

УДК 004.032.6:371.8.061

О. О. ЛИТВИНЕНКО

## МУЛЬТИМЕДІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА

*Проаналізовано сучасні підходи фахівців до визначення змісту поняття «мультимедіа»; розглянуто сутність та структуру мультимедійного середовища в контексті теорії соціальних комунікацій.*

**Ключові слова:** «мультимедіа», «мультимедійне видання», «комунікаційне середовище», «мультимедійне середовище».

*Проанализированы современные подходы специалистов к определению содержания понятия «мультимедиа»; рассмотрены сущность и структура мультимедийной среды в контексте теории социальных коммуникаций.*

**Ключевые слова:** «мультимедиа», «мультимедийное издание», «коммуникационная среда», «мультимедийная среда».

*The modern authority approaches to the determination of matter of multimedia concept are analyzed; essence and structure of multimedia environment in context of sociocommunicative theory are examined.*

**Key words:** «multimedia», «multimedia edition», «communicative environment», «multimedia environment».

Медіалогія являє собою доволі молоду дисципліну в науках соціокомунікативного циклу, що активно розвивається. Її терміносистема перебуває на стадії становлення. Існує багато підходів до визначення поняття «мультимедіа», проте, і понині не досягнуто єдності щодо їх тлумачення. Бурхливий розвиток засобів мультимедіа-комунікації та необхідність керування цим процесом потребують чіткого визначення сутності поняття «мультимедійне середовище», його структури, сучасного стану, факторів, що впливають на його ефективне функціонування і розвиток.

Проблеми визначення поняття «мультимедіа» та похідних від нього досліджували О. В. Шликова [20], А. І. Альошин [2], Н. І. Дворко [10], В. О. Ільганаєва [12] та ін. Теоретико-методологічну базу дослідження феномену «мультимедійне середовище» склали праці А. В. Соколова [18], М. О. Василика [17], В. О. Ільганаєвої [12], Ф. І. Шаркова [19], А. І. Каптерєва [14–15], Т. Ф. Берестової [3–4], Я. А. Шрайберга [21], Р. Ф. Абдєєва [1], А. М. Єрмоленка [11] та ін. Проте сутності та структурі мультимедійного середовища в соціокомунікативній площині приділено недостатньо уваги.

Метою статті є визначення сутнісних ознак мультимедійного середовища та його структури в контексті теорії соціальних комунікацій.

Аналіз змісту поняття «мультимедійне середовище» варто розпочати з дослідження вихідного для нього терміна «мультимедіа», зокрема його еволюції. І. Вернер [7] — автор однієї з перших монографій про мультимедіа, перекладеної в Україні в 1996 р., вважає, що перші згадки про мультимедіа містяться в енциклопедичних виданнях у 1970-ті рр. Водночас цей термін означав сукупність засобів для обробки та представлення відео-, аудіо-, текстової інформації. Тобто основний акцент у дефініціях «мультимедіа» було зроблено на технічних засобах формування інформаційного середовища [20, с. 14]. А. І. Альошин наводить інші відомості про виникнення терміна «мультимедіа» та зазначає, що на початку 1980-х рр. компанія «Apple» запропонувала об'єднати в одному комунікаційному просторі інформаційні ресурси відео, аудіо і назвати це середовище «Мультимедіа» [2, с. 164–165]. Значущою віхою в становленні терміносистеми предметної галузі «мультимедіа» стало внесення терміна «мультимедійне електронне видання» до міжнародного стандарту 7.83-2001 «Электронные издания. Основне виды и выходные сведения». Згідно з цим стандартом, мультимедійне електронне видання — це видання, в якому інформація різноманітної природи існує рівноправно та взаємопов'язано для вирішення визначених розробником завдань, причому цей взаємозв'язок забезпечений відповідними програмними засобами [9, с. 2].

На основі аналізу існуючих нині визначень поняття «мультимедіа» можна виділити чотири основні підходи до трактування його змісту:

- мультимедіа як технологія — особливий вид комп'ютерної технології, що об'єднує як традиційну статичну (текст, графіку), так і динамічну інформацію (мовлення, музику, відеофрагменти, анімацію і т. д.);
- мультимедіа як інформаційний продукт — організована сукупність мультимедіа-елементів, пов'язаних певною темою, забезпечена засобами навігації і передбачена в першу чергу для зорового та слухового сприйняття; характерною особливістю мультимедіа-продукту є наявність в його змісті декількох сюжетних ліній (зокрема й тих, що вибудовуються самим користувачем на основі «вільного пошуку»);
- мультимедіа як соціокультурний феномен — нова форма художньої творчості, що є не тільки продуктом технологічної революції, скільки цифровим утіленням ідей, наявних у різних видах мистецтва та діяльності протягом тисячоліть;
- мультимедіа як ідеологія — прагнення збільшити ефективність спілкування людини і комп'ютера завдяки застосуванню нових засобів зберігання інформації та каналів її передачі.

Поряд із терміном «мультимедіа» існує безліч споріднених із ним термінів [2, 5, 8], які наразі є доволі сталими та такими, що активно застосовуються як у наукових дослідженнях, так і в побуті. Сутність цих понять розкрита в табл. 1. Аналіз указаних термінів дозволяє стверджувати, що для

утворення мультимедійного середовища, окрім комуніканта й реципієнта, необхідним є функціонування мультимедійних технологій, засобів та інструментів фіксації, зберігання і передавання інформації різної природи.

Незважаючи на велику кількість понять, похідних від мультимедіа, термін «мультимедійне середовище» використовується нині у фаховій літературі переважно в технократичному контексті. Натомість дуже часто в наукових публікаціях як синоніми «мультимедійного середовища» застосовуються такі поняття як «інформаційний простір», «інформаційне середовище», «інфосфера», «медіасфера» [3–4, 6, 12, 13, 16]. Хоча в певних аспектах ці поняття є синонімічними до «мультимедійного середовища», вони значно ширші за нього та не відображають ні комунікаційної природи останнього, ні характерних властивостей передачі саме мультимедійної інформації в суспільстві (табл. 2).

Таблиця 1

Поняття, похідні від терміна «мультимедіа»

Термін	Визначення
мультимедійні технології	нові інформаційні технології, що містять текст, зображення, звук як окремо, так і в сукупності;
мультимедійні системи	комп'ютерні технології, що забезпечують можливість створення, зберігання та відтворення різноманітної інформації, зокрема текст, звук, графіку та відео;
мультимедійна інформація	інформація, що може акумулювати текст, звук, відео, анімацію, графіку та ін.;
мультимедійний документ	документ, що поєднує інформацію різного роду;
мультимедійний ПК / ноутбук	ПК / ноутбук з відеокартами та процесорами середнього класу, що дозволяє використовувати машину для широкого спектра цілей, зокрема для більшості комп'ютерних ігор;
мультимедіа-книги	книги, в яких на одному носіїві інформації записані текст, аудіо, статистичне зображення і відео, організовані «лінійно», тобто необхідна інформація відтворюється послідовно;
гіпермедіа-книги	книги, які відрізняються «нелінійною» організацією інформації, яка в ній міститься, що надає користувачеві можливість одночасно запросити уточнення термінів та визначень, коментарів по контексту та ін.;
інтерактивні медіа	системи мультимедіа, що забезпечують можливість довільно керувати відеозображенням та звуком у режимі діалогу;
мультимедійні ігри	ігри, в яких гравець взаємодіє з віртуальним середовищем, побудованим комп'ютером.

Аналіз обсягу і співвідношення змісту понять «простір», «середовище» та «сфера» свідчить, що найширшим з них є простір, найвужчим — сфера. Так, простір охоплює всі явища Всесвіту, доступні та недоступні для розуміння людиною, середовище — поле життєдіяльності людини загалом, а сфера — лише певну галузь її функціонування (рис. 1). Зважаючи на це, досліджуючи комунікаційні мультимедійні процеси, що функціонують у суспільстві, доречніше використовувати термін «мультимедійне середовище», аніж «мультимедійний простір» або «мультимедійна сфера».

Базовими для визначення поняття «мультимедійне середовище» є ширші терміни: «комунікаційний простір», «комунікаційне середовище» та

Таблиця 2

Терміни, що характеризують інформаційні процеси

Термін	Визначення
інформаційний простір	форма взаємодії суб'єктів між собою та з інформаційними об'єктами з метою створення інформації та забезпечення умов для її використання [4, С. 38];
інформаційне середовище	сукупність технічних і програмних засобів зберігання, обробки і передачі інформації, а також політичні, економічні і культурні умови реалізації процесів інформатизації [6; 13];
інформаційна сфера	сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що здійснюють збір, формування, розповсюдження і використання інформації; а також системи регулювання та суспільні відносини в межах формування інформаційного суспільства, що виникають при цьому [16];
медіасфера	комунікаційна сфера, що охоплює різні рівні виявлення комунікаційних відносин у соціальному просторі та часі, а також космосфері. До опису медіаявищ часто зберігається технократичний підхід, що відображає базисні технологічні зміни без урахування субстанціональних змін комунікаційних відносин, тобто без урахування їх якісної еволюції [12, С. 196].

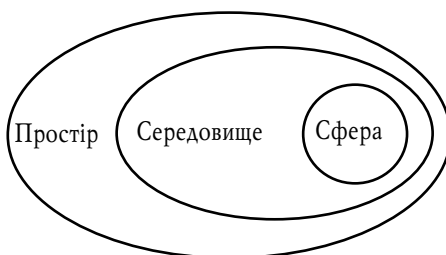
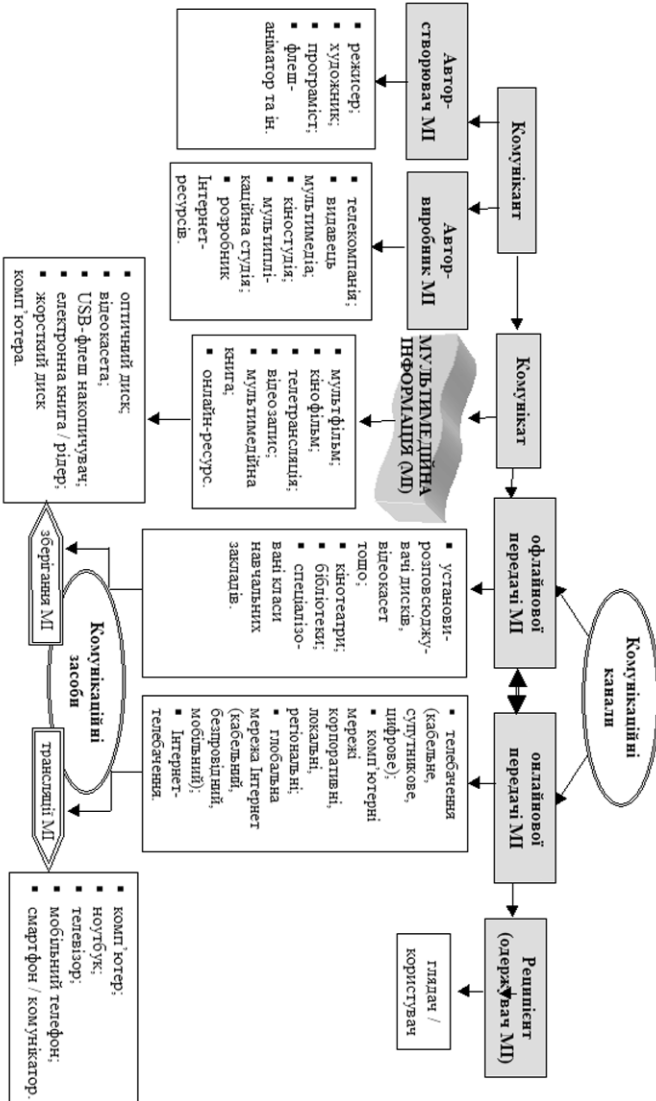


Рис. 1. Ієрархізація понять «простір», «середовище», «сфера»

Рис. 2. Структура мультимедійного середовища як підсистеми соціокомунікативного простору



«комунікаційна сфера». Ф. І. Шарков визначає комунікаційний простір як сферу, в якій здійснюється інформаційний обмін через комунікації [19]. Простір комунікативний М. О. Василик розуміє як систему багатоманітних комунікативних зв'язків, що виникають між різноманітними агентами комунікації [17]. Детальнішим є визначення комунікаційного середовища, яке розкривається В. О. Ільганаєвою як сукупність умов матеріально-речовинних, субстанціонально-змістовних, технологічних, організаційних, в яких здійснюються комунікаційна взаємодія та комунікаційний процес [12, С. 165]. Комунікаційна сфера, у свою чергу, визначається як галузь комунікативної діяльності людини, в якій відбувається повідомлення або одержання певної інформації [19]. Базова для зазначених визначень — комунікаційна взаємодія між членами суспільства, об'єктом якої є інформаційні повідомлення. Комунікатом у комунікаційному процесі в межах мультимедійного середовища є сукупність різної інформації: текст, звук, графіка, відео, анімація тощо. Отже, поняття «мультимедійне середовище» доцільно визначити як підсистему соціокомунікативного простору, яка забезпечує функціонування в суспільстві мультимедійної інформації.

Структурними компонентами мультимедійного середовища є комунікаційні агенти (комунікант і реципієнт) та комунікаційні посередники (видавці мультимедіа, розробники та провайдери веб-сайтів, телекомпанії, кіностудії тощо), котрі взаємодіють на основі використання комунікаційних засобів створення, передавання і зберігання мультимедійної інформації та комунікаційних каналів (Інтернету, телебачення тощо) (рис. 2).

Таким чином, застосування пізнавального інструментарію соціокомунікативного підходу до вивчення феномену мультимедійного середовища дозволило уточнити його сутність, визначити інфраструктурні компоненти, відтворити особливості їх функціонування від створення та тиражування мультимедійних документів до їх кумулювання, зберігання, надання в користування. Широкий спектр комунікаційних каналів передачі мультимедійної інформації та засобів її зберігання, високі темпи їх диверсифікації зумовлюють необхідність визначення тенденцій розвитку сучасного мультимедійного середовища і напрямів його оптимізації.

Перспективами подальших досліджень може бути аналіз зарубіжного досвіду щодо організації функціонування мультимедійного середовища з метою визначення оптимальних комунікаційних каналів доведення мультимедійної інформації до користувача.

## **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Абдеев Р. Ф. *Философия информационной цивилизации : учеб. пособие [Электронный ресурс] / Р. Ф. Абдеев. — Режим доступа : [www.webbl.ru](http://www.webbl.ru). — Загл. с экрана.*
2. Алешин Л. И. *Автоматизация в библиотеке : учеб. пособие : Ч. 1. / Л. И. Алешин. — М. : Изд-во МГУКИ, ИПО Профиздат, 2001. — 176 с.*

3. Берестова Т. Ф. Информационное пространство библиотеки : науч.-метод. пособие / Т. Ф. Берестова. — М. : ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2007. — 240 с. — (Б-рь и время. XXI век; Вып. 76).
4. Берестова Т. Ф. Общедоступная муниципальная библиотека в едином информационном пространстве : науч.-метод. пособие / Т. Ф. Берестова. — М. : ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2005. — 288 с. — (Б-рь и время. XXI век; Вып. 19).
5. Библиотечная энциклопедия / Рос. гос. б-ка. — М. : Пашков дом, 2007. — 1300 с. : ил.
6. Буньківська О. В. Інформаційний простір : соціокультурна сутність, стан та проблеми функціонування в Україні : автореф. дис. ... канд. філол. наук [Електронний ресурс] / О. В. Буньківська; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. — К., 2009. — Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>. — Загл. з екрана.
7. Вернер И. Все о мультимедиа : моногр. / И. Вернер. — К. : ВНУ, 1996. — 352 с.
8. Википедия — свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. — Загл. с экрана.
9. ГОСТ 7.83 — 2001. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. — Дата введения 2002-07-01. — М. : ИПК Издательство стандартов, 2002. — 12 с.
10. Дворко Н. И. Профессия — режиссер мультимедиа / Н. И. Дворко; Санкт.-Петерб. гуманит. ун-т профсоюзов. — СПб. : СПбГУП, 2004. — 159 с. — (Новое в гуманитар. науках; Вып. 12).
11. Єрмоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підр. / А. М. Єрмоленко. — К. : Лібра, 1999. — 488 с.
12. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х. : КП «Городская типография». 2009. — 392 с.
13. Информационная среда [Электронный ресурс] // Словарь по экономике и финансам. Глоссарий.ру. — Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/>. — Загл. с экрана.
14. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства / А. И. Каптерев. — М. : Фаир-пресс, 2004. — 507 с. — (Специальный издательский проект для библиотек).
15. Каптерев А. И. Мультимедиа как социокультурный феномен : учеб. пособие / А. И. Каптерев ; Моск. гос. ун-т культуры, каф. виртуальных коммуникаций. — М. : ИПО Профиздат, 2002. — 224 с. — (Соврем. б-ка; Вып. 20).
16. Киртич Д. А. Инфосфера РФ [Электронный ресурс] / Д. А. Киртич. — Режим доступа : [http://www.nttoiseev.ru/zyat\\_ifo.htm](http://www.nttoiseev.ru/zyat_ifo.htm). — Загл. с экрана.
17. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Под ред. М. А. Вавилика // Институт журналистики Белорусского государственного университета. — Режим доступа : <http://www.journ.bsu.by/index.php>. — Загл. с экрана.
18. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособие [Электронный ресурс] / А. В. Соколов. — Режим доступа : [www.i-u.ru](http://www.i-u.ru). — Загл. с экрана.

19. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков // Сайт «Інформація, управління, бізнес». — Режим доступа : [www.iub.at.ua](http://www.iub.at.ua). — Загл. с экрана.
20. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособие / О. В. Шлыкова; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М. : Фаир-Пресс, 2004. — 415 с. : ил.
21. Шрайберг Я. А. Первое десятилетие информационного века : влияние информационно-электронной среды на роль и позицию библиотек в развивающемся обществе : ежегод. доклад конференции «Крым 2010» / Я. А. Шрайберг. — Судак, Москва, 2010. — 78 с.

Надійшла до редколегії 24.09.2010 р.