

В.В. Бублик, О.В. Олеський

ВІРТУАЛЬНЕ ЕЛЕКТРОННЕ ВИДАВНИЦТВО: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій відкриває перед видавничою галуззю нові можливості і ставить нові завдання. Швидко зростає роль електронних публікацій, насамперед інтернет-публікацій, які мають перед традиційними паперовими виданнями як очевидні переваги, так і певні недоліки. Так, інтернет-публікації є дешевшими і динамічнішими, більш контрольованими та оновлюваними. Однак більшість читачів віддає перевагу паперовим виданням. Вони зручніші, їх можна читати незалежно від наявності або відсутності комп'ютера. Існують дослідження, які свідчать, що паперові видання легше сприймаються читачем.

Ця обставина зумовлює необхідність тісної та ефективної інтеграції традиційного й електронного видавництва (рис. 1).



Рис.1. Основні компоненти видавничої системи

Можна навести багато можливих форм такої інтеграції. Різні форми видання можуть співіснувати одночасно. Досить типовим є випадок, коли безкоштовне інтернет-видання існує в рекламно-презентаційному варіанті, а платне паперове є більш повним. Слід згадати і про технологію Print-On-Demand, яка дозволяє друкувати книжкову продукцію на замовлення.

Доцільним є ще один компонент електронного видавництва, який повинен стати потужним інструментом макетування і проектування електронного видання, а також тренінгу майбутніх фахівців. Це – віртуальне електронне видавництво.

Коли паперове видання вже існує, то стає можливим організувати роздрібний продаж. При цьому видається дуже перспективним використання електронних магазинів [2]. Технологія Print-On-Demand застосовується, якщо початковий тираж менший за потрібний. Але, якщо існує тільки електронна версія видання, а споживач віддає перевагу паперовій, ситуація змінюється. Стає більш доцільним організувати кошик попередніх замовлень. Коли набереться достатня кількість цих замовлень, вони повинні бути додатково підтверджені, і тоді можна випускати паперову версію видання.

Якщо ж інтернет-публікація тільки створюється, стає дуже корисним віртуальне електронне видавництво. Віртуальне видавництво – це полігон для макетування й проектування майбутньої книжкової продукції шляхом випробування попередніх ідей і пропозицій. Важливим є і те, що в різних виданнях (наприклад, у туристичному довіднику, енциклопедії тощо) можуть використовуватися спільні матеріали, і може існувати банк таких матеріалів. Таким чином, якщо видавець точно знатиме потреби конкретного споживача, він може використати цей банк для формування електронного або навіть паперового видання, яке найповніше задовольнить їх. Тому таке видавництво стає дуже індивідуальним. З другого боку, ідеї, побажання і пропозиції різних споживачів можуть бути дуже схожими між собою, а в ряді випадків і повністю збігатися. Тому віртуальне видавництво повинне надати видавцеві можливість для збору цих ідей і створення видання, яке б найкраще відповідало потребам багатьох людей і могло б бути замовлене ними.

Таким чином, віртуальне електронне видавництво – це потужний засіб для проектування, реклами й маркетингу майбут-

ніх видань, а також для органічного поєднання індивідуальності та масовості (рис 2). У цьому його головне значення.



Рис.2. Схема віртуального електронного видавництва

Банк даних містить доступні матеріали і повинен бути достатньо інтелектуалізованим, щоби пошукова система могла віднайти необхідні матеріали не лише за прямою відповідністю, але й за асоціаціями і семантичною близькістю. Генератор сторінок на основі знайдених матеріалів компонує потрібне видання – підручник, посібник, енциклопедію тощо. Для кожного типу видань обов'язковий певний набір шаблонів. Водночас повинні

бути розроблені рекомендації щодо створення паперових твердих копій. Для цього дуже перспективною є технологія XML, яка нині інтенсивно розвивається, зокрема, мови опису публікацій, котрі існують або можуть бути створені на основі цієї технології [1, 3].

Нові матеріали надходять від авторів через систему введення. Редакторів повинна бути надана можливість для відбору цих матеріалів, а також для оцінювання та редагування видань, що створюються на їх основі. Допомогти у розв'язанні цих проблем повинна система підтримки прийняття рішень.

Важливим компонентом віртуального видавництва повинна стати система моделювання та тренінгу, завдання якої полягає у випробуванні нових ідей та оцінюванні публікації: якою вона буде і чи матиме успіх на ринку. До цього процесу можуть залучатися і потенційні споживачі через дошки оголошень, дискусійні клуби тощо.

1. Трэвис Б. XML и SOAP: программирование для серверов BizTalk. М., 2001. 2. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса. СПб., 2001. 3. XML для профессионалов / М. Дидье, М. Бирбек, М. Кэй и др. М., 2001.