

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет Комп'ютерних наук
(повна назва)

Кафедра Медіасистем та технологій
(повна назва)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА Пояснювальна записка

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Розробка мультимедійного журналу-фотобуку музичного виконавця
(тема)

Виконав:

здобувач 4 року навчання,

групи ВПВПС-21-1




Маргарита МОРОЗОВА
(власне ім'я, прізвище)

Спеціальність 186 Видавництво та поліграфія
(код і повна назва спеціальності)

Тип програми освітньо-професійна

Освітня програма

Видавничо-поліграфічна справа
(повна назва освітньої програми)

Керівник  ст. викл. Олексій ХОРОШЕВСЬКИЙ
(посада, власне ім'я, прізвище)

Допускається до захисту
Завідувач кафедри МСТ

(підпис)

Жанна ДЕЙНЕКО
(власне ім'я, прізвище)

2025 р.

Харківський національний університет радіоелектроніки

Факультет _____ Комп'ютерних наук _____
Кафедра _____ Медіасистем та технологій _____
Рівень вищої освіти _____ перший (бакалаврський) _____
Спеціальність _____ 186 Видавництво та поліграфія _____
Тип програми _____ Освітньо-професійна _____
Освітня програма _____ Видавничо-поліграфічна справа _____
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Зав. кафедри МСТ _____
(підпис)
« 19 » травня 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

здобувачеві _____ *Морозової Маргарити Русланівни* _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розробка мультимедійного журналу-фотобуку музичного виконавця

Затверджена наказом по університету від _____ 19 травня 2025 р. № 385 Ст

2. Термін подання здобувачем роботи до екзаменаційної комісії _____ 16 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи

Вид, мета створення і призначення видання; Основні характеристики продукції; варіант поширення; текстові, графічні, аудіо- та відео-матеріали.


4. Перелік питань, що потрібно опрацювати в роботі

Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Аналітичний огляд літератури за темою; Проектування технологічного процесу розробки мультимедійного журналу; Вибір програмних засобів для розробки мультимедійних журналів; Розробка графічного дизайну і модульної сітки мультимедійного журналу; Проектування інформаційної структури мультимедійного журналу; Розміщення інформації в інформаційних модулях і створення навігації мультимедійного журналу; Тестування і публікація мультимедійного журналу; Економічна частина; Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу із зазначенням креслеників, схем, плакатів, комп'ютерних ілюстрацій (п. 5 включається до завдання за рішенням випускової кафедри)

Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу; Аналітичний огляд літератури за темою; Проектування технологічного процесу розробки мультимедійного журналу; Вибір програмних засобів для розробки мультимедійних журналів; Розробка графічного дизайну і модульної сітки мультимедійного журналу; Проектування інформаційної структури мультимедійного журналу; Розміщення інформації в інформаційних модулях і створення навігації мультимедійного журналу; Тестування і публікація мультимедійного журналу; Економічна частина; Висновки.

6. Консультанти розділів роботи (п. 6 включається до завдання за наявності консультантів згідно з наказом, зазначеним у п. 1)

Найменування розділу	Консультант (посада, прізвище, ім'я, по батькові)	Позначка консультанта про виконання розділу	
		підпис	дата
Основна частина	ст. викл. Хорошевський О.І.		09.06.2025
Економічна частина	ас. Легеза О.М.		12.06.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Аналіз завдання на кваліфікаційну роботу	20.05.2025	виконано
2	Аналітичний огляд літератури за темою	21.05.2025	виконано
3	Проектування технологічного процесу розробки мультимедійного журналу	23.05.2025	виконано
4	Вибір програмних засобів для розробки мультимедійних журналів	23.05.2025	виконано
5	Розробка графічного дизайну і модульної сітки мультимедійного журналу	26.05.2025	виконано
6	Розміщення інформації в інформаційних модулях і створення навігації мультимедійного журналу	28.05.2025	виконано
7	Тестування і публікація мультимедійного журналу	29.05.2025	виконано
8	Економічна частина	30.05.2025	виконано
9	Оформлення пояснювальної записки	02.05.2025	виконано
10	Оформлення графічної частини	04.05.2025	виконано

Дата видачі завдання 19 травня 2025 р.

Здобувач



(підпис)

Керівник роботи



(підпис)

ст. викл. Олексій ХОРОШЕВСЬКИЙ
(посада, власне ім'я, прізвище)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи: 60 с., 5 табл., 9 рис., 1 дод., 26 джерел.

МУЛЬТИМЕДІЙНИЙ ЖУРНАЛ, HTML5, ФОТОБУК, ТАЕМІН, ДИЗАЙН, МОДУЛЬНА СІТКА, ІНТЕРАКТИВНІСТЬ, АДАПТИВНІСТЬ, ЦИФРОВЕ ВИДАННЯ, ADOBE CAPTIVATE.

У записці розглянуто всі етапи створення мультимедійного журналу-фотобуку: від аналізу функціонального призначення та вибору програмного забезпечення – до розробки дизайну, модульної сітки, структури, навігації, контентного наповнення, методики тестування й розповсюдження продукту у форматах HTML5.

Готовий журнал експортується в інтерактивному форматі HTML5, що дозволяє ефективно публікувати його на веб-ресурсах, вбудовувати в сайти або надсилати через електронну пошту. Такий формат забезпечує кросплатформеність, зручність доступу та можливість перегляду без додаткового програмного забезпечення.

У підсумку, створення мультимедійного журналу-фотобуку – це комплексний процес, що вимагає поєднання технічних, дизайнерських та контент-менеджерських навичок. Якісний підхід на кожному з етапів гарантує створення продукту, який буде одночасно привабливим, функціональним і зручним у використанні.

ABSTRACT

Explanatory note of qualification work: 60 p., 5 tab., 9 fig., 1 app., 26 sources.

MULTIMEDIA MAGAZINE, HTML5, PHOTO BOOK, TAEMIN, DESIGN, MODULAR GRID, INTERACTIVITY, RESPONSIVENESS, DIGITAL EDITION, ADOBE CAPTIVATE.

This whitepaper covers all stages of creating a multimedia photo book: from analyzing the functional purpose and choosing software to developing a design, modular grid, structure, navigation, content, testing methods, and distribution of the product in HTML5 formats.

The finished magazine is exported in an interactive HTML5 format, which allows you to effectively publish it on web resources, embed it in websites, or send it via email. This format ensures cross-platform compatibility, ease of access, and the ability to view without additional software.

To summarize, creating a multimedia photo book magazine is a complex process that requires a combination of technical, design, and content management skills. A high-quality approach at each stage guarantees the creation of a product that is both attractive, functional and easy to use.

ЗМІСТ

	С.
ВСТУП.....	8
1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ	11
1.1 Визначення видання та його функціональні призначення	12
1.2 Формат, наповнення та вимоги до реалізації	13
1.3 Стратегія розповсюдження та цільова аудиторія	15
1.4 Методологія розробки та очікувані результати	17
2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЖУРНАЛІВ	19
2.1 Поняття мультимедіа та її види	19
2.2 Приклади різних видів мультимедійних видань.....	22
2.3 Мультимедійний журнал-фотобук	28
2.4 Основні етапи створення мультимедійного електронного журналу-фотобуку	31
3 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ЖУРНАЛУ	33
3.1 Формулювання мети та аналіз вимог	33
3.2 Вибір програмного забезпечення та середовища реалізації	34
3.3 Проєктування інформаційної структури мультимедійного журналу	37
3.4 Розробка графічного дизайну і модульної сітки мультимедійного журналу	40
3.5 Розміщення інформації в інформаційних модулях і створення навігації мультимедійного журналу	43
3.6 Тестування і публікація мультимедійного журналу.....	46
4 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА	49
4.1 Розрахунок витрат на розробку мультимедійного видання	50
4.2 Розрахунок заробітної плати та відрахування на соціальні заходи	50
4.3 Амортизація обладнання та програмного забезпечення	52

4.4 Накладні витрати	52
4.5 Розрахунок собівартості та ціни мультимедійного видання	52
ВИСНОВКИ	55
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ	58
ДОДАТОК А Скріншоти готового мультимедійного електронного журналу-фотобуку «Guilty» виконавця Taemin.....	61

ВСТУП

У сучасному інформаційному та цифровому світі, що невпинно еволюціонує, ми є свідками стрімкого зростання популярності мультимедійних видань. Ці інноваційні формати виходять далеко за межі традиційного тексту, інтегруючи аудіо- та відеоматеріали, щоб створити унікальний та занурюючий користувацький досвід.

Одним з таких проявів є журнал-фотобук, який слугує потужним інструментом для підвищення інтерактивності, привабливості та інтересу до музичного виконавця.

Музична індустрія є однією з найбільш динамічних та креативних сфер, що постійно потребує сучасних методів популяризації та ефективних засобів розповсюдження контенту. У цьому контексті фотобук музичного виконавця виступає як надзвичайно ефективний маркетинговий хід. Він не лише сприяє формуванню та зміцненню іміджу артиста, а й відіграє ключову роль у залученні як нових, так і давніх шанувальників. Цей формат дозволяє глибше занурити аудиторію у світ музиканта, розкриваючи його особистість, філософію та творчість з абсолютно різних сторін.

Завдяки візуальному та аудіальному супроводу, фотобук перетворюється на своєрідне вікно у внутрішній світ артиста, надаючи шанувальникам можливість відчувати його емоції, думки та натхнення. Він дозволяє не просто слухати музику, а й побачити її візуальне втілення, зрозуміти контекст її створення та глибше відчувати її послання.

Це створює міцніший зв'язок між артистом та його аудиторією, перетворюючи пасивне споживання контенту на активну взаємодію та емоційне співпереживання.

Актуальність цієї теми зумовлена низкою чинників, перш за все, постійно зростаючою потребою у візуально привабливому та інтерактивному контенті. В епоху цифрових медіа, де інформація доступна в будь-який

момент і з будь-якого пристрою, шанувальники шукають не просто нові пісні, а нові способи взаємодії з улюбленими артистами. Вони прагнуть не лише слухати музику, а й бачити залаштунки творчого процесу, особисті моменти з життя виконавця, ексклюзивні фотографії та відео матеріали. Мультимедійні видання, як-от фотобуки, дозволяють ефектно представити співака та його творчість у сучасному цифровому середовищі, захоплюючи увагу аудиторії своєю інноваційністю та естетикою.

У сучасному світі, перенасиченому інформацією, візуальний контент відіграє вирішальну роль у приверненні та утриманні уваги. Фотобук, будучи багатограним виданням, що поєднує високоякісні зображення, текстові описи, а також, за бажанням, аудіо- та відео-вставки, стає ідеальним інструментом для сторітеллінгу. Він дозволяє розповісти історію артиста, його шлях до успіху, натхнення для створення музики, або ж розкрити концепцію нового альбому.

Це не просто збірка фотографій, а цілісна розповідь, що занурює читача у світ виконавця.

Крім того, мультимедійні фотобуки відкривають нові можливості для інтерактивності. Завдяки інтеграції QR-кодів, посилань на відео-платформи, або ж вбудованих аудіоплеєрів, читачі можуть одразу ж перейти до прослуховування пісень, перегляду кліпів, інтерв'ю чи закулісних кадрів. Це створює безперервний та захоплюючий досвід, де межі між візуальним, аудіальним та текстовим контентом розмиваються, дозволяючи шанувальникам глибше досліджувати творчість артиста.

Метою цієї роботи є детальне вивчення процесу створення мультимедійного видання, яке буде використано для презентації нового музичного альбому виконавця Taemin під назвою «Guilty».

Для досягнення цієї амбітної мети виконано низку послідовних кроків:

- аналіз завдання на кваліфікаційну роботу;
- аналітичний огляд стану проблеми розробки мультимедійних видань;

- проектування технологічного процесу розробки відповідного мультимедійного журналу;
- вибір програмних засобів для розробки мультимедійних журналів;
- проектування інформаційної структури мультимедійного журналу;
- тестування і публікація мультимедійного журналу;
- розрахунок економічної частини кваліфікаційної роботи.

Виконання цієї роботи дозволить не лише продемонструвати можливості мультимедійних видань у музичній індустрії, а й запропонувати конкретні рекомендації та рішення для створення успішного фотобука для презентації нового музичного альбому Taemin «Guilty».

Це стане значущим внеском у розвиток сучасних маркетингових стратегій у сфері музики та розваг.

1 АНАЛІЗ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Ця кваліфікаційна робота присвячена глибокому дослідженню, концептуалізації та практичній розробці інноваційного мультимедійного дурналу-фотобуку. Метою проекту є створення надзвичайно потужного, багатофункціонального та емоційно насиченого інструменту для комплексної, цілісної та сучасної презентації музичного альбому «Guilty» від всесвітньо відомого південнокорейського сольного виконавця Taemin. В умовах сучасної глобалізованої цифрової економіки та надзвичайно високої конкуренції на медіа-ринку, де увага споживачів стала найціннішим і найдефіцитнішим ресурсом, традиційні, статичні методи промоції та розповсюдження контенту вже давно виявилися недостатніми для досягнення значних результатів та довгострокового утримання аудиторії.

Саме тому основна, амбітна мета цього проекту полягає не просто в пасивному інформуванні цільової аудиторії про факт виходу нового музичного твору. Основне завдання - це глибоке, емоційне залучення та інтелектуальне захоплення фанати, створення унікального багатогранного та інтерактивного досвіду взаємодії з творчістю артиста. Ми прагнемо запропонувати продукт, який виходить далеко за рамки звичайного прослуховування музики чи перегляду візуальних матеріалів, занурюючи фанатів у її візуальний, концептуальний, текстовий та аудіальний вимір. Це не тільки значно поглибить їхній емоційний зв'язок з Taemin та його унікальним мистецтвом, але й дозволить їм відчувати себе частиною творчого процесу. Це, в свою чергу, має потенціал не лише збільшити продажі альбому та покращити його позиції в чартах, а й суттєво посилити лояльність існуючої фан-бази, а також ефективно розширити її, перетворивши випадкових слухачів на відданих шанувальників та активних амбасадорів бренду Taemin. Ми створюємо не просто продукт, а цілісну екосистему взаємодії.

1.1 Визначення видання та його функціональні призначення

Наше видання являє собою революційний гібридний формат, що геніально та синергично поєднує в собі найкращі та найефективніші аспекти декількох традиційних медіа-форм: глибину та візуальне багатство фотоальбому, інформативність та структурованість традиційного журналу, а також динамічність та інтерактивність сучасного цифрового контенту. Ця інтеграція дозволяє нам вийти далеко за межі звичного, лінійного подання інформації, що є характерним для друкованих або простих електронних книг. Натомість, ми пропонуємо шанувальникам комплексний, багатогранний та захопливий досвід, що повністю відповідає сучасним цифровим очікуванням та вимогам аудиторії, яка прагне інтерактивності та персоналізації. Користувачі більше не є пасивним спостерігачем, замість цього, вони отримують унікальну можливість динамічно взаємодіяти з контентом, самостійно обираючи свій власний та індивідуальний шлях дослідження, занурюючись у матеріал відповідно до своїх інтересів, настрою та часу, що вони готові присвятити. Це може бути як швидкий перегляд ключових моментів, так і глибоке, вивчення кожної деталі.

Основне функціональне призначення цього інноваційного мультимедійного журналу-фотобуку полягає у всебічній, глибокій та максимально привабливій презентації альбому «Guilty». Але його роль не обмежується лише промоцією музики. Він також слугуватиме потужним засобом для розкриття багатогранної особистості Taemin, його унікального творчого світу, філософії та художнього бачення. Ми прагнемо не просто формально ознайомити аудиторію з новими піснями, а й дати їй можливість відчувати атмосферу альбому на емоційному рівні, глибоко зрозуміти його концепцію, філософський підтекст, ліричні мотиви та інтенсивний емоційний посыл, що стоїть за кожною композицією. Фотобук стане не просто супутнім матеріалом, а повноцінним візуальним та аудіальним доповненням до музики, значно розширюючи її сприйняття та поглиблюючи її вплив на

слухача. Він дозволить фанатам не просто слухати треки, а й буквально «побачити» залаштунки створення альбому, зануритися у творчий процес, відчутти настрій кожної пісні через ретельно підібрані візуальні образи (фотографії, ілюстрації, анімації), що були розроблені самим артистом або його високопрофесійною творчою командою. Це створює більш інтимний, особистий та багатовимірний зв'язок між виконавцем та його слухачами, перетворюючи акт прослуховування музики на справжній мультисенсорний досвід, що запам'ятовується надовго і викликає сильний, глибокий емоційний відгук. Фотобук стає своєрідним інтерактивним екскурсоводом у внутрішній світ артиста, розкриваючи його бачення, джерела натхнення та креативний процес, що призвів до створення «Guilty».

1.2 Формат, наповнення та вимоги до реалізації

Видання буде розроблено виключно в електронному форматі, що є стратегічним та продуманим рішенням у сучасну цифрову еру. Це забезпечить його широку, глобальну доступність на різноманітних цифрових пристроях, включаючи персональні комп'ютери, ноутбуки, планшети та смартфони, незалежно від операційної системи (iOS, Android, Windows). Ця універсальність дозволить фанатам насолоджуватися високоякісним контентом у будь-який час і в будь-якому місці, без будь-яких обмежень, пов'язаних з фізичним розповсюдженням, логістикою, митними зборами чи територіальною прив'язкою. Крім того, цифровий формат відкриває безмежні двері для постійних, оперативних оновлень, інтеграції нового контенту (наприклад, додаткових фотографій, відео з концертів, інтерв'ю після релізу, бонусних треків) та постійного вдосконалення функціоналу у майбутньому, підтримуючи актуальність видання та довгостроковий інтерес до нього. Це також дозволяє збирати аналітичні дані про взаємодію користувачів, що може бути використано для подальшого покращення.

Змістове наповнення журналу-фотобуку буде багатим та різноманітним, включаючи:

- текстові матеріали: біографія Taemin, повні назви та оригінальні тексти пісень з альбому «Guilty», коментарі до них;

- графічні матеріали: високоякісні професійні фотографії Taemin, створені спеціально для цього альбому, що передають його емоції та концепцію, інтуїтивно та естетично привабливі елементи навігації, такі як стилізовані кнопки, що забезпечують легкий перехід між відповідними розділами та матеріалами;

- аудіо-матеріали: фрагменти музичних композицій з альбому, які можна активувати одним натисканням кнопки; це дозволить користувачам “прослухати” настрій пісні, ознайомитися з її звучанням перед повним прослуховуванням альбому. Це створює миттєвий зв’язок між візуальним і звуковим контентом;

- відео-матеріали: включення професійного музичного кліпу головної пісні альбому виконавця, що поглибить візуальний та емоційний досвід користувачів; відео буде інтегроване таким чином, що забезпечить безшовний перегляд без необхідності переходу на зовнішні платформи.

При розробці цього мультимедійного шедевра ми зобов’язані врахувати комплекс вимог, що гарантують його високу якість, функціональність та відповідно ефективність:

- технічні вимоги: забезпечення бездоганної роботи на всій цільовій пристрої, оптимальної швидкості завантаження, високої роздільної здатності, чистоти аудіо та плавності відео; важливо також забезпечити адаптивний дизайн, щоб видання коректно відображається на екранах різного розміру та орієнтації, зберігаючи при цьому цілісність та привабливість такого контенту;

- змістові вимоги: представлена інформація має бути достовірною, актуальною та повною; важливо підтримувати логічну послідовність та

змістову цілістність, щоб розповідь про Taemin та його альбом була послідовною та захоплюючою;

– художні вимоги: дизайн дурналу-фотобуку повинен бути естетично досконалим, відповідати стилю Taemin та візуальній концепції альбому “Guilty”; це включає вибір кольорової палітри, шрифтів, розташування елементів, що створюють гармонійний та привабливий вигляд;

– ергономічні вимоги: максимальна зручність використання для користувача; інтерфейс має бути інтуїтивно зрозумілим, навігація - простою та ефективною, дозволяючи фанатам легко знаходити потрібну інформацію та насолоджуватися контентом без зайвих зусиль.

1.3 Стратегія розповсюдження та цільова аудиторія

Для забезпечення максимального охоплення аудиторії та ефективної популяризації альбому, журнал-фотобук буде розповсюджуватися кількома відповідними способами:

– придбання на офіційному сайті виконавця: цей канал розповсюдження є фундаментальним і стратегічно важливим. Він дозволить не лише контролювати якість відображення контенту та забезпечити його безперебійну, стабільну роботу, але й надавати додаткові, ексклюзивні можливості для взаємодії та монетизації. Це може включати ексклюзивний доступ до бонусного контенту (наприклад, невидані фотографії, додаткові відео з концертів або репетицій, ексклюзивні демо-версії треків, ранній доступ до нового матеріалу), бонуси для покупців (спеціальні знижки на офіційний мерч, участь у закритих розіграшах, можливість отримати автограф), або тісну інтеграцію з офіційним фан-клубом Taemin для створення відчуття приналежності до особливої, закритої спільноти. Офіційний сайт є центральним хабом для фанатів, і розміщення фотобуку саме там підкреслить його цінність, офіційний статус та ексклюзивність, стимулюючи прямі продажі;

– соціальні мережі: активне та стратегічно сплановане поширення посилань на журнал-фотобук через всі популярні соціальні мережі, де зосереджена основна аудиторія шанувальників Taemin (наприклад, X (колишній Twitter), Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, Reddit, Weibo, Weverse), є життєво важливим компонентом стратегії. Це забезпечить вірусне поширення контенту завдяки репостам, лайкам, коментарям та рекомендаціям фанатів, що є найефективнішим органічним способом розповсюдження. Це також дозволить залучення нових фанатів через органічний інтерес, використання релевантних хештегів, участь у трендах та, за потреби, таргетовану рекламу, орієнтовану на демографічні та психографічні характеристики аудиторії k-pop. Крім того, соціальні мережі створять платформу для можливості інтерактивної взаємодії та обговорення контенту безпосередньо в коментарях та групах, що сприятиме формуванню активної та лояльної спільноти навколо альбому та артиста. Рекламні кампанії в соціальних мережах можуть бути націлені на аудиторію, яка цікавиться k-pop, корейською культурою, модою, танцями та суміжними музичними жанрами.

Цільова аудиторія цього мультимедійного видання чітко визначена: це віддані шанувальники музики та культури Південної Кореї, зокрема поціновувачі творчості Taemin. Як правило, це молоді люди віком від 12 до 30 років, які активно цікавляться сучасними тенденціями в музиці, моді та культурі. Вони звикли до швидкого доступу до інформації, цінують візуальну привабливість, інтерактивність та можливість персоналізації контенту. Важливо, щоб видання резонувало з їхніми інтересами та ціннісними орієнтирами, пропонуючи не лише музику, а й глибоку візуальну естетику, концептуальні ідеї, які змушують замислитися та викликають емоційний відгук, а також унікальну можливість глибше пізнати артиста, його внутрішній світ, філософію та джерела його натхнення. Це покоління цінує ексклюзивність, автентичність та можливість відчувати себе ближче до своїх кумирів, не просто як до виконавців, а як до особистостей. Мультимедійний

фотобук покликаний задовольнити саме ці потреби, створюючи не просто продукт, а справжній, незабутній досвід взаємодії, що перетворює звичайне слухання музики на цілу подорож [1].

1.4 Методологія розробки та очікувані результати

Для успішної реалізації проєкту буде розроблено детальний сценарій, який охоплюватиме всі етапи від початкової концепції до фінальної публікації. Це включатиме визначення структури розділів, послідовності подачі матеріалів, інтерактивних елементів та загального візуального стилю. На основі сценарію буде здійснено ретельний вибір необхідних інструментів та програмного забезпечення, що дозволять ефективно створити, оптимізувати та опублікувати мультимедійний контент. Це можуть бути професійні програми для графічного дизайну, віжеомонтажу, веб-розробки та інтерактивного видавництва.

Особлива, пріоритетна увага буде приділена адаптивності видання, як того вимагають сучасні стандарти та останні дослідження у сфері електронного видавництва.

Це означає, що журнал-фотобук буде бездоганно відображатися та функціонувати на будь-якому пристрої – від великих десктопних моніторів та смарт-телевізорів до компактних екранів смартфонів, зберігаючи при цьому високу якість текстових, аудіо- та відео-матеріалів, незалежно від розміру екрана, його роздільної здатності чи орієнтації (портретної/альбомної). Інтерфейс та вигляд видання будуть автоматично підлаштовуватися під конкретну платформу та орієнтацію екрана, забезпечуючи оптимальний користувацький досвід та легкість взаємодії, незалежно від використовуваного гаджета.

Це гарантує, що контент буде виглядати привабливо, читабельно та функціонально на будь-якій платформі, значно збільшуючи доступність для

широкої аудиторії та мінімізуючи технічні бар'єри. Регулярне тестування на різних пристроях та браузерах буде обов'язковим [2].

Отже, результатом кваліфікаційної роботи стане інноваційний та високоякісний мультимедійний журнал-фотобук, присвячений альбому Taemin «Guilty».

Цей продукт не лише ефективно приверне увагу шанувальників, а й суттєво підвищить їхню зацікавленість до творчості артиста, стимулюючи подальше дослідження його музики та особистості.

2 АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СТАНУ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ЖУРНАЛІВ

2.1 Поняття мультимедіа та її види

Мультимедіа – це не просто сукупність типів інформації, а комплексна та багатогранна системна технологія, яка інтегрує та синхронізує різноманітні компоненти, такі як графіка, текст, аудіо та відео. Сам термін «мультимедіа» походить від англійських слів «multi» (що означає «множинний», «той, що складається з багатьох частин») та «media» (що перекладається як «середовище», «засіб»). Дослівно він означає «багато середовищ» або «багатоканальна передача інформації». Ця технологія дозволяє передавати та сприймати інформації/ значно більш повноцінно, ефективно та захопливо, ніж традиційні лінійні та мономедійні методи. Її ключова перевага полягає в тому, що вона одночасно задіює різні види сприйняття інформації користувача, тим самим посилюючи щापам'ятовування, сприяючи глибшому розумінню та створюючи емоційний відгук. мультимедіа виходить за рамки статичного подання даних, пропонуючи динамічний, інтерактивний та персоналізований досвід. Це зміна уявлення та понять від пасивного спожавання до активної взаємодії [3].

На основі цього фундаментального визначення, мультимедійне електронне видання можна охарактеризувати як завершений, самостійний інформаційний продукт, що має чітко визначені концептуальні межі змісту. Ці межі обумовлені його смисловою цілісністю (наприклад, альбом, тема, подія) та забезпечують зручний і логічний функціонал для користувача. Важливою особливістю таких видань є їхня унікальна здатність поєднувати не лише статичні типи середовищ (наприклад, нерухомий текст, зображення), а й динамічні (такі як аудіозаписи, відеоролики, анімація). Ці динамічні елементи можуть відображатися та відтворюватися одночасно, а головне –

бути інтерактивно керованими в межах самого продукту. Це означає, що користувач не просто пасивно переглядає інформацію, а й може активно взаємодіяти з нею: запускати відео за своїм бажанням, слухати аудіо коментарі до конкретних елементів, переходити за внутрішніми та зовнішніми посиланнями, налаштовувати параметри відображення. Це перетворює процес споживання контенту на активну, захопливу та персоналізовану подорож, на відміну від лінійного читання книги чи перегляду фільму.

Найбільш поширеними формами реалізації мультимедійних видань є різноманітні файлові формати, такі як PDF, EPUB, FB2 та HTML. Ці формати дозволяють створювати електронні книги, журнали та веб-сторінки з інтегрованими медіа-елементами. Однак, сучасний бурхливий розвиток технологій, особливо в галузі мобільних обчислень та ширококутового інтернету, значно розширив ці можливості. Тепер мультимедійні видання часто існують у вигляді мобільних застосунків (додатків для смартфонів і планшетів) або веб сайтів, що забезпечують ще більшу інтерактивність, доступність та адаптивність. Ці платформи дозволяють вбудовувати складні інтерактивні елементи (ігри, симуляції), витончену анімацію, інтелектуальні системи рекомендацій та повноцінний адаптивний дизайн, що значно покращує користувацький досвід та розширює функціональні можливості [4].

Наразі універсальної та загально визнаної класифікації видань не існує. Проте, їх можна систематизувати, взявши за основу міждержавний стандарт ГОСТ 7.83-2001 «Електронні видання. Основні види та вихідні відомості» [5]. Згідно з цим стандартом, мультимедійні видання можуть бути поділені за такими критеріями:

а) за наявністю друкованого еквіваленту:

1) мультимедійний аналог друкованого видання: електронна версія, яка точно або майже точно відтворює зміст і структуру існуючого видання (наприклад, електронна версія газети або книги);

2) самостійне мультимедійне видання: оригінальний продукт, розроблений спеціально для цифрового середовища, який не має прямого друкованого відповідника;

б) за способом поширення:

1) мережеве: поширюється через мережу Інтернет, доступ до якого здійснюється через веб-браузери або спеціальні онлайн платформи (наприклад, веб-журнали, онлайн-енциклопедії);

2) локальне: розповсюджується на фізичних носіях інформації (CD, DVD, USB-накопичувачі) або встановлюється безпосередньо на пристрій користувача без постійного підключення мережі (наприклад, програмні енциклопедії, освітні курси);

3) комбіноване: поєднує елементи мережевого та локального розповсюдження, наприклад, базовий вміст доступний офлайн, а оновлення та додаткові матеріали завантажуються з мережі;

в) за взаємодією користувача з електронним виданням:

1) лінійне: інформація подається послідовно, без можливості користувача значно впливати на хід її перегляду (наприклад, відеофільм, аудіокнига без інтерактивних елементів);

2) інтерактивне: користувач може активно взаємодіяти з контентом, обирати шлях перегляду, активувати різні елементи, змінювати параметри відображення (наприклад, ігрові додатки, інтерактивні енциклопедії, навчальні симулятори);

г) за періодичністю виходу:

1) періодичне: виходить з певною регулярністю (щоденно, щотижнево, щомісячно тощо);

2) неперіодичне: видається одноразово і не передбачає продовження (наприклад, окремий фотобук, електронна книга);

3) серійне: виходить частинами або томами, але не з чітко визначеною періодичністю, об'єднане загальною назвою (наприклад, серія відповідних електронних довідників);

4) оновлювальне: видання, що періодично оновлюється або доповнюється новою інформацією, але без чітких періодичності (наприклад, онлайн-словники, бази даних);

5) те, що продовжується: видання, яке планується випускати протягом невизначеного часу, додаючи нові матеріали поступово;

д) за цільовим призначенням:

1) довідкове: призначене для швидкого пошуку та отримання довідкової інформації (енциклопедії, словники);

2) художнє: твори художньої літератури, мистецтва (електронні книги, фотоальбоми тощо);

3) навчальне: створене для освітніх цілей (інтерактивні підручники, онлайн-курси тощо);

4) науково-популярне: популяризує наукові знання у доступній формі;

5) для дозвілля: призначене для розваг та відпочинку (ігри, інтерактивні книги-симулятори).

2.2 Приклади різних видів мультимедійних видань

Різноманітність мультимедійних видань можна проілюструвати на прикладі популярних цифрових продуктів.

«Duolingo» (рис. 2.1). Це яскравий приклад інтерактивного мультимедійного електронного видання у формі мобільного додатку та веб-платформи, основне призначення якого - вивчення іноземних мов. Duolingo гармонійно інтегрує текстову інформацію (слова, фрази, правила), графічні елементи (ілюстрації, значки, аватари), аудіо (вимова слів та фраз носіями мови) та навіть відео (короткі пояснення або анімовані сцени). Важливою особистістю є виконання гейміфікованих елементів навчання (система балів, рівнів, нагород, щоденні завдання), що значно підвищує мотивацію користувача до здобуття нових знань та підтримує його залученість [6].



Рисунок 2.1 – Освітній мобільний додаток «Duolingo»

«Encyclopedia Britannica» (рис. 2.2): ця універсальна англomовна енциклопедія, що вважається однією з найстаріших та найавторитетніших у світі, функціонує як комплексне мультимедійне джерело знань. У своїй цифровій версії вона містить не лише глибокі та всебічні текстові статті з детальною інформацією, а й численні зображення (високоякісні фотографії, деталізовані ілюстрації, інфографіка, діаграми), інтерактивні карти (що дозволяють досліджувати географічні, історичні або демографічні дані з можливістю масштабування та шарів), аудіозаписи (наприклад, правильна вимова складних термінів, уривки історичних промов, фрагменти музичних творів, звуки природи) та відеоматеріали (короткі документальні ролики, анімації, пояснення складних концепцій), що значно розширюють розуміння представленої інформації та надають їй додаткових вимірів. Це класичний приклад довідкового інтерактивного мультимедійного видання, доступного як онлайн, так і в деяких офлайн-версіях [7].



Рисунок 2.2 – Інтерактивна енциклопедія «Encyclopedia Britannica»

«National Geographic Interactive» (рис. 2.3): цей безкоштовний інтерактивний ресурс є унікальним прикладом, що дозволяє користувачам не просто переглядати, а активно створювати власні мапи на основі даних National Geographic. Користувачі можуть налаштовувати свої мапи, додавати маркери, географічні риси, власні позначки та інші елементи, що перетворює вивчення географії, екології або історії на захоплюючий та практичний досвід. Це видання активно використовує графічні дані (деталізовані карти, супутникові знімки, фотографії ландшафтів) та елементи інтерактивності (функції редагування, збереження, обміну результатами), що допомагає закріпити та візуалізувати знання з географії, перетворюючи пасивне сприйняття на активну творчу діяльність та дослідження. Це чудовий приклад навчального мультимедійного видання з дуже високим рівнем інтерактивності [8].



Рисунок 2.3 – «National Geographic Interactive»

«Audible» (рис. 2.4): цей додаток є яскравим прикладом мультимедійного видання, орієнтованого майже виключно на аудіоконтент. Він призначений для прослуховування аудіокниг, надаючи доступ до величезної бібліотеки наративних творів, що озвучені професійними дикторами, відомими акторами або самими авторами. Основний елемент мультимедіа тут – це високоякісне аудіо, що дозволяє споживати контент у форматі, зручному для прослуховування в дорозі, під час занять спортом,

домашніх справ чи інших активностей, коли візуальне сприйняття обмежене або неможливе. Це приклад художнього мультимедійного видання, що поширюється мережево за моделлю підписки [9].



Рисунок 2.4 – «Audible»

«AppleNews+» (рис. 2.5): це мультимедійне видання у формі мобільного додатку та сервісу підписки, що надає користувачам доступ до широкого спектру статей, журналів та інших періодичних видань від провідних світових видавців. Платформа поєднує текстовий контент з якісними зображеннями, професійними фотографіями, анімованою графікою (наприклад, анімовані обкладинки журналів, інфографіка) та іноді відео, пропонуючи збагачений досвід читання, що виходить за рамки звичайної текстової подачі інформації. Завдяки інтеграції різних типів медіа, читачі отримують більш повне, динамічне та захопливе сприйняття новин та статей, часто з інтерактивними елементами, такими як гортання сторінок з анімацією. Це періодичне, мережеве мультимедійне видання, що працює за моделлю підписки [10].

«Клуб романтики» (рис. 2.6): цей приклад є популярною інтерактивною книгою-симулятором, розробленою молдавською компанією Your Story Interactive. Це ігрове мультимедійне видання, де текстовий сюжет (розповідь історії, діалоги персонажів) поєднується з візуальними новелами (високоякісна статична та анімована графіка, анімація персонажів та фонів,

що змінюються залежно від дій), музичним супроводом(фонова музика, що створює атмосферу) та ключовою можливістю вибору дій користувача, що впливають на розвиток сюжету, стосунки між персонажами та кінцівку історії. Цей формат є яскравим прикладом мультимедіа для дозвілля, що демонструє високий рівень інтерактивності та сюжетної варіативності, створюючи персоналізований досвід для кожного гравця [11].



Рисунок 2.5 – «AppleNews+»



Рисунок 2.6 – «Клуб романтики»

«WEBTOON» (рис. 2.7): це південнокорейська платформа для цифрових коміксів, спеціально розроблених для читання на мобільних пристроях. Вона відрізняється вертикальним форматом прокрутки, що ідеально підходить для смартфонів та планшетів, дозволяючи безперервно

занурюватися в історію. WEBTOON є поєднанням графічного контенту (деталізовані коміксові панелі, часто виконані в яскравих кольорах та динамічному стилі) з текстом (діалоги, оповідь), а також часто включає фонову музику та звукові ефекти, створюючи повний мультимедійний досвід, що посилює емоційне занурення в історію та дії персонажів. Це приклад художнього періодичного мультимедійного видання, що поширюється мережею та має глобальну аудиторію[12].

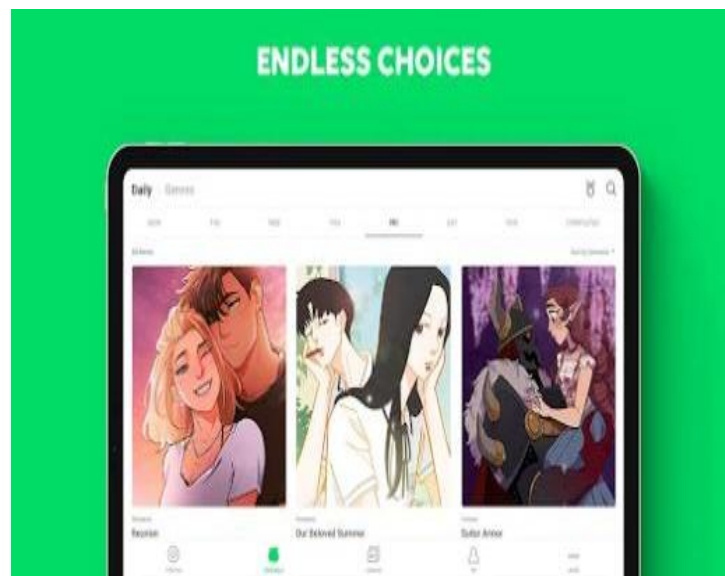


Рисунок 2.7 – «WEBTOON»

На основі даної інформації було проведено аналіз та порівняння перерахованих мультимедійних видань, висновки котрих можна подивитись у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Порівняльна таблиця аналогів мультимедійних видань

Мультимедійне видання	Переваги	Недоліки
Encyclopaedia Britannica	Авторитетне джерело; високий рівень наукової достовірності; доступ до великої бази знань.	Платний доступ; інтерфейс менш динамічний порівняно з сучасними платформами.
National Geographic Interactive	Яскраві візуальні матеріали; інтерактивність; глибокі аналітичні статті.	Може бути орієнтоване більше на популяризацію, ніж на академічність.

Продовження таблиці 2.1

Мультимедійне видання	Переваги	Недоліки
Audible	Зручність прослуховування в будь-якому місці; широкий вибір аудіокниг і подкастів.	Потребує платної підписки; залежність від якості інтернету або пам'яті пристрою.
AppleNews+	Широкий вибір джерел; персоналізовані новини; інтеграція з екосистемою Apple.	Доступний тільки на пристроях Apple; потребує платної підписки.
Клуб романтики	Інтерактивні історії; можливість вибору сюжету; приваблива графіка.	Може містити внутрішні покупки; орієнтовано на вузьку аудиторію.
Webtoon	Великий вибір жанрів; зручний формат читання; підтримка молодих авторів.	Більшість матеріалів аматорські; залежність від інтернету для перегляду.

2.3 Мультимедійний журнал-фотобук

Мультимедійний журнал-фотобук – це сучасне, передове електронне видання, яку гармонійно інтегрує в собі різноманітні елементи: розгорнутий текст, високоякісні зображення, динамічне відео, атмосферне аудіо та різноманітні інтерактивні компоненти, такі як внутрішні та зовнішні посилання, анімації, інтерактивні карти, гейміфіковані елементи, вбудовані опитування, викторини, механізм коментарів та багато іншого [3]. Цей інноваційний формат дозволяє створити надзвичайно привабливу, візуально яскраву та глибоко інформативну розповідь на певну тему, надаючи користувачеві багатогаровий та занурюючий досвід. У контексті нашої роботи, а саме презентації нового музичного альбому Taemin «Guilty», такий формат ідеально підходить, оскільки він виходить за рамки звичайного, пасивного прослуховування музики, перетворюючи його на цілісне візуальне, інтерактивне та емоційне шоу.

Завдяки своїм безпрецедентним інтерактивним можливостям, журнал-фотобук здатен привернути значну увагу до виконавця та його творчості, не лише інформуючи, а й спонукаючи ще більшу аудиторію до глибинної

зацікавленості та активної взаємодії. Це не просто статична збірка інформації, а динамічна, жива платформа, що дозволяє фанатам глибше зануритися у світ артиста, досліджувати його творчість під різними кутами зору, отримувати ексклюзивний контент та відчувати себе невід'ємною частиною його мистецького всесвіту.

Основні ключові переваги мультимедійного видання для ефективної презентації музичного виконавця полягають у наступних відповідних стратегічних аспектах:

– візуальна привабливість та ефект занурення: інтеграція високоякісних фотографій, професійних відеоматеріалів та графічних елементів створює надзвичайно потужний візуальний вплив; це дозволяє не лише передати настрій альбому «Guilty», а й досконало презентувати унікальний візуальний стиль виконавця, його багатогранну особистість, харизму та художнє бачення; це є критично важливим для музичної індустрії, де імідж, візуальна естетика та артистичний перформанс відіграють величезну, а іноді й вирішальну роль у формуванні бренду артиста; яскраві, продумані образи запам'ятовуються значно краще і викликають сильніші, глибші емоції, ніж сухий текст;

– краще засвоєння та роцуміння інформації: інтерактивність та різноманітність візуальних і аудіовізуальних матеріалів значно підвищують ефективність сприйняття інформації; користувачі краще запам'ятовують і розуміють контент, коли він подається у динамічній та інтерактивній формі; це відбувається завдяки тому, що задіюються різні канали пам'яті (візуальна, слухова, кінестатична) та обробки інформації в мозку, створюючи багатомірний досвід; інформація стає не просто набором фактів, а історією, що занурює;

– мотивація та залученість аудиторії: мультимедійні матеріали привертають більше інтересу та утримують увагу користувача значно довше, ніж статичний текст; можливість взаємодії, вибору вдасного шдяху перегляду, активізації інтерактивних елементів, участь у викторинах або

голосуваннях створює відчуття контролю, особистої участі та співтворчості; це значно підвищує внутрішню мотивацію до вивчення контенту та його відповідного глибинного осмислення, перетворюючи пасивного сподивача на активного учасника;

– інтерактивність: мультимедійний журнал-фотобук надає користувачеві широкі, інноваційні можливості взаємодії з інформацією; це можуть бути: кнопки для прослуховування пісень, перегляду відео, переходу за посиланням на соціальні мережі артиста, платформи для стрімінгу, магазини мерчу;

– комплексність та багат шаровість: мультимедійний журнал-фотобук є цілісним, комплексним продуктом, що поєднує в собі різні види інформації (текст, аудіо, відео, графіка); це дозволяє подати інформацію про виконавця та його творчість від біографічних фактів до глибокого аналізу лірики та візуального стилю; це створює цілісну, повну та багат шарову картину, яка розкриває всі нюанси мистецтва Taemin, дозволяючи фанатам знайти для себе нові смисли при кожному перегляді;

– універсальність та доступність: можливість переглядати матеріал з різних пристроїв (стаціонарні комп'ютери, ноутбуки, планшети, смартфони) забезпечує максимальну доступність для цільової аудиторії, незалежно від їхніх технічних уподобань, фінансових можливостей чи географічного розташування; це значно розширює охоплення та дозволяє фанатам насолоджуватися високоякісним контентом у будь-якій ситуації та в будь-який час.

Мультимедійний журнал надає безмежні можливості для творчої, візуальної та аналітичної презентації альбому виконавця. Електронне видання дозволяє візуалізувати творчість виконавця в унікальний спосіб, гармонійно поєднуючи тексти пісень, високоякісні концепт-фотографії, а також передачу настрою та емоцій через продуману кольорову гаму, анімаційні ефекти та інтерактивні елементи, які підсилюють емоційний відгук. Надзвичайно важливим є можливість інтегрувати аудіо та відео –

основні та найважливіші матеріали для просування артиста. Це дозволяє користувачам не просто читати, а й аналітично осмислювати сенс кожної пісні, прослуховуючи її текст та одночасно прослуховуючи музику, що створює потужний синергетичний ефект, де слова та звук підсилюють один одного. Такий формат відкриває простір для повного творчого самовираження артиста та його команди, оскільки він може бути оформлений у власному унікальному стилі, дозволяючи передати стан, думки, емоції та настрої музичного виконавця безпосередньо аудиторії, не обмежуючись рамками традиційних, лінійних форматів.

На мою особисту думку та з огляду на сучасні тенденції медіаспоживання, на даний час, мультимедійний журнал-фотобук є одним з найефективніших, інноваційних та перспективних способів розповсюдження інформації та промоції в будь-якій сфері діяльності, а особливо в музичній індустрії. У ній візуальна та аудіовізуальна складові відіграють ключову роль у формуванні образу артиста, побудові його бренду та успішному просуванні його творчості на глобальному ринку. Це не просто інструмент, а повноцінний досвід, що залишає глибокий слід.

2.4 Основні етапи створення мультимедійного електронного журналу-фотобуку

Створення високоякісного та ефективного мультимедійного електронного журналу-фотобуку для музичного виконавця - це структурований, багатогранний та поетапний процес, який включає наступні ключові кроки [13]. Кожен етап є взаємопов'язаним і забезпечує логічний, систематичний та ефективний розвиток проєкту від початкової ідеї до успішної реалізації та публікації (рис. 2.8).



Рисунок 2.8 – Схематичне представлення етапів створення мультимедійного електронного журналу-фотобуку

Ці етапи забезпечують систематичний, структурований та ефективний підхід до створення складного мультимедійного продукту, яким є журнал-фотобук. Дотримання цієї методології дозволяє досягти високої якості, функціональності, естетичної привабливості та максимальної залученості цільової аудиторії, перетворюючи звичайний інформаційний продукт на захопливий інтерактивний досвід.

3 ПРОЄКТУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ЖУРНАЛУ

Проектування технологічного процесу розробки мультимедійного журналу-фотобуку є складним і багатоступеневим завданням, яке охоплює низку послідовних етапів, кожен з яких має вирішальне значення для досягнення якісного кінцевого результату. У центрі цього процесу знаходиться не лише технічна реалізація, але й концептуальне розуміння цілей, цільової аудиторії та змістового наповнення, що має бути інтегроване в єдиний, логічно побудований, мультимедійний продукт.

3.1 Формулювання мети та аналіз вимог

Проектування технологічного процесу розробки мультимедійного журналу-фотобуку передбачає поетапну реалізацію завдань, які охоплюють: постановку цілей, аналіз вимог, розробку інформаційної архітектури, формування структури контенту, створення дизайну, вибір інструментів, реалізацію мультимедійних компонентів та забезпечення адаптивності. У даному розділі розглянуто основні етапи, що були застосовані під час створення інтерактивного електронного журналу «Guilty» виконавця Taemin.

На першому етапі була визначена мета створення мультимедійного журналу: представлення нового альбому виконавця Taemin у формі інтерактивного журналу, який поєднує фото, текст, відео, аудіо та навігаційні елементи. Основна функція – формування позитивного іміджу артиста, залучення молодіжної цільової аудиторії (12–30 років), стимулювання до перегляду та подальшого поширення в соціальних медіа.

Були встановлені такі вимоги:

- технічні: адаптивність до різних екранів, підтримка HTML5;
- ергономічні: інтуїтивна навігація, зручність взаємодії;

- художні: естетичний мінімалізм, стиль відповідно до візуальної концепції альбому;
- функціональні: мультимедійність, інтерактивність, можливість оновлення контенту.

3.2 Вибір програмного забезпечення та середовища реалізації

Розробка мультимедійного електронного журналу-фотобуку потребує ретельного підбору програмного забезпечення, яке забезпечує щручне інтегрування різні типів контенту: тексту, графіки, відео, аудіо та анімаційних ефектів. Основними критеріями при виборі інструментів виступають мультимедійні можливості, рівень інтерактивності, адаптивність до різні пристроїв, простота використання, а також можливість експорту до веб форматів або мобільній застосунків.

Було обрано для порівняння декілька популярних програм, які використовуються для створення електронних мультимедійних видань. Нижче представлено аналіз та порівняння п'яти найбільш релевантних інструментів: Adobe Captivate, Genially, Canva, Adobe Acrobat Pro та Microsoft Sway (табл. 3.1).

Кожен із цих інструментів має власні переваги, які роблять його доцільним для певного типу проєктів, однак для повноцінного створення інтерактивного мультимедійного журналу-фотобуку музичного альбому «Guilty» виконавця Taemin найбільш оптимальним рішенням виявився саме Adobe Captivate.

Canva вирізняється дуже простим і зручним у використанні інтерфейсом, що підходить для швидкого створення презентацій із використанням фото, відео та анімацій. Проте функціонал інтерактивності в Canva обмежений, а повноцінна робота зі звуком можлива тільки у PRO-версії. Це звужує можливості реалізації сценаріїв взаємодії з користувачем, що є критично важливим у мультимедійному фотобуці.

Таблиця 3.1 – Порівняльна таблиця інструментів для створення мультимедійних електронних видань.

Інструмент	Мультимедійні можливості	Інтерактивність	Простота використання	Адаптивність	Переваги
Adobe Captivate	Фото, відео, аудіо, анімації, вбудований HTML5	Висока підтримка сценаріїв, тестів, переходів	Середній рівень	Висока (адаптивний дизайн для екранів)	Професійний рівень, гнучкість, підтримка SCORM, потужна взаємодія з користувачем
Canva	Фото, відео, анімація, звук(у PRO-версії)	Обмежена (презентаційний рівень)	Дуже проста	Помірна	Готові шаблони, зручний онлайн-інтерфейс, швидкий старт
Adobe Acrobat Pro	Фото, відео, аудіо в PDF	Мінімальна (гіперпосилання, кнопки в PDF)	Середній рівень	Слабка (неадаптивні сторінки PDF)	Підтримка мультимедіа в PDF, професійна верстка, безпечний формат
Microsoft Sway	Фото, відео, інтерактивні блоки	Обмежена (переходи, інтерактивні вставки)	Дуже проста	Висока	Онлайн-доступ, швидке створення візуальних історій, автосатичне масштабування
Genially	Фото, відео, звук, інтерактивні графіки, кнопки	Висока (переходи, інтерактивні діаграми тощо)	Середній рівень	Висока	Інтерактивність без коду, сучасний дизайн, готові шаблони для інтерактивних презентацій

Adobe Acrobat Pro надає можливість вбудовування відео та аудіо у PDF-документи, має професійні засоби верстки, але підтримує лише базову інтерактивність. Крім того, PDF-документи не є адаптивними для мобільних пристроїв, що обмежує зручність перегляду кінцевого продукту.

Microsoft Sway дозволяє створювати візуально привабливі презентації в онлайн-середовищі, пропонує елементи інтерактивності та автоматичне масштабування. Проте його функціональність обмежується шаблонними переходами та вставками, і він не підтримує повноцінні сценарії чи логіку взаємодії з користувачем, що важливо у фотобуці, де сюжетна побудова має велике значення.

Genially – сучасний інструмент із високим рівнем інтерактивності, що дозволяє створювати графіки, інтерактивні діаграми, анімації без знання коду. Його переваги включають велику кількість шаблонів, адаптивний дизайн і гарну візуалізацію. Проте створення складних нелінійних сценаріїв логіки переходів між слайдами, підтримка SCORM або глибока взаємодія з користувачем потребують додаткових рішень.

На відміну від перелічених вище платформ, Adobe Captivate пропонує найвищий рівень мультимедійних можливостей: підтримка фото, відео, аудіо, анімацій, інтеграція HTML5, вбудовані тести, переходи, тригери та сценарії. Він дозволяє створювати повністю адаптивні проекти, які автоматично підлаштовуються під розмір екрану користувача, незалежно від пристрою. Це особливо актуально для сучасного цифрового середовища, де більшість користувачів переглядає контент з мобільних пристроїв.

Ключовими перевагами Adobe Captivate також є підтримка стандарту SCORM, що відкриває можливості використання фотобуку в освітніх та тренінгових платформах, а також гнучкість дизайну й потужна взаємодія з користувачем. Завдяки розвиненій системі тригерів та умовної логіки можна створити інтерактивну навігацію, інтегрувати відеокліпи, фрагменти пісень, анімації та супровідні тексти, що створює ефект глибокого занурення в атмосферу музичного альбому «Guilty».

Таким чином, вибір Adobe Captivate є обґрунтованим і цілеспрямованим рішенням. Цей інструмент забезпечує високоякісну реалізацію мультимедійного журналу-фотобуку як з технічної, так і з творчої точки зору, дозволяючи досягти поставленої мети – створити інноваційний,

інтерактивний, адаптивний і візуально привабливий продукт, який повністю відповідає естетиці та концепції музичного альбому Taemin.

3.3 Проектування інформаційної структури мультимедійного журналу

Проектування інформаційної структури мультимедійного журналу – це один з ключових етапів розробки інтерактивного електронного видання, що визначає логіку представлення контенту, зв'язки між елементами та зручність взаємодії користувача з продуктом.

У межах цього етапу формуються ієрархія сторінок, розподілення матеріалів, структура навігації, а також визначається оптимальний формат подання мультимедійного контенту.

Інформаційна структура має вирішальний вплив на сприйняття контенту, навігаційну логіку, взаємодію користувача з журналом, а також на загальну ефективність презентації музичного альбому.

Побудова інформаційної структури базується на таких принципах:

- логічність і послідовність: контент організовано у вигляді тематичних блоків, що плавно переходять один в інший;
- ієрархічність: вся інформація має чітке підпорядкування (головна сторінка – підрозділи – елементи);
- інтерактивність: кожен розділ містить динамічні елементи: відео, кнопки, анімацію;
- універсальність: зручний доступ до матеріалів із будь-якого пристрою – ПК, смартфона чи планшета;
- адаптивність: структура налаштовується під розмір екрана користувача без втрати функціоналу.

Виходячи з мети журналу «Guilty» – презентації альбому Taemin – інформаційна структура була поділена на логічні тематичні розділи (табл. 3.2). Кожен розділ супроводжується інтерактивною навігацією, що забезпечує швидкий перехід між тематичними блоками.

Таблиця 3.2 – Основні розділи та їх вміст

№	Назва розділу	Вміст
1	Головна сторінка	Назва альбому, кнопка почати, інтро-анімація
2	Біографія виконавця	Основні факти про Таемін, фото, цитати, інтерактивна хронологія
3	Відеокліп “Guilty”	Відео плеєр, короткий опис, кнопка «Переглянути кліп»
4	Треклист альбому	Назви пісень, тексти, кнопка «Слухати», обкладинки пісень
5	Концепт-фото альбому	Галерея зображень, ефекти масштабування та підписів
6	Соціальні мережі та контакти	Гіперпосилання на офіційні сторінки

У процесі розробки мультимедійного журналу-фотобуку одним із ключових завдань стало створення відчуття повного занурення в музичну атмосферу альбому. Для цього було визначено необхідність гармонійного поєднання текстових, візуальних та аудіовізуальних матеріалів із дотриманням балансу між інформативністю, емоційністю та інтерфейсною зручністю. Надмірна кількість одного виду контенту може викликати перевантаження або втрату інтересу, тому було розроблено структурну модель із чітким відсотковим співвідношенням для кожного типу матеріалу.

Текстовий контент займає приблизно 30% від загального обсягу. Це дозволяє донести ключову інформацію – біографічні дані, інтерпретації композицій, короткий відгук про пісні – без перенасичення сторінок. Для оформлення тексту були обрані чіткі сучасні шрифти, розставлено візуальні акценти за допомогою заголовків і підзаголовків, використано марковані списки для зручного читання. Такий підхід забезпечує структурованість і легке сприйняття, сприяє навігації в межах статей та тематичних блоків.

Зображення також складають приблизно 30% контенту. Це високоякісні фото самого Таемін у різних образах, стилізовані фотосесії, а також обкладинки синглів і фрагменти дизайну альбому. Для візуального представлення використано адаптивні галереї та слайдери, які дозволяють

гнучко переглядати контент на будь-якому пристрої. Завдяки такому візуальному супроводу посилюється емоційна складова й формується унікальна естетика фотобуку, що відповідає стилю виконавця.

Аудіо матеріали займають близько 20% і включають фрагменти пісень із альбому «Guilty», атмосферні звукові вставки, що підтримують настрій фотобуку. Вони реалізовані через вбудовані MP3-програвачі з кнопками «Play» та «Stop», що дозволяє користувачу самостійно керувати аудіо, зупиняти або повторно запускати доріжки. Це надає проєкту динамічності та індивідуалізації досвіду перегляду.

Відео матеріали займають близько 15%. До них входить офіційний відеокліп. Відео реалізується через вставку MP4-файлів безпосередньо в проєкт. Наявність відео дозволяє краще передати рух, настрій, живі емоції виконавця, що є надзвичайно важливим для музичного продукту.

Останні 5% структури займають гіперпосилання, які ведуть на зовнішні ресурси: офіційні сторінки в соціальних мережах (Instagram, YouTube, Twitter тощо), стрімінгові сервіси, а також додаткові матеріали, що розширюють досвід перегляду. Ці посилання інтегруються ненав'язливо – через кнопки, іконки.

Таким чином, запропоноване поєднання різних форматів інформації дозволяє створити збалансовану та логічну структуру фотобуку. Воно забезпечує гармонійне візуальне та емоційне сприйняття, сприяє інтерактивності та утриманню уваги користувача без перевантаження. Такий підхід повністю відповідає концепції сучасного мультимедійного журналу, спрямованого на глибоке залучення аудиторії та передачу атмосфери музичного альбому «Guilty».

3.4 Розробка графічного дизайну і модульної сітки мультимедійного журналу

Однією з ключових складових створення якісного мультимедійного журналу є розробка графічного дизайну, який має не лише візуально приваблювати, а й забезпечувати функціональність, зручність навігації та відповідність концепції проєкту. Графічний дизайн у поєднанні з чітко спроектованою модульною сіткою дозволяє досягти гармонії між формою та змістом, зробити продукт професійним і зручним для цільової аудиторії.

У процесі створення мультимедійного журналу-фотобуку «Guilty» виконавця Taemin графічний дизайн був заснований на концепції альбому, а модульна сітка – на принципах адаптивності, чіткості структури та візуального балансу.

Проєкт мультимедійного журналу-фотобуку «Guilty» був подуббований навколо візуальної та емоційної атмосфери музичного альбому Taemin. Стилiстичне рішення орієнтоване на гармонійне поєднання елементів мінімалізму, сучасного цифрового естетизму та візуального брендингу, властивого k-pop індустрії.

На першій сторінці (рис. А.1), яка виконує роль головного екрана, домінує естетика постера з чіткою композицією: великоформатне зображення виконавця, стильний логотип журналу та виразний заголовок. Візуальне сприйняття підсилюється контрастом між темним фоном і світлим акцентами. Типографіка представлена сучасним гротеском без зарубок, що забезпечує чисте, легко читабельне подання тексту.

Дизайн побудований так, щоб створити ефект «обкладинки» альбому. Центральне розташування зображення дозволяє глядачеві зосередитись на емоції, яку передає виконавець, а нижня панель навігації – інтуїтивно направляє користувача до вмісту.

Вся структура журналу реалізована за допомогою адаптивної модульної сітки, що забезпечує однакову композиційну логіку на кожному

екрані, незалежно від пристрою. Сітка має вертикальний поділ на 12 колонок (рис. 3.1), що дозволяє гнучко розміщувати зображення, текст і медіа, основний контент розміщується у 8-10 колонках центрального блоку, тоді як бічні поля залишаються для візуального балансу.



Рисунок 3.1 – Модульна сітка

У розділах з тестовим контентом (рис. А.2-А.3) інформація подана блоками – заголовки, підзаголовки та абзаци, розділені між собою вертикальним відступами. Текст центрований, часто супроводжується тематичними фото Taemin, які зміщені вліво або вправо, відповідно до напрямку візуального потоку.

Такий підхід забезпечує чітку ієрархію візуального контенту, акцентуючи увагу на ключових моментах біографії та творчості виконавця.

Особливе місце у дизайні журналу посідають мультимедійні інтеграції, що вдало вписані у загальний стиль сторінок. На прикладі розділу з кліпом (рис. А.4), відео інтегровано у центр сторінки, під заголовком, що дозволяє користувачу одразу взаємодіяти з основним контентом. Панель управління відео лаконічна та не перевантажує інтерфейс.

У розділі зі списком пісень (рис. А.5), пісні оформлені у вигляді переліку з чіткою нумерацією та заголовками треків. Навпроти кожного треку можливе додавання кнопки прослуховування, що підтримує інтерактивність та емоційне залучення користувача.

У наступному розділі (рис. А.6), кожна пісня супроводжується текстовим фрагментом (лірикою) та кнопкою «Play», розташованою біля заголовка. Така композиція підтримує одночасне прочитання тексту пісні й прослуховування, що значно підвищує емоційний ефект та залучення.

У розділі з фотокартками (рис. А.7) реалізовано слайдер із адаптивною галереєю. Фото Taemin розміщено у форматі горизонтальної прокрутки або галереї на основі сітки 3x2, що залежить від пристрою користувача. Важливо, що зображення не перекриваються текстом, і кожне фото підписане або має короткий опис при наведенні.

Також було використано ефекти затемнення при наведенні мишки (hover effect), що створює ефект живого контакту з об'єктом. Загальна композиція відповідає сучасним трендам digital-макетування та UI-дизайну.

Колірна палітра у фотогалереї переважно витримана у пастельних тонах, із контрастним обрамленням, що підкреслює емоційність зображень.

Завершальний розділ журналу (рис. А.8) містить гіперпосилання на офіційний сайт виконавця, сторінки у соціальних мережах (Instagram, YouTube, Twitter) та платформи для прослуховування альбому. Цей розділ реалізований у формі плиток або інтерактивних кнопок із логотипами платформ. Такий підхід сприяє переходу користувача до зовнішніх ресурсів і продовжує взаємодію за межами журналу.

Важливо зазначити, що вся навігація в журналі логічно структурована – наявні кнопки «Назад», «На головну», і загальне меню, яке фіксується у верхній частині екрана. Це дозволяє користувачеві вільно переміщатися між розділами без втрати орієнтації.

Графічний дизайн мультимедійного журналу “Guilty” побудований на принципах візуальної рівноваги, функціональності та емоційного залучення.

Модульна сітка дозволила витримати композиційну цілісність, а поєднання медіаелементів (фото, відео, аудіо) створило повноцінний досвід занурення у світ Taemin. Структура, дизайн, інтерактивність і технічна адаптивність роблять цей журнал не лише естетично привабливим, а й зручним для користувача незалежно від пристрою перегляду.

3.5 Розміщення інформації в інформаційних модулях і створення навігації мультимедійного журналу

Мультимедійний журнал-фотобук «Guilty» виконавця Taemin побудовано за принципами модульної подачі інформації. Кожен розділ виступає окремим інформаційним модулем, що має власну функцію, візуальне оформлення та тип подачі контенту – текст, зображення, відео або гіперпосилання. Така структура дозволяє сприймати журнал не як лінійний документ, а як інтерактивний простір, у якому користувач вільно переміщується між змістовими блоками.

Початкова точка взаємодії – головна сторінка (рис. А.1), яка виконує роль інтерфейсу входу. Тут розташовано назву альбому, ілюстративне зображення та кнопки початку перегляду. Користувач одразу отримує візуальний настрій проєкту та можливість інтуїтивно перейти до першого розділу. Головна сторінка є повноекранною, без прокрутки, що створює ефект «афіші» чи «обкладинки».

Другий і третій інформаційні модулі (рис. А.2, А.3) містять текстову інформацію про виконавця – факти з його творчої біографії, етапи кар'єри, стилістичні особливості. Контент структурований за принципом “одна думка – один блок”: кожен абзац візуально відділений, розділений підзаголовками, а ключові слова виділені кольором або жирним шрифтом.

Розміщення зображень чергується: на одному екрані зображення займає ліву частину, текст – праву, на наступному – навпаки. Це створює візуальну динаміку й утримує увагу користувача. Модулі не перевантажені –

у кожному з них подається до 150–200 слів тексту, що відповідає принципам мультимедійної читабельності.

Переходи між модулями здійснюються за допомогою кнопок «Далі» або через панель навігації, що розміщена у верхній частині екрану. Вона закріплена, а отже доступна на кожному екрані.

Розділ із музичним кліпом (рис. А.4) реалізований як окремий модуль з вбудованим відео. Відеоплеєр займає центральну частину сторінки, над ним розміщено заголовок, а під ним – короткий опис або дата прем'єри. Такий формат дозволяє сконцентрувати увагу на відеоконтенті. Користувач має можливість запускати, зупиняти або переглядати відео на повний екран.

Далі – розділ зі списком пісень альбому (рис. А.5).

Це таблично-структурований модуль, де композиції розміщено у вигляді вертикального списку з номерами, назвами, тривалістю та інтерактивними іконками для прослуховування. Кожен рядок представляє собою окрему картку пісні, яка може розкриватися при натисканні, що забезпечує механізм вкладеної навігації.

Особливої уваги заслуговує розділ із текстом пісні (рис. А.6). Він поєднує два типи контенту – лірику і аудіо, розміщені в одному інформаційному модулі. Лірика подається з поділом на куплети та приспіву, що полегшує читання. Поруч або вгорі розміщено MP3-програвач, що дозволяє користувачеві одразу слухати пісню, читаючи текст. Це забезпечує синхронне сприйняття аудіо та змісту, що підвищує емоційний ефект.

Модуль реалізований адаптивно: при перегляді з мобільного пристрою текст займає основну частину екрану, а програвач фіксується зверху. Це дозволяє зберегти зручність навігації та відповідну функціональність на різних пристроях.

Розділ з фотокартками виконавця (рис. А.7) є прикладом візуального інформаційного модуля. Зображення розміщено у вигляді горизонтального або вертикального слайдера з плавною анімацією переходів. Кожна фотографія має підпис або відкривається у повному розмірі при натисканні.

Користувач має змогу переглянути галерею без потреби повертатися назад – функція «свайпу» доступна навіть у браузерній версії.

Останній модуль (рис. А.8) присвячений зовнішнім посиланням: інтерактивні кнопки ведуть на офіційний сайт, YouTube, Spotify, Instagram. Іконки брендів розміщено у вигляді сітки 3x2 з анімацією при наведенні. Цей модуль виконує функцію переходу до зовнішнього середовища, забезпечуючи продовження взаємодії за межами журналу.

У мультимедійному журналі реалізована двохрівнева система навігації: горизонтальна фіксована панель – містить кнопки переходу між основними розділами: Про виконавця, Кліп, Треки, Галерея, Посилання; контекстні кнопки переходу – в кожному модулі є «Назад», «Вперед», «На головну».

Кнопки мають уніфіковану форму, стиль і кольорову гаму. При наведенні змінюється тон або з'являється іконка. У мобільній версії меню трансформується у бургер-кнопку, яка відкриває випадаючий список.

Завдяки такій системі користувач отримує інтуїтивний контроль над переглядом, може почати з будь-якого розділу й вільно повертатися. Це значно покращує юзабіліті видання та відповідає принципам UX-дизайну.

Інформаційні модулі журналу-фотобуку «Guilty» створені за принципами змістової автономності та інтерактивної логіки. Кожен модуль має чітко визначену функцію, подає контент у зручному форматі – текст, аудіо, відео або гіперпосилання – і є естетично та структурно інтегрованим у загальний дизайн. Навігація в журналі підтримує швидке та комфортне переміщення, що створює повноцінний мультимедійний досвід користувача. Завдяки цьому журнал перетворюється на сучасний цифровий продукт, що поєднує інформативність, емоційність та інтерактивність.

За допомогою Adobe Captivate було реалізовано:

- умовні переходи: залежно від вибору користувача відкриваються певні розділи;
- вбудовані події: запуск відео при натисканні на обкладинку;

- використання «States» для об'єктів: кнопки мають кілька станів – hover, pressed, visited;
- шари: для накладання додаткової інформації без переходу на іншу сторінку тощо.

Правильна організація інформаційних модулів у поєднанні з добре продуманою навігацією забезпечила мультимедійний журнал «Guilty» зручність у користуванні, візуальну логічність та музичну концепцію альбому, не витрачаючи зусиль на орієнтацію у контенті.

3.6 Тестування і публікація мультимедійного журналу

Завершальним етапом розробки мультимедійного журналу є тестування функціональності, сумісності та юзабіліті, а також подальша публікація продукту у відповідному форматі. Ці процеси дозволяють переконатися у тому, що видання є готовим до широкого розповсюдження і повноцінної зміни з цільовою аудиторією.

Основними цілями тестування мультимедійного журналу «Guilty», були:

- перевірка функціональності всіх елементів: кнопок, медіа, переходів;
- оцінка адаптивності на різних пристроях;
- тестування швидкості завантаження;
- перевірка юзабіліті та зрозумілості інтерфейсу;
- контроль за візуальною цілісністю дизайну.

Методика тестування мультимедійного журналу включала три етапи.

На першому етапі було проведено технічне тестування, під час якого перевірялися робота навігації, правильне відтворення відео- та аудіоконтенту, коректне функціонування відповідних анімацій, а також відповідність маєту на різних екранах.

Другим етапом стало кросбраузерне тестування, яке охоплювало перевірку роботи пристроїв, зокрема на ноутбучі з роздільною здатністю

1920×1080 пікселів, планшеті з роздільною здатністю 768×1024 пікселі та смартфоні з роздільною здатністю 360×640 пікселів.

Виявлено незначні помилки, які було оперативно усунуто:

- некоректна адаптація галереї фото на екранах <400 px;
- зависання аудіоплеєра при швидкому перемиканні треків;
- розрив стилів при швидкому гортанні.

Фінальна версія журналу була експортована у форматі HTML5, що є сучасним, гнучким, універсальним способом представлення інтерактивного цифрового контенту. Вибір саме цього формату зумовлений кількома вагомими перевагами, які сприяють широкому розповсюдженню і зручному використанню журналу кінцевими користувачами.

По-перше, HTML5 дозволяє нам відкривати журнал у будь-якому сучасному браузері – Google Chrome, Safari, Microsoft Edge тощо. Для перегляду не потрібно встановлювати додаткове програмне забезпечення або плагіни, що суттєво знижує бар'єр доступу для аудиторії. Користувач може ознайомитись з журналом за посиланням, незалежно від операційної системи чи типу пристрою.

По-друге, HTML5-версія журналу легко інтегрується у веб-сайти, блоги, платформи онлайн-публікацій, а також може бути розміщена на хостингах, у Google Drive, Dropbox або внутрішніх освітніх платформах, наприклад Moodle чи LMS-системах, які підтримують вбудований перегляд HTML-документів. Це значно розширює можливості для використання продукту в навчальних, презентаційних або рекламних цілях.

По-третє, однією з ключових переваг HTML5 є адаптивність. Фінальна версія журналу автоматично підлаштовується під різні розміри екранів – від широкоформатного монітора до компактного смартфона. Весь інтерфейс, зображення, відео, текстові блоки та кнопки масштабуються відповідно до типу пристрою, зберігаючи ситабельність, естетику та функціональність.

Таким чином, використання формату HTML5 дозволяє охопити широку аудиторію користувачів з різними технічними можливостями,

забезпечуючи максимальну доступність, мобільність і зручність взаємодії з мультимедійним фотобуком «Guilty».

Журнал було розміщено на:

- персональному вебсайті-портфолію;
- Google Drive;
- сторінках фан-спільнот виконавця Taemin.

У результаті тестування і публікації мультимедійного журналу «Guilty» було досягнуто високого рівня технічної стабільності, інтерфейсної зручності та естетичної привабливості. Фінальна версія готова до широкого розповсюдження серед цільової аудиторії – молодь, яка цікавиться корейською поп-культурою, дизайном та сучасним цифровим медіа.

Готовий результат можна подивитися у Додатку А.

4 ЕКОНОМІЧНА ЧАСТИНА

У результаті виконання кваліфікаційної роботи розроблено мультимедійне видання «Guilty» у форматі журналу-фотобуку, присвячене музичному виконавцю Taemin. Впровадження такого видання є закономірним кроком для привернення уваги цільової аудиторії, шанувальників виконавця, та представлення його творчості в інтерактивному та візуально привабливому форматі.

Економічна ефективність проєкту розраховується перед проєктуванням та розробкою мультимедійного видання, у результаті чого можливо спрогнозувати потенційний ефект та доцільність впровадження даного видання. Спочатку розраховується собівартість розробки, потім визначається відповідна ціна.

Розглянемо переваги проєктованого мультимедійного видання:

Видання має інтуїтивно зрозумілу структуру та дизайн, що забезпечує легке сприйняття інформації та мінімізує витрати часу на навчання потенційних користувачів.

Інтерактивні елементи, такі як вбудовані аудіозаписи пісень та інтегровані фотогалереї, підвищують залученість аудиторії та надають унікальний користувацький досвідом.

Можливість розповсюдження в електронному форматі дозволяє охопити широку аудиторію без значних логістичних та виробничих витрат, характерних для друкованих видань.

Видання може бути адаптовано для різних платформ (наприклад, веб, мобільні додатки), що розширює його потенційний ринок збуту.

Розглянемо конкурентне середовище відповідно до тематики проєктованого мультимедійного видання. На ринку існує велика кількість фан-видань та офіційних матеріалів, присвячених музичним виконавцям. Однак, мультимедійні видання, що поєднують у собі інтерактивність

журналу та візуальну привабливість фотобуку, є менш поширеними, що надає проєкту конкурентну перевагу за рахунок інноваційності підходу.

4.1 Розрахунок витрат на розробку мультимедійного видання

Калькуляція собівартості розробки мультимедійного видання є ключовим етапом для визначення його ринкової вартості та відповідно потенційного прибутку.

До основних статей витрат на розробку відносяться:

- витрати на заробітну плату розробників;
- витрати на амортизацію обладнання та програмного забезпечення;
- накладні витрати;
- обслуговування проєкту.

4.2 Розрахунок заробітної плати та відрахування на соціальні заходи

Для розробки мультимедійного видання залучалися:

- інженер;
- дизайнер;
- програміст;
- керівник проєкту.

Проєкт виконувався протягом 5 робочих днів. Мінімальна заробітна плата на місяць (станом на 2025 рік) візьмемо як 8000 грн. Кількість робочих годин на місяць: 40 годин (8 годин/день × 5 робочих днів).

Встановимо орієнтовні погодинні ставки для кожного фахівця:

- інженер: 120,00 грн/год;
- дизайнер: 100,00 грн/год;
- програміст: 110,00 грн/год;
- керівник проєкту: 150,00 грн/год.

Розподіл робочих годин за етапами розробки та розрахунок заробітної плати представлено у таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Розрахунок заробітної плати за етапами розробки

№	Етап розробки	Фахівець	Кількість годин	Погодинна ставка, грн	Заробітна плата, грн
1	Аналіз та проектування	Інженер	4	120,00	480,00
		Дизайнер	2	100,00	200,00
		Програміст	2	110,00	220,00
		Всього на етапі			900,00
2	Розробка контенту	Дизайнер	4	100,00	400,00
		Програміст	3	110,00	330,00
		Всього на етапі			730,00
3	Дизайн та верстка	Дизайнер	5	100,00	500,00
		Програміст	5	110,00	550,00
		Всього на етапі			1050,00
4	Інтеграція інтерактивних елементів	Інженер	2	120,00	240,00
		Програміст	1	110,00	110,00
		Всього на етапі			350,00
5	Тестування та налагодження	Інженер	2	120,00	240,00
		Дизайнер	1	100,00	100,00
		Програміст	1	110,00	110,00
		Всього на етапі			450,00
6	Керівництво проектом	Керівник проекту	8	150,00	1200,00
	Загальна сума заробітної плати				4680,00

Єдиний соціальний внесок (ЄСВ) становить 22% від фонду відповідної заробітної плати:

$$4680,00 \times 0.22 = 1029,60 \text{ грн.}$$

4.3 Амортизація обладнання та програмного забезпечення

Для розробки використовувалися персональні комп'ютери (ПК) для кожного фахівця та ліцензійне програмне забезпечення (ПЗ).

Припустимо, загальна вартість обладнання (3 ПК) – 60000,00 грн, термін амортизації – 3 роки (254 робочі дні в році). Припустимо, річна вартість ліцензійного ПЗ (підписка на Adobe Creative Cloud та інші необхідні інструменти) – 30000,00 грн.

Витрати на ПЗ для такого проєкту розраховуємо пропорційно до тривалості проєкту:

- річна амортизація: $60000,00/3 = 20000,00$ грн;
- амортизація обладнання (5 днів): $(20000,00 / 254) \times 5 = 393,70$ грн;
- амортизація ПЗ (місяць): $30000,00/12 = 2500,00$ грн/міс;
- амортизація ПЗ (5 днів): $(2500,00/30) * 5 = 416,67$ грн;
- загальна сума: $393,70 + 416,67 = 810,37$ грн.

4.4 Накладні витрати

Накладні витрати включають витрати на електроенергію, оренду приміщення, канцелярські товари, інтернет тощо. Прийmemo накладні витрати у розмірі 15% від суми заробітної плати та відрахувань на соціальні заходи. Таким чином, загальна сума накладних витрат складає 856,44 грн.

4.5 Розрахунок собівартості та ціни мультимедійного видання

Обслуговування проєкту може включати витрати на консультації, непередбачені витрати, підтримку. Прийmemo, що обслуговування проєкту становить 5% від загальної суми заробітної плати.

Обслуговування проєкту:

$$4680,00 \times 0,05 = 234,00 \text{ грн.}$$

Розрахуємо загальну собівартість розробки мультимедійного видання:

$$4680,00 + 1029,60 + 810,37 + 856,44 + 234,00 = 7610,41 \text{ грн.}$$

Оскільки мультимедійне видання розробляється як окремий продукт, що може бути реалізований багатьом користувачам, розрахунок собівартості розробки здійснюється для одного екземпляра (базової версії).

Розрахуємо суму прибутку від реалізації розробки (виходячи з рівня рентабельності 30%):

$$7610,41 \times 0.3 = 2283,12 \text{ грн.}$$

Розрахуємо ціну розробки мультимедійного видання без податку на додану вартість (ПДВ):

$$7610,41 + 2283,12 = 9893,53 \text{ грн.}$$

Розрахуємо суму ПДВ, що дорівнює 20% від ціни без ПДВ:

$$9893,53 \times 0.2 = 1978,71 \text{ грн.}$$

З урахуванням проведених розрахунків ціна розробки мультимедійного видання з ПДВ складає:

$$9893,53 + 1978,71 = 11872,24 \text{ грн.}$$

Результати розрахунків наведено у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Результати розрахунків економічної частини

№	Показник	Сума, грн
1	Заробітна плата	4680,00
2	Відрахування на соціальні заходи	1029,60
3	Амортизація	810,37
4	Накладні платежі	856,44
5	Обслуговування проєкту	234,00
6	Собівартість розробки	7610,41
7	Прибуток (30%)	2283,12
8	Ціна без ПДВ	9893,53
9	ПДВ (20%)	1978,71
10	Ціна з ПДВ	11872,24

За результатами проведених розрахунків, загальна собівартість розробки мультимедійного видання, що включає заробітну плату команди (інженера, дизайнера, програміста та керівника проєкту), відрахування на соціальні заходи, амортизацію обладнання та програмного забезпечення, накладні витрати та витрати на обслуговування проєкту, склала 7610,41 грн.

Виходячи з бажаного рівня рентабельності у 30%, розрахований прибуток становить 2283,12 грн. Таким чином, рекомендована ціна реалізації мультимедійного видання «Guilty» без урахування ПДВ складає 9893,53 грн, а з урахуванням ПДВ (20%) – 11872,24 грн.

Проведені економічні розрахунки підтверджують, що розробка мультимедійного видання є фінансово обґрунтованим проєктом. Визначена ціна дозволяє не тільки покрити всі витрати на розробку, а й забезпечити бажаний рівень прибутку, що є важливим показником успішності та життєздатності проєкту. Враховуючи інноваційний характер видання та його конкурентні переваги на ринку, існують передумови для успішної реалізації та подальшого масштабування.

ВИСНОВКИ

У ході кваліфікаційної роботи було повністю реалізовано повний цикл створення мультимедійного журналу-фотобуку, присвяченого музичному альбому «Guilty» південнокорейського виконавця Taemin. Проєкт включав усі ключові етапи – від аналітичного дослідження до практичної реалізації, тестування та публікації продукту в HTML5-форматі.

У вступній частині роботи було обґрунтовано актуальність обраної теми, визначено мету, завдання, об'єкт і предмет дослідження. У розділі аналізу завдання описано функціональне призначення майбутнього видання, його роль у просуванні альбому, а також проаналізовано цільову аудиторію – молоду діджитам-орієнтовану спільноту шанувальників k-pop.

В аналітичному огляді було розкрито поняття мультимедійних видань, їхню еволюцію та сучасні форми реалізації. Було наведено приклади успішних цифрових продуктів, що дозволило зрозуміти контекст розробки і виявити ключові тренди.

Під час проєктування технологічного процесу створення журналу визначено основні етапи роботи – від формування структури і концепції дизайну до розробки модульної сітки, інтеграції аудіо, відео та текстових блоків, вибору інструменту реалізації. Основним середовищем для створення став Adobe Captivate, що забезпечило необхідну гнучкість, адаптивність та професійний рівень мультимедійної інтеграції.

Було створено адаптивну модульну сітку на 12 колонок, реалізовано функціональну навігацію, візуальні блоки з біографічними даними, динамічні мультимедіа-компоненти. У результаті вийшов інтерактивний, естетично витриманий, технічно грамотний цифровий продукт.

Тестування проходило у кілька етапів: технічне, кросбраузерне, адаптація до різних пристроїв. Журнал було успішно експортовано у HTML5-формат для онлайн-перегляду.

Від подібних мультимедійних видань у мережі, наприклад, Canva-презентації, дана розробка принципово відрізняється професійною багаторівневою реалізацією:

- використання адаптивної модульної сітки у 12 колонок, що відповідає видавничим стандартам і забезпечує стабільну адаптивність на різних пристроях;

- інтерактивність професійного рівня, тобто, додано не просто гіперпосилання, а побудовані сценарії взаємодії, багаторівневу навігацію, вбудовані відео та аудіоплеєри;

- інтеграція концепції альбому в візуальне середовище, що означає, дизайн базується на фірмовому стилі альбому «Guilty», палітра, типографіка, атмосфера образів та тексту передають настрої творів.

Економічний аспект розробки мультимедійного видання "Guilty" підтвердив його фінансову доцільність та обґрунтованість. Загальна собівартість проекту, враховуючи витрати на заробітну плату команди (інженера, дизайнера, програміста та керівника проекту), відрахування на соціальні заходи, амортизацію обладнання та програмного забезпечення, накладні витрати та обслуговування проекту, склала 7610,41 грн. З урахуванням бажаного рівня рентабельності у 30%, визначено прибуток у розмірі 2283,12 грн. Таким чином, рекомендована ринкова ціна мультимедійного видання «Guilty» з ПДВ становить 11872,24 грн. Проведені розрахунки показують, що проєкт не тільки покриває всі інвестиції в розробку, а й забезпечує необхідний рівень прибутковості, що свідчить про його економічну ефективність та комерційний потенціал на ринку мультимедійних продуктів.

Також важливо, що дана розробка – це не просто репрезентація контенту, а інтерпритація і трансформація творчості виконавця в нову форму медіа. Це продукт, який може існувати автономно і доповнювати альбом.

Цей проєкт – не лише технічна реалізація, а мій особистий авторський продукт, у якому я поєднала дизайнерське бачення, знання видавничих

стандартів, розуміння музичної культури та навички мультимедійної розробки. Я самостійно сформувала архітектуру журналу, продумавши його логіку – від головної обкладинки до структури розділів, забезпечивши послідовність і зручність подання матеріалу. Усі естетичні рішення були створені вручну, без використання шаблонів, із точним урахуванням стилю виконавця та емоційного тону альбому. Весь медіаконтент – аудіо, відео, текстові фрагменти – був мною відібраний, згрупований та розміщений відповідно до змістовного навантаження кожного елемента. Крім того, я розробила всі інтерфейсні елементи, анімації та логіку навігації, самостійно протестувавши зручність користування продуктом на різних пристроях. Унікальність цього проекту полягає в тому, що він органічно поєднує творчий підхід і технологічну реалізацію: тут немає розриву між формою і змістом – естетика підтримує навігацію, а мультимедійні елементи посилюють смислове наповнення.

Проект мультимедійного журналу-фотобуку «Guilty» – це не просто завершення кваліфікаційної роботи, а приклад того, як сучасні інструменти видавничих технологій модно ефективно застосувати для створення цифрового інтерактивного, високоякісного культурного продукту. Це видання може союгувати шаблоном для майбутніх проєктів у сфері музики, моди, мистецтва та освіти. Мій особистий внесок у розробку підтверджує, що інтеграція творчого мислення, технічних знань та глибокого розуміння теми здатна створити продукт, що має і професійний рівень, і культурну цінність.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Бізюк А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Проектування та розробка інтерфейсів інтерактивних видань» для студентів спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» спеціалізації «Комп'ютерні технології та системи видавничо-поліграфічних виробництв» (освітньо-кваліфікаційний рівень – магістр). Харків: ХНУРЕ, 2018. 62 с.
2. Бондар І.О. Технології електронного видавництва: навчальний посібник для студентів напряму підготовки 6.051501 "Видавничо-поліграфічна справа". Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 136 с.
3. Пушкар О.І., Климнюк В.Є., Браткевич В.В. Мультимедійні видання: навчальний посібник. Х.: ХНЕУ, 2012. 144 с.
4. Комп'ютеризовані системи і технології у видавничій справі: монографія / під ред. О. І. Пушкаря. Х. : ВД "ІНЖЕК", 2015. 312 с.
5. Стандарти з інформації, бібліографії, бібліотечної та видавничої справи. URL: <http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/about/dstu.html>. (дата звернення: 21.05.2025).
6. Duolingo. URL: <https://uk.duolingo.com/> (last acceed: 21.05.2025).
7. Encyclopedia britannica. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?Z21ID=&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=ENCYCLOPEDIA_BRITANNICA (last acceed: 21.05.2025).
8. National geographic mapmaker interactive. Ресурс для створення власних карт. URL: https://geolifescool.blogspot.com/2023/02/national-geographic-mapmaker-interactive.html#google_vignette (last acceed: 21.05.2025).
9. Audible. URL: <https://www.audible.com/ep/howtolisten> (last acceed: 21.05.2025).

10. AppleNews+. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple_News%2B (last acceed: 21.05.2025).
11. Клуб романтики. URL: https://uk.everybodywiki.com/Клуб_Романтики3282 (дата звернення: 21.05.2025).
12. Webtoon. URL: <https://www.webtoons.com/en/> (last acceed: 21.05.2025).
13. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій // Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2016. Т. 1. вип. 1. С. 48-53.
14. Гупаловська В.А. Психологія реклами: навчальний посібник. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 384 с.
15. Державні санітарні правила і норми роботи з візуальними дисплейними терміналами електронно-обчислювальних машин ДСанПіН 3.3.2.007-98, затверджені постановою Головного державного санітарного лікаря України від 10.12.1998 № 7.
16. Методичні вказівки з виконання кваліфікаційної роботи для студентів денної та заочної форми навчання першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» за освітньою програмою «Видавничо-поліграфічна справа» / В.П. Ткаченко, А.В. Бізюк, О.В. Вовк, І.М. Єгорова, В.Ф. Челомбійко. Харків: ХНУРЕ, 2020. 68 с.
17. Наказ Державного комітету України з промислової безпеки, охорони праці та гірничого нагляду «Про затвердження Правил охорони праці під час експлуатації електронно-обчислювальних машин» від 26.03.2010 № 65.
18. Бондар І.О., Грабова А.С. Специфіка здійснення процесу розробки мультимедійного видання «Графічний дизайн». Молодий вчений. 2017. № 9 (49). С. 437-445.
19. Грищенко Т.Б., Нікітенко О.М., Дейнеко Ж.В. Створення електронних підручників засобами видавничої системи LaTeX // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: колективна монографія. Харків: ТОВ «Друкарня Мадрид», 2021. С. 80-96.

20. Розум Т.В. Сучасні тенденції у побудові структури інтерфейсу мультимедійного продукту // Сучасне репродукування: інжиніринг, моделювання, мульти- та кросмедійні технології. 23 жовтня 2019 року.

21. Adobe Captivate. URL: <https://www.adobe.com/ua/products/captivate.html> (last acceed: 23.05.2025).

22. Canva. URL: <https://www.canva.com/> (last acceed: 23.05.2025).

23. Adobe Acrobat Pro. URL: <https://helpx.adobe.com/ua/acrobat/faq.html> (last acceed: 23.05.2025)

24. Microsoft Sway. URL: (last acceed: 23.05.2025).

25. Genially. URL: <https://view.genially.com/6037f746658af60d10226d04/interactive-content-servis-genially> (last acceed: 23.05.2025).

26. Taemin's GUILTY MV Discussion and Analysis. URL: https://www.reddit.com/r/SHINee/comments/17jz0vc/taemins_guilty_mv_discussion_and_analysis/?rdt=3282 (last acceed: 23.05.2025).