обычно с помощью конструкторов (*iBuildApp*, *Apps-builder* и др.). Подобный конструктор является визуальным онлайн-редактором на интернет-платформе, благодаря которому пользователи создают, тестируют и продвигают приложения для мобильных устройств без необходимости специальных знаний и навыков программирования.

В целом мастерство концептуального, дизайнерского и технологического воплощения

interactive eBook apps может варьироваться в широких пределах, но иногда лучшие их образцы – плод сотрудничества традиционных издательств и технологических компаний; отдельных креативных команд, активно работающих в системе цифровых коммуникаций и создающих мультимедийные проекты; медиа-корпораций. Проиллюстрируем выборочно особенности современного состояния подобных проектов. Наиболее заметные из них – мультимедийные версии печатных изданий. Например, приложение «Живая поэзия» (2014)⁶ Центра культурных инициатив «Сретение» с иллюстрациями, музыкальным сопровождением, десятками оригинальных мультфильмов с анимированными живописными полотнами русских художников, более чем 700 стихотворениями, прочитанными известными артистами (приложению предшествовало издание многотомной антологии русской поэзии для семейного чтения «Круг лета Господня»). Сошлемся на научно-популярные приложения: «Элементы» от Теодора Грея⁷ по периодической таблице, «Магию реальности» Ричарда Докинза⁸ – интерактивные версии печатных книг. Упомянем *iClassics collections*⁹ – мультимедийную коллекцию классических произведений Э. По¹⁰, О. Уайльда, Ч. Диккенса, Г. Ф. Лавкрафта и др. – с акцентом на новом опыте иммерсивного чтения.

Эти весьма ресурсоемкие проекты явились результатом взаимодействия различных подразделений медиахолдингов (Докинз – *Random House* и *Transworld Publishers*); традиционных издательств и технологических компаний, занимающихся выпуском мобильных приложений, компьютерных игр и игровых приложений, веб-дизайном (Грей – *Black Dog & Levent* и *Touch Press Inc.*). Иногда интерактивные книги выпускают медиакомпании, подобные Центру «Сретение» («Живая поэзия»), совмещающие проекты в области IT, кинематографии, книгоиздания, а также небольшие креативные

⁶ Живая поэзия – Антология русской поэзии : [сайт проекта]. URL: <http://antologia.xxc.ru/> (дата обращения: 07.06.2021).

⁷ The elements by Theodore Gray: explore the periodic table (2010) [application]. New York: Touch Press Inc. Version 3.1.1. Date of update/revision: 09.01.2019. URL: <https://apps.apple.com/app/elementy-ot-teodora-grej/id364147847> (accessed 07.06.2021).

⁸ The magic of reality (2011) [application]. Random House Group. Version 1.3. Date of update/revision: 07.10.2017. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/the-magic-of-reality/id461771375> (accessed 05.06.2019). (В России приложение по книге Р. Докинза в настоящее время недоступно.)

⁹ iClassics collection (Barcelona: iClassics Productions, S.L.). URL: www.iclassicscollection.com (accessed 07.06.2021).

¹⁰ В 2013 г. в номинации AppFiction интерактивный сборник по Эдгару По (iPoe) получил литературную награду Digital Book World Publishing Innovation Award, спонсируемую журналом Digital Book World, но с тех пор эта коллекция классики значительно пополнилась. К тому же в отличие от большинства приложений, которые распространяются через магазины Google Play и App Store, iClassics Collections можно приобрести также и на «Амазоне».

команды и цифровые издательства (литературно-художественная коллекция – барселонская *iClassics Productions, S.L.*).

Новое поколение цифровых книг благодаря использованию возможностей сенсорных устройств имеет совершенно иной уровень интерактивности. Еще на начальном этапе в 2011 г. на TED-конференции разработчик ПО Майк Матас¹¹ продемонстрировал интерактивное приложение¹² по книге Альберта Гора «Наш выбор», посвященной экологической проблематике, – с «листабельным» видео, инфографикой, анимацией и великолепными средствами визуализации данных. В завершение презентации М. Матас начал усиленно дуть на *iPad*, вызвав вращение ветрогенераторов на экране, что привело к бурной реакции аудитории. Правда, за всеми этими мощными визуальными раздражителями теряется текст, и подобную электронную книгу скорее будешь просматривать, нежели читать.

Например, интерактивная «Снежная королева – Книга-игра»¹³ от компании *Timecode*, которой предшествовала печатная версия по сказке Г. Х. Андерсена украинского издательства «А-ба-ба-га-ла-ма-га» с иллюстрациями Вл. Ерко, получившая множество наград, в том числе от Фонда Андерсена («Лучшая детская книга – 2006»), – завораживает своими спецэффектами с ожившими иллюстрациями художника. Можно заглянуть в глаза Снежной Королевы или растрепать волосы Кая; если слегка постучать по планшету или подуть, то пойдет снег; можно раздуть пламя в камине и рисовать нагретой монетой на стекле; можно, засветив окна собора, услышать рождественский орган.

В 2010–2014 гг., после презентации *iPad* и случившейся на наших глазах медиареволюции, первые разработчики книжных приложений тестировали свои медиапродукты, проявляя чрезвычайную «изобретательность» в проектировании и рекламировании инновационных проектов. Некоторые компании, например *Loud Crow Interactive Inc.*, после запуска успешных серий интерактивных книжных приложений для детей, даже предложили веб-движок *Verso App Engine* для их создания с помощью стандартных веб-технологий (*Flash, CSS, Javascript*), впрочем, так и оставшийся на стадии закрытого бета-тестирования.

Американское издательство *Quirk Books*, придумавшее в нулевых жанр мэшапа на смешении

классики с приемами массовой беллетристики, выпустило совместно с *PadWorx* полнотекстовую интерактивную электронную книгу *Pride and Prejudice and Zombies* в 2011 г. с сотнями анимированных иллюстраций и интерактивных элементов, но после обновленной версии в 2013 г. сохранился всего лишь буктрейлер на *YouTube*¹⁴. Понятно, что буктрейлеры к подобным цифровым изданиям – один из органичных и оптимальных способов продвижения в социальных медиа и магазинах приложений, поскольку сразу же позволяет получить представление о палитре реализованных аудиовизуальных средств. Симптоматично, что этот электронный мэшап канул в Лету, а само произведение было экранизировано в 2016 г.

Статус интерактивных книжных приложений в современной медиасистеме

Необходимо отметить терминологическую неопределенность в названиях нового поколения книг: *интерактивные электронные книги / книжные приложения (interactive eBooks / eBook apps)*, *цифровые книжные приложения (digital book apps)*, *анимированные книжные приложения (animated book apps)*, *Tab Tale, iPad books, iPad Edition, pop-up book apps, interactive storybook, 3D-books, MovieBook* и пр. Это порождает сложности, связанные с идентификацией подобных объектов с интерактивным мультимедийным контентом как книжных. Затруднен их поиск в магазинах приложений по жанровым категориям и базовым библиографическим сведениям (имени автора, заглавию, издателю), что вызвано произвольностью жанровой категоризации и принципами нейминга. Как следствие – возникают проблемы с их учетом, регистрацией и сохранением в качестве цифровых артефактов. Например, в магазине *App Store* «Элементы» представлены в категории «Образование»; «Живая поэзия» – «Образ жизни»; «Магия реальности» – «Книги». Так, одну из первых интерактивных книг – *Alice for the iPad*¹⁵ компании *Oceanhouse Media* с анимированными классическими иллюстрациями Дж. Тенниела к шедевру Льюиса Кэрролла, – высоко оцененную прессой и задающую некий образец для будущего поколения интерактивных книжных приложений для детей, бесполезно искать в *App Store* по имени автора или по полному названию произведения, а только под названием *Alice for the iPad*.

¹¹ Презентация интерактивной книги Ал. Гора «Наш выбор». URL: https://www.ted.com/talks/mike_matas_a_next_generation_digital_book?language=ru#t-56544 (accessed 07.06.2021).

¹² Gore A. Our choice. The next generation of digital books. A guided tour of our choice. URL: <http://pushpoppress.com/our-choice> (accessed 07.06.2021).

¹³ Снежная королева – Книга-игра. (2012) [application]. Timecode. Версия 1.03. 09.10.2017. URL: <https://apps.apple.com/ru/app/снежная-королева-книга-игра/id581315752?platform=ipad> (дата обращения: 07.06.2021).

¹⁴ *Pride and prejudice and zombies: the interactive eBook trailer*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=r8kfEeNdE7U> (accessed 07.06.2021).

¹⁵ *Alice for the iPad* (2010) [application]. Oceanhouse Media Inc. Version 4.0.1. 08.11.2016. URL: <https://apps.apple.com/us/app/alice-for-the-ipad/id354537426> (accessed 07.06.2021).

Парадоксально, но катастрофические последствия для уже созданных проектов связаны с постоянным технологическим и программным обновлением, которое не позволяет просматривать сформированную ранее персональную библиотеку интерактивных книжных приложений, поскольку разработчики не поддерживают их новые версии-редакции. Да и сами цифровые издательства (технологические компании) могут уже не существовать, а в магазинах приложений устраиваются регулярные «чистки», к тому же с продаж берутся 30 % комиссионных. Нет архивов и библиотек подобных проектов, но больше всего поражает их недолговечность. Например, в новых версиях программного обеспечения (*Android* и *iOs*) нельзя открыть великолепную интерактивную книгу «Чапаев и пустота» В. Пелевина (2014) российского цифрового издательства *UnderPage* (полнотекстовый роман с интеграцией документальной хроники; уникальными музыкальными треками; интерактивными элементами, имитирующими действие реальных предметов) или *SHERLOCK: Interactive Adventure* (по рассказу «Союз рыжих» А. Конан Дойля), созданную екатеринбургской компанией (*HAAB Entertainment*, 2014) с 3D-анимацией, панорамными видео и реконструкцией реалий Викторианской Англии. Последний проект получил множество наград: золотую медаль и звание «Выдающаяся книга года» на *Independent Publisher Book Awards* 2014, золотую медаль *Global Ebook Awards* 2014, номинант *Digital Book Awards* 2015. В лучшем случае следы прошлых презентаций книжных приложений или буктрейлеры можно увидеть на видеохостингах (*YouTube*). Заметим, что в конце 2019 г. появилась новая версия приложения со старой иконкой и изменившимся названием – *Sherlock MovieBook*¹⁶, но до этого времени оно оставалось недоступным, причем на текущий момент представлена неполная информация о нем в *App Store*. В личном архиве автора статьи сохранились скриншоты недоступных на сегодняшний момент отдельных упоминаемых приложений.

Уникальный проект *SHERLOCK: Interactive Adventure* – одно из первых приложений, которое органично сочетало книгу, аудиовersion, историческое исследование и иллюстрированную энциклопедию с элементами фильма и компьютерной игры, реальными локациями и детальной картой Лондона. С любовью воссозданные по живописным полотнам и фотографиям улицы и интерьеры домов наполнены звуками омнибусов, шумом ветра, скрипами, стуками, атмосферной музыкой. Создатели считают, что с помощью

новых технологий и мобильных устройств можно раздвинуть границы восприятия, сделав читателя не только свидетелем, но и участником событий. Компания *HAAB Entertainment* планировала выпустить серию книг о Шерлоке Холмсе, созданных на их движке и раскрывающих подход к интерактивному повествованию и популяризации новых книжных форматов с помощью технологических решений, трехмерной графики и анимации, но, судя по всему, этот проект заморожен.

Упомянутое цифровое издательство *UnderPage* первым на российском рынке в 2015 г. предложило веб-редактор или движок для создания интерактивных книжных приложений. Среди проектов, помимо книги Пелевина, были реализованы другие интерактивные интерпретации: детская сказка «Принцесса на горошине»; книга «Великий Гэтсби», погружающая в атмосферу 1920-х гг., с иллюстрациями, стилизованными под обложки гляцевых журналов и театральные декорации того времени, и уникальным саундтреком (правда, не полнотекстовая). Впрочем, их постигла та же участь, как и интерактивного Пелевина – отсутствие обновленных версий для устройств с новым программным обеспечением (из-за последующего закрытия *UnderPage*). Издатели также выпустили в 2016 г. на английском языке *At the Mountains of Madness Interactive eBook* (H. P. Lovecraft). Для финансирования последнего проекта компания обратилась в 2015 г. к краудфандингу. На платформе *Kickstarter* сохранилось описание замечательного крауд-проекта¹⁷ с иллюстрациями, фото и видео из антарктических экспедиций в сопровождении впечатляющего буктрейлера. Более того, в описании фокусировалось внимание не только на интерактивной версии «Хребтов безумия» Г. Ф. Лавкрафта, но и на разработке веб-редактора (*web editor*) – сервиса для самостоятельной публикации и продвижения интерактивных книг. К сожалению, на «Кикстартере» проект не собрал необходимой суммы в силу недостаточной огласки и активности в социальных медиа. Сама идея веб-движка оказалась новаторской и малопонятной для широкой аудитории в то время. К тому же медиа-проект был ориентирован на англоязычную публику. Тем не менее *UnderPage* годом позже выпустило эту книгу по Лавкрафту и открыло первый в России одноименный сервис для интерактивных книг, который, увы, продержался около года, что вполне объяснимо сложностями монетизации подобных веб-движков. В сравнении с получившими распространение селф-паблишинговыми

¹⁶ Sherlock moviebook. Haab Entertainment. Version 1.3. Date of update/revision: 24.12.2019. URL: <https://itunes.apple.com/ru/app/sherlock-interactive-adventure/id820860824?mt=8> (accessed 07.06.2021).

¹⁷ At the mountains of madness: interactive eBook by H. P. Lovecraft to life for Android and iOS mobile devices. URL: <https://www.kickstarter.com/projects/5041007/at-the-mountains-of-madness-interactive-ebook> (accessed 07.06.2021).

платформами (как *Ridero*) самостоятельное производство интерактивных книг с мультимедийным контентом – более трудоемкое на данном этапе технологического развития. К тому же библиотека изображений (фон, объекты и пр.) имела ограниченный набор визуальных средств, которые необходимо было в процессе создания анимированной истории оживить, что требовало навыков работы в графических редакторах.

По целевому назначению и читательскому адресу больше всего книжных приложений адресовано детям. Для молодежной и взрослой аудитории выпускаются учебные (например, от компании *Inkling* для *Medical School*), научно-популярные («Солнечная система» Маркуса Чоуна, сиквелы «Молекулы» и «Элементы в действии» Т. Грея – все три от медиакомпании *Touch Press*, создавшей уникальную коллекцию отмеченных наградами приложений), справочные (например, путеводители по искусству, в основном по музейным коллекциям) и полнотекстовые литературно-художественные интерактивные электронные книги. Среди последних – излюбленные жанры (триллер, хоррор, детектив), обеспечивающие необходимую иммерсивность. Иногда встречаются проекты, в которых реализованы академические подходы к формированию контента. Сошлемся на два таких приложения – «Заводной апельсин» Энтони Берджесса¹⁸ и «Бесплодная земля» Т. С. Элиота¹⁹.

В 2012 г. к 50-летию юбилею *A Clockwork Orange* была выпущена *Random House* интерактивная версия романа (*iPad Edition*) – одного из самых влиятельных произведений XX в., изменившего литературную, визуальную и музыкальную культуру. Новое издание Берджесса предлагает уникальный опыт чтения с впечатляющим массивом дополнительных материалов. В интерфейсе меню приложения обыгрывается зубчатый механизм – отсылка к культовой обложке Дэвида Пэлхэма (David Pelham), изобразившего персонажа с шестеренкой вместо глаза, – с тегами по ключевым темам к сгруппированным текстам, видео и аудио. В издании можно найти восстановленную литературоведом и биографом писателя Эндрю Бисуэллом редакцию произведения с его введением; новое предисловие Мартина Эмиса; пролог и эпилог Берджесса; ранее неопубликованный машинописный оригинал 1961 г., изобилующий примечаниями, иллюстрациями и музыкальными партитурами

¹⁸ A clockwork orange (2012) [application]. Random House Group. Version 1.3. Date of update/revision: 31.08.2017. URL: <https://itunes.apple.com/gb/app/a-clockwork-orange/id562227691?mt=8> (accessed 05.06.2019). (В России приложение по книге «Заводной апельсин» на текущий момент недоступно.)

¹⁹ The waste land: T.S. Elliot's masterpiece (2011) [application]. Touch Press Inc. Version 1.1.5. Date of update/revision 12.08.2017. URL: <https://apps.apple.com/us/app/the-waste-land/id427434046> (accessed 07.06.2021).

(сочинений самого писателя); архивные материалы (например, аудиозаписи авторского чтения). Все в целом помогает погрузиться в мир «Заводного апельсина» с пояснениями и глоссарием вымышленного писателем языка «надсат» (на основе английского с влиянием русского) – арг, на котором разговаривают подростки.

Издание «Бесплодной земли» для iPad «оживляет» для аудитории XXI в. самую революционную за последнюю сотню лет модернистскую поэму благодаря включению множества интерактивных функций и дополнений, освещающих величайшее произведение Т. С. Элиота с налетом академизма (поэт сопровождал ее авторскими комментариями). Цифровое издание поэмы, окутанное прозрачными слоями мультимедиа, тщательно сохраняет типографические особенности и целостность оригинала и предлагает новые эффективные инструменты изучения смыслов и влияния поэмы. Можно посмотреть специально снятое исполнение поэмы актрисой Фионой Шоу, синхронизованное с текстом; послушать также синхронизованные аудиозаписи Элиота за два периода его жизни, как и английского поэта и детского писателя Теда Хьюза и других известных актеров (Джереми Айронса, Эйлин Аткинс и др.). Можно лучше понять многие поэтические отсылки и аллюзии с помощью всеобъемлющих интерактивных примечаний; посмотреть более тридцати экспертных видеоподкастов английских писателей, переводчиков, литературных критиков; исследовать оригинальные страницы рукописи, чтобы увидеть, как поэма обретала форму при редакции Эзры Паунда. Подготовка издания «Бесплодной земли» для планшета заняла целый год; оно стало победителем конкурса на лучшее приложение для взрослых (*Best Adult App*) в номинации *The FutureBook Awards 2011* от журнала *The Bookseller* и победителем *International Interaction Design Award 2013*.

Качественный мультимедийный контент стоит дорого, требует для производства целой команды (сценарист, художник, аниматор / моушн-дизайнер, звукорежиссер, программист, редактор или режиссер мультимедийного контента, маркетолог и пр.) и соответствующего технологического оснащения (дорогостоящие оборудование и программные пакеты для компьютерной графики, спецэффектов, обработки видео). Много зависит от масштаба самого проекта, например «Живая поэзия» или *SHERLOCK: Interactive Adventure* – весьма ресурсоемки по финансовым и интеллектуальным инвестициям, временным затратам.

Как уже говорилось, пользователям часто приходится сталкиваться с тем, что после обновления ПО мобильного устройства приобретенное приложение становится недоступным для

просмотра или загрузки (при отсутствии его новой версии). Иногда «следы» ранних книжных приложений сохраняются лишь на видеохостингах (*YouTube*, *Vimeo* и пр.) в форматах буктрейлеров, промороликов, любительских презентаций. Подобная недолговечность, короткий жизненный цикл книжных приложений влияет на потребителей, притом что цены на них сопоставимы с ценами печатных изданий или ниже последних. Применительно к этому сегменту актуальны и правовые вопросы, касающиеся личной собственности в современной цифровой экономике. Цифровой рынок предоставляет потребителям удобные и гибкие возможности – электронные книги и приложения, облачные хранилища, стриминговые платформы, но при этом ограничивает потребителя в условиях пользования, личном пространстве и владении в целом. Это побуждает исследователей (Перзановски, Шульц, 2019) считать полезным внедрение аспектов личной собственности из материальной среды в цифровую, как с юридической, так и с экономической точки зрения.

Анализируемые мультимедийные проекты имеют более узкую целевую аудиторию, для которой оказываются значимыми такие характеристики, как возраст, уровень образования, социальный статус и пр. Отметим также сложности дистрибуции. Основные каналы распространения – магазины приложений – преимущественно связаны с интернет-гигантами (*Google*, *Apple*), в меньшей степени – с «Амазоном». В каждом таком магазине существуют, помимо весовых ограничений²⁰, руководства для разработчиков, обобщающие требования к форматированию контента, качеству изображений, использованию элементов, предназначенных для взаимодействия (жестам касания), – то есть в целом содержащие совокупность технических, контентных и дизайнерских критериев, по которым приложения могут отклоняться. Так, *App Store* требует соответствия высоким стандартам качества, конфиденциальности и защиты данных.

Само представление *interactive eBook apps* в магазине приложений достаточно формализовано. Предпросмотр включает не только иконку в качестве визуального эквивалента книжной обложки вместе с названием и указанием правообладателя, но и снимки экрана (скриншоты); иногда проморолики (буктрейлеры); подробное «аннотированное» описание, включающее дополнительные указания на количество анимированных сцен и игровых

элементов, 3D-моделей, общее количество страниц (и отдельно иллюстрированных), сопроводительные тексты рекламного плана; отзывы и оценки; информацию о размере, совместимости, возрастной маркировке, языке, категории, цене, разработчике (продавце) вместе со ссылками на его сайт и линейку других созданных им приложений плюс политика конфиденциальности; рекомендации сходных медиапродуктов. Существуют и другие механизмы стимулирования распространения: подарочные карты, промокоды, временные скидки при покупке, встречаются и бесплатные периоды распространения, но информация об этом чаще отражается на сайтах правообладателей.

Еще со времен античности ведется спор о противостоянии словесных и изобразительных искусств, а в наше время – текстуальной и визуальной коммуникации (или даже мультимедийной). Одна из первых попыток примирения двух типов коммуникации явлена в новом динамическом формате книг – *Kindle in Motion*, запущенном в 2014 г. компанией «Амазон» с двумя режимами чтения по выбору – текстовым или мультимедийным (Зимина, 2020). Этот формат включает, наряду с текстом, иллюстрации, анимационные элементы, аудиоклипы, видео (заключенные нарезки видео) – все для оживления и дополнения повествования (за исключением интерактивных элементов). Книги можно читать на любом современном гаджете через приложение *Kindle*. Для продвижения книг на сайте «Амазона», помимо стандартного описания с книжной обложкой, дается либо краткий видеоролик для предварительного просмотра (*video preview*), либо озвученный фрагмент (*audible sample*) или все вместе, как правило, с анимированной обложкой и подборкой «живых» иллюстрированных страниц. В промоутивных роликах обычно демонстрируются два способа чтения. При включении кнопки *Show Media* можно читать книгу в медийном сопровождении, а при выключении – только в текстовом варианте. К числу излюбленных жанров *Kindle in Motion* относятся триллер, хоррор, фэнтези, научная фантастика и даже любовный роман. Многостраничные книги (иногда более 300 стр.) ориентированы в основном на взрослую аудиторию. Вот лишь выборочный список из 35 книг с характерным указанием нового формата в скобках – [*Kindle in Motion*]: избранные рассказы Эдгара По (*Darkness There: Selected Tales by Edgar Allan Poe by Edgar Allan Poe (Author) and M. S. Corley (Artist)* / Jul 26, 2016); «Гарри Поттер и философский камень» (*Harry Potter and The Philosopher's Stone: Illustrated by J. K. Rowling (Author) and Jim Kay (Illustrator)* / Sep. 5, 2017); любовный роман, по которому был снят фильм «Кодекс сводника» (*The Matchmaker's Playbook by Rachel Van Dyken* / Apr 1, 2016), или роман о Дракуле (*Dracula by Bram Stoker and J. H. Williams III* / Jan 30, 2018).

²⁰ Так, *App Store* недавно поднял планку «весовых» ограничений из-за тормозивших развитие игровых мобильных приложений. На текущий момент максимальный размер файла книги в формате *iBooks* не должен превышать 2 Гб, при этом рекомендуемый порог – 1 Гб, причем читатели, использующие 3 Гб, не могут загружать книгу больше 100 Мб.

Заключение

В теоретическом плане на сегмент интерактивных книжных приложений распространяются модные идеи медиаконвергенции, стирающие границы между различными видами контента, что порождает определенные трудности понятийного характера и прикладные следствия касательно стратегий их выпуска и продвижения. Неопределенный статус, существующая произвольность категоризации в магазинах приложений и особенности названий (нейминга) усложняют их адекватный поиск, идентификацию и систематизацию, то есть библиографический и статистический учет. Отсутствуют архивы и библиотеки, занимающиеся консервацией подобных интерактивных объектов. Даже *Интернет-архив*, сохраняющий послойно веб-сайты, помимо книг, фильмов, телевизионных передач, графических материалов, аудиозаписей и программного обеспечения, – не включает их в свои коллекции, насколько нам известно.

Современный уровень *interactive eBook apps* – всего лишь промежуточный этап, и стоит ожидать дальнейшую трансформацию книги (Лизунова, Павленко, 2020) и сопутствующих

читательских практик. Однако использование всевозможных инноваций – мультимедиа; меняющие кинестетический опыт VR-технологии; геймификация; приемы гипертекстовой поэтики или эргодической литературы (Aarseth, 1997), размывающие роли автора-издателя-читателя; включение в трансмедийный сторителлинг и прочих – приводит к эрозии концепта книги. И все же не хотелось бы умалять возможности текстуальной (вербальной) коммуникации. Текст сам по себе может сотворить магическое действие, захватывая воображение и провоцируя сильные эмоции и ощущения. Трепетное отношение к слову в нашей многовековой книжной культуре и традиционные (материальные) книги как средство фиксации культурной памяти еще будут сохранять свои позиции для некоторых видов и жанров литературы. В конце концов всякая мультимедийная интерпретация – это всего лишь интерпретация. И даже сугубо типографическими средствами можно рассказывать великие истории на бумаге, в том числе и электронной. Важнее всего, чтобы значимые произведения существовали во всем многообразии мультимедийного книжного воплощения (печатного и цифрового).

Список источников / References

- Гальченкова Ю. Библиографическая ссылка на приложение: проблемы и особенности составления // Библиография. 2015. № 1. С. 107–113 [Gal'chenkova Yu (2015) Bibliographic reference to application: problems and special features of compiling. *Bibliografiya* 1: 107–113. (In Russ.)].
- Зими́на Л. В. Книжная обложка как интерсемиотическая интерпретация в цифровую эпоху // Библиография и книговедение. 2020. № 1. С. 138–156 [Zimina LV (2020) Book cover as an intersemiotic interpretation in digital age. *Bibliografiya i knigovedenie* 1: 138–156. (In Russ.)].
- Зими́на Л. В. Современные издательские стратегии: от традиционного книгоиздания до сетевых технологий культурной памяти. Москва : Наука, 2004. 274 с. [Zimina LV (2004) Modern publishing strategies: from traditional book publishing to network technologies of cultural memory. Moscow: Nauka. (In Russ.)].
- Лизунова И. В., Павленко С. В. Трансформация книги в условиях медийных революций // Библиосфера. 2020. № 1. С. 12–23 [Lizunova IV and Pavlenko SV (2020) The book transformations in the context of media revolutions. *Bibliosfera* 1: 12–23. (In Russ.)]. DOI: 10.20913/1815-3186-2020-1-12-23.
- Перзановски А., Шульц Д. Конец владения. Личная собственность в цифровой экономике. Москва : Дело, 2019. 352 с. [Perzanowski A and Schultz J (2019) The end of ownership: personal property in the digital economy. Moscow: Delo. (In Russ.)].
- Control + Shift. Публичное и личное в русском интернете : сб. ст. / под ред. Н. Конрадовой [и др.]. Москва : Новое лит. обозрение, 2009. 336 с. [Konradova N, Schmidt E. and Toibiner K (2009) Control + Shift. Public and private usages of the Russian Internet: pap. collection. Moscow: New Lit. Rev. (In Russ.)].
- Aarseth EJ (1997) Cybertext: perspectives on ergodic literature. Baltimore: J. Hopkins Univ. Press.
- Jenkins HM (2006) Convergence culture: where old and new media collide. New York, London: New York Univ. Press.
- McLuhan M (1964) Understanding media: the extension of man. Canada: McGraw-Hill.
- Merkoski J (2013) Burning the page: the eBook revolution and the future of reading. Naperville: Sourcebooks.