

## **АРТБУК ЯК ОРИГІНАЛЬНИЙ ВИД ПРОЕКТУВАННЯ ТА ВИГОТОВЛЕННЯ КНИЖКОВОЇ ПРОДУКЦІЇ**

Завдяки стрімкому розвитку видавничих технологій та створенню новітніх конструктивних рішень царина сучасної видавничої справи активно набирає оберти. Цей процес обумовлює постійне збільшення найрізноманітніших видів книжок та іншої продукції, а тому на полицях книгарень щоразу з'являються нові видання. Так вони можуть відрізнитися між собою насамперед за форматом, оригінальною конструкцією, матеріалом, провідною ідеєю тощо. Тому сучасний книжковий ринок пропонує найвибагливішому читачеві великий вибір видань: книжкових або електронних, великих або малих форматів, із традиційною чи інтерактивною конструкцією.

Відомо, що деякі читачі надають перевагу виданням, які містять лише текст, іншим же подобаються книжки з ілюстраціями та зображеннями. І це не дивно, адже сучасна тенденція популяризації будь-якої інформації за допомогою візуальних інструментів цілком природня. За словами Світлани Підопригорої, такий феномен найчастіше знаходить відображення у багатьох сферах, які напряму пов'язані з мистецтвом та літературою. Так мовленнєва форма демонструється через призму візуальних образів, які або взаємодіють, або ж породжують цілком новий графічний формат. Часом нерозривність таких конфігурацій трансформується у гібридні форми, вивченням яких займаються сучасні редактори, видавці, журналісти, науковці та літературознавці [6, с.44].

Оскільки сфери мистецтва та видавничої справи тісно взаємодіють між собою, такі зміни безпосередньо впливають й на проектування та розробку книжкових видань.

На думку Анни Бідун, саме значна перевага візуальних та образних інструментів дозволяє нам проаналізувати та звернути увагу на видання, які мають певні відмінності від загальнопоширеного типу книжкової продукції. Вони відрізняються від інших насамперед своєю унікальною структурою, мають значні відмінності, які не пов'язані із канонічними уособленнями. Зазвичай такі видання пропонують йменувати артбуками [3, с. 58].

Сьогодні артбуки є популярними у багатьох країнах. Завдяки незвичним формі та змісту, попит на такі книги постійно зростає, проте найбільшою проблемою є формулювання та визначення поняття «артбука». Так світова спільнота по-різному тлумачить цей термін. Часто із найпоширенішим англійським поняттям «artbook», ми помічаємо використання і таких варіацій: «artist's book», «bookwork», «work album» тощо. Сучасні українські видавці використовують наступні терміни: артбук (арт-бук), арт-книга, книга художника, книга мистецтва, візуальні видання художника або художників тощо [5, с. 130–131]. Часто арт-книги уподібнюють до інших видів видань, наприклад, до альбомів, подарункових видань, книжок-іграшок тощо.

Незважаючи на розмитість та низку інтерпретацій поняття цього різновиду книжок, ми все ж визначили, що арт-книга як один із видів книжкової продукції охоплює унікальні видання, основними компонентами яких насамперед є зображення або ілюстрації, виготовлені в межах однієї або кількох тем. Сучасні артбуки є невід'ємними елементами творчої та мистецької індустрії, а тому слугують першокласним дизайнерським та редакторським витвором [4, с. 536].

У процесі нашого дослідження ми визначили, що нетипові особливості такого інноваційного видання як арт-бук насамперед демонструються через призму неканонічної матеріальної конструкції, незвичайного замислу, унікального проектування, відступу від комерційних стимулів тощо. Прикметною рисою книги мистецтва є те, що вона не обмежена традиційними естетичними та іншими стандартами видавничої справи, а тому її розробка та створення потребує креативних, творчих та професіональних рішень як зі сторони автора, так і зі сторони редактора [1].

Не викликає сумнівів той факт, що авторами артбуків в основному є самі художники, які займаються виготовленням видання від початку й до кінця. Наповнення книги мистецтва традиційно залежить від авторського задуму, його посилу, а тому творці таких видань найчастіше не претендують отримати комерційну вигоду. Іноді розробка арт-буків є своєрідним мистецьким жестом, способом вираження актуальної думки тощо [1]. Беручи до уваги мету та концепцію видання, артбук іноді розглядають як унікальний книжковий продукт, який і є одиничним наслідком такого мистецького жесту.

На дослідницьку увагу заслуговують і функції арт-буків, серед яких ключовими є естетична, інноваційна та креативна. Завдяки ним арт-книга і дає змогу редакційному колективу шукати нові, нетрадиційні межі, використовувати неканонічні технічні рішення, поєднувати візуальні та текстові елементи [3, с. 61].

Так здійснені нами дослідження засвідчують, що за відсутності творчих рамок, такі унікальні мистецькі витвори щоразу задають нові тренди у сфері видавничої справи та книгорозповсюдження, мають значні переваги над іншими виданнями, а тому потребують детальнішого вивчення редакторами та науковцями з усього світу [2, с. 92].

#### Список використаної літератури

1. Бідун А. В. Артбук // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Артбук> (дата звернення: 30.03.2021).
2. Бідун А. В. Артбук у теоретичному вимірі й у системі практик редактора. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2019. №1 (74). 92 с.
3. Бідун А. В. Типологічна специфіка артбуку як особливого виду книжкового контенту. *Science and education a new dimension. Humanities and Social Sciences*. 2019. №VII (32). 58 с., 61 с.
4. Мільчевич С. І. Комерційний артбук: виокремлення терміну та стилістичні особливості продукту. *Молодий вчений. Мистецтвознавство*. 2020. №4 (80). 536 с.
5. Олашин М. В. Проблеми дефініції поняття «арт-бук» у світовій та українській практиках : матеріали IV Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Київ, 28 верес. 2018 р. Київ, 2018. С. 130–131.
6. Підпригора С. Артбук у просторі літератури: художні особливості. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Філологічні науки (мовознавство та літературознавство)*. Київ, 2018. Вип. 10. 44 с.

**Наукова керівниця:** кандидатка наук із соціальних комунікацій, доцентка Іванченко О. В.

**Назаренко Я. В.**

*Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

## ВНУТРІШНІ РЕСУРСИ АУДІОКНИГИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ

Сучасний український видавничий простір працює в різних напрямках. Друковані книги, звичайно, залишаються найпоширенішим продуктом у цій сфері. Однак у зв'язку з модернізацією суспільства все більшу популярність отримують електронні видання й, зокрема, аудіокниги [6]. Але для того щоб урізноманітнити та зацікавити реципієнта й на цей вид видання, потрібна не лише звичайна начитка тексту, а багато особливостей у його створенні для популяризації книжкового видання.

**Актуальність роботи.** Через збільшення попиту на електронні видання варто розуміти, які чинники необхідні для їхнього створення. Великий вибір платформ для прослуховування аудіокниг дає можливість розширити особливості та внутрішні ресурси формування аудіального видання для зацікавлення сучасного читача. Низка переваг і функцій такого продукту робить актуальним як саме аудіовидання, так і методика його виготовлення. **Метою** роботи є визначення внутрішніх ресурсів аудіокниги як інструменту промоції. ДСТУ 7157:2010. Видання електронні. Основні види та вихідні відомості (Держспоживстандарт України, 2010) визначає поняття «звукове електронне видання» як «електронне видання, що містить цифрове подання звукової інформації у формі, яка дозволяє її прослуховувати». Стандарт вирізняє звукове видання за природою основної інформації серед інших видів електронних видань: мультимедійних, текстових (символьних), образотворчих і програмних продуктів [2, с. 2–3].