

Отже, поданий вище огляд джерел засвідчує, що проблематика дитячої книги і літератури в сучасній польській науці вивчається в різних аспектах — теоретичному, історико-літературознавчому, культурознавчому, бібліологічному, педагогічному і психологічному. При помітній перевазі праць літературознавчого характеру зростає й кількість міждисциплінарних досліджень, що вважаємо реакцією на новітні світові тенденції. Наукові досягнення польських вчених свідчать про поліпшення стану самої польської літератури і книги для молодого читача, про формування широкого кола спеціалістів, здатних бачити проблему широко, в усіх її взаємозв'язках із суміжними галузями.

1. Po potopie. Dziecko, książka i biblioteka w XXI wieku. Diagnozy i postulaty / pr. zb. pod red. nauk. D. Świerczyńskiej-Jelonek, G. Leszczyńskiego, M. Zająca. — Warszawa: W-wo SBP, 2008. — 211 s. 2. Tuwim. Wiersze dla dzieci. — Dostęp: <http://wytownia.com/index.php/s/karta/id/6>.

### **ДЕТСКАЯ ЛИТЕРАТУРА И КНИГА В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛЬСКОЙ НАУКЕ (обзор источников за 2000–2009 гг.)**

*Подан обзор избранных работ польских ученых, посвященных литературе и книге для детей, а также их рецепции, опубликованных в течение последнего десятилетия. Внимание уделено важнейшим тенденциям в изучении разных аспектов проблемы, наиболее авторитетным работам и именам.*

### **CHILD'S LITERATURE AND BOOK IS IN MODERN POLISH SCIENCE (is there a review of sources after 2000–2009 )**

*This article is an overview of some research of Polish scholars related to literature and books for children and their reception in the last decade. It aims at showing the most important trends that could be observed in the mentioned disciplines as well as at presenting the most influential authors and the titles of their works.*

*Стаття надійшла 16.06.11*

УДК 007:304:655

**Е. І. Озар**

*Українська академія друкарства*

### **КНИЖКА ЗАМІСТЬ «МИШКИ»? (ДИТИНА І ЧИТАННЯ В ЦИФРОВУ ДОБУ)**

*На основі новітніх зарубіжних джерел аналізуються ключові аспекти впливу сучасних цифрових культури на дитину, читання і традиційну дитячу книгу. Особливу увагу приділено перевагам і недолікам Інтернету як найзапотребованішого молодіжною аудиторією з новітніх інформаційно-комунікаційних ресурсів.*

**Цифровий інформаційно-комунікаційний ресурс, нет-генерація, традиційні і нові медіа, медіаінтерація**

В останнє десятиліття ХХ ст. у змагання за юну генерацію між книжковою та аудіовізуальною культурою, головно телебаченням, активно включається третій гравець — цифрова культура<sup>1</sup>. Новітні медіа швидко поширюються в середовищі юних користувачів, причому все частіше мовиться про те, що комп'ютерними іграми та Інтернетом дитина оволодіває раніше, ніж традиційною книгою<sup>2</sup>. В опануванні можливостей нової цифрової культури спостерігається зміна традиційних рольових функцій: часто не батьки дітям, а діти батькам допомагають у цій справі, а школярі з дошкільного віку привчені до комп'ютера, вільніше за своїх вчителів орієнтуються в новітніх комп'ютерних технологіях, у пропозиціях Всесвітньої мережі [13].

Перетворившись з інструменту фіксації, збереження та передання інформації на принципово новий «простір» людського буття, Інтернет завдяки різноплановим можливостям Web 2.0<sup>3</sup> став одним з найпривабливіших комплексних інформаційно-комунікативних ресурсів для різних цільових аудиторій, особливо для дітей та молоді. Масштаби впливу цифрової культури виявилися настільки сильними, що покоління народжених після 1997 р. охрестили «цифровим», або «нет-генерацією» — поколінням, що живе у стилі «on-line» і сповідує нові цінності.

Феномен цифрової культури виявився універсальним: жодна розвинута країна світу його не оминула. Нехай з деяким запізненням, зумовленим причинами економічного і технічного характеру, та український сегмент користувачів сучасними цифровими медіа і технологіями неухильно зростає, насамперед за рахунок його наймолодшої аудиторії. За даними інтернет-асоціації України та Української асоціації Інтернет-реклами, за станом на осінь 2009 р. їх нараховувалося 8,25 млн, а навесні 2010 р. — уже 12,6 млн. Отже, «інтернетизацією» охоплено 20% населення країни, тобто інтернет-користувачем є кожний п'ятий українець [2]. Результати вибіркового опитування учнів середніх класів міських і сільських шкіл засвідчили: 78–80% опитаних юних українців виявилися «втягнутими» в постійні контакти з мережею: вони не лише мають доступ, а й постійно використовують різні веб-ресурси<sup>4</sup>.

Та, незважаючи на реалії, і в суспільстві, і в наукових колах досі побутує думка, що через економічне відставання Україні ще далеко до тотальної комп'ютеризації, «дігіталізації» та «інтернетизації». Оскільки, порівняно з іншими країнами континенту, наша країна посідає одне з останніх місць за показником проникнення Інтернету [4], непокоїтися з приводу віртуальних ризи-

---

1 Цим поняттям традиційно об'єднують нові мультимедіа (електронні видання, електронні ігри, ігрові приставки), Інтернет (електронне листування, чати, WEB), мобільний телефон і мобільний зв'язок (sms-листування) тощо [1].

2 За результатами проведених 2009 р. Eurobarometer досліджень у 27 країнах-членах ЄС 75% дітей віком від 6 до 17 років активно користуються Інтернетом [4].

3 Див. детальніше [5].

4 Статистика наведена в доповідях харківських дослідниць А. Ємець, О. Шапки та О. Гніденко, виголошених на V міжнародній науковій конференції «Дитяче читання та Інтернет» (Львів, 2011 р.).

ків поки що зарано. Однак заплановані у сфері освіти комунікаційні реформи примушують нас думати інакше.

Навесні 2011 р. стартував Національний проект «Відкритий світ»: один учень — один комп'ютер — комунікаційна реформа в освіті», зініційований Державним агентством з інвестицій та управлінням національними проектами. Його мета полягає в створенні на основі технології 4G національної інформаційно-комунікаційної мережі для потреб передусім шкільної освіти. У рамках проекту 1,5 млн школярів отримають нетбуки, українські навчальні програмні продукти та доступ до Інтернету<sup>5</sup>. Враховуючи виняткову комерційну привабливість проекту, припускаємо, що його швидка реалізація є цілком ймовірною. Тому вважаємо, що науково-практичні дискусії довкола трансформацій, які внаслідок відмови від «паперових» підручників може зазнати і сам процес читання, і дитина-читач, і носії текстів, адресованих дітям, набувають сьогодні для українських науковців цілком конкретного змісту.

Метою та завданнями пропонованої публікації є окреслення ключових аспектів можливої дискусії довкола піднятої проблеми, уведення в науковий обіг корисних для її вивчення зарубіжних джерел, визначення перспективи майбутніх досліджень. На користь актуальності та своєчасності теми свідчить і той факт, що у травні цього року в Лондоні проводився Перший всесвітній конгрес електронного читання, в якому традиційні видавці та продуценти цифрових медіа обговорювали не лише бізнес-моделі майбутньої співпраці, а й некомерційні аспекти інтеракції «класичних» і нових медіа, її наслідки<sup>6</sup>.

Слід зазначити, що світова наука на нові цивілізаційні виклики відреагувала досить швидко: тема так званої «інформаційної поведінки» дітей та молоді в цифрову добу стає об'єктом постійної наукової уваги ще з середини 90-х рр. минулого століття. Виникаючи на стику бібліотекознавства, педагогіки, інформатики та соціології, дискусія досить швидко розширює коло зацікавлених, до неї долучаються психологи, лінгвісти, культурологи, етнологи. Внаслідок дослідження проблеми в різних площинах — інструментальній, комерційній, філософській, етично-правовій, психолого-соціальній тощо — її джерельна база є доволі багатою і цікавою.

У центрі обговорення — роль цифрових технологій у формуванні сучасної дитячої та молодіжної субкультури, виробленні нового стилю соціального та особистого життя юних користувачів, у психологічному і мовленнєвому розвитку дітей та молоді, їхньої грамотності та ерудованості [1, 16, 18, 19]. Привертають увагу кілька недавно опублікованих колективних праць, в яких робиться спроба узагальнити і підсумувати надбання попередніх років [9, 14].

Особливий інтерес у контексті обговорюваної проблеми викликають праці Еліз Т. Дресанг<sup>7</sup> [10–12]. Починаючи з 1990-х рр., американська дослід-

---

<sup>5</sup> Див. детальніше <http://www.ukrproject.gov.ua/news/natsionalnii-proekt-vidkritii-svit-odinuchen-odin-komp'yuter-komunikatsiina-reforma-v-osviti>.

<sup>6</sup> Див. детальніше <http://www.terrapinn.com/2011/world-e-reading-congress>.

<sup>7</sup> Їй належить і згадуваний вище термін «нет-генерація».

ниця розбудовує так звану «теорію радикальних змін», засадничими концептами котрої вважає здатність взаємодіяти, інтерактивність, доступ і за допомогою якої пропонує вивчати інформаційну поведінку сучасної молоді (information-seeking behavior of youth), взаємодію в її житті традиційних і новітніх медіа. Ця ж тема й дотичні до неї питання осмислюються і в публікаціях відомих дослідників дитячої літератури К. Рейнолдз [17] та Г. Дженкінса [18]. Останній розглядає явище трансмедіальності, опираючись при цьому саме на дитячу субкультуру.

Щодо української науки, описувані вище явища почали привертати до себе увагу лише нещодавно і переважно в аспекті інтернет-безпеки. До того ж, основна ініціатива тут походить не від науковців, а від бізнесових структур — лідерів на ринку комунікаційних технологій, які для формування позитивного суспільного іміджу активно підтримують соціально значущі проекти. Так, зусиллями «Майкрософт Україна» було створено Коаліцію за безпеку дітей в Інтернеті, яка, окрім іншого, розробила сайт «Безпечна веб-країна»<sup>8</sup>, а оператор мобільного зв'язку «Київстар» 2009 р. організував проведення всеукраїнського соціологічного дослідження «Знання та ставлення українців до питання безпеки дітей в Інтернеті», а також підготовку посібника для батьків «Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі» за участі фахівців з Інституту психології ім. С. Костюка Національної АПН України [2]. Проблема інтернет-безпеки спорадично підноситься в ЗМІ [3, 4].

Можливості інтернет-ресурсів у підтримці дитячого читання і дитячої книги обговорювалися на круглому столі «Дитяча література в Інтернеті» (Київ, Спілка письменників України, грудень 2010 р.), на V міжнародній науково-практичній конференції «Дитяче читання та Інтернет» (Львів, Міжнародний дитячий фестиваль, Форум «Видавці — дітям», квітень 2011 р.)<sup>9</sup>. Огляд українських інтернет-ресурсів, які можуть допомогти дитині в читанні і літературній освіті, належить Н. Марченко<sup>10</sup>. До теоретично-практичних досліджень питань інтернетизації сучасної дитячої бібліотеки активно спонукають різні проекти програми «Бібліоміст» в Україні<sup>11</sup>, відповідні надбання висвітлюються на сайтах дитячих бібліотек, у спеціалізованій періодиці (наприклад, «Світ дитячих бібліотек»).

Проаналізувавши вищеописані джерела та узагальнивши відповідний матеріал, спробуємо визначити ключові переваги і недоліки взаємодії дитини з сучасними цифровими технологіями, зосередившись головню на Інтернеті як основному з новітніх інформаційно-комунікаційних ресурсів. Насамперед хотілося б зазначити, що думки фахівців з цього приводу часто поляризовані: «оптимісти, зазвичай, схильні до галасливої пропаганди економічних (скажі-

8 [www.onlandia.org.ua](http://www.onlandia.org.ua).

9 У пропонованій статті розбудовуються тези доповіді, виголошеної авторкою цих рядків на згаданій конференції.

10 Див. детальніше тематичний сайт «КЛЮЧ» (Краща Література Юним Читачам) <http://www.chl.kiev.ua>.

11 [www.bibliomist.org](http://www.bibliomist.org).

мо, зайнятість) та освітніх можливостей підвищення медіаграмотності та інформованості; песимісти, як правило, акцентують (часто доволі істерично) на гальмуванні росту знань та вмінь внаслідок інтелектуальної і соціальної деградації... У низькій шкільній успішності, у підвищенні апатії кожного наступного покоління звинувачують медіаспоживання» [19, с. 95]. З одного боку, дорослі розуміють нові перспективи, які «медіаграмотність відкриває перед сучасною молоддю у творчості, спілкуванні, саморозвитку, їм самим свого часу недоступні, а з другого, — вони вбачають у дітях пасивних жертв нових і старих (аудіовізуальних) засобів масової інформації та комунікації, що, використовуючи відкритість та уразливість, здатні зруйнувати індивідуальність, позбавити невинності і чистоти» [8, с. 41].

Однак більшість експертів солідарна в тому, що завдяки глобальності охоплення (веб-простір справді немає географічних кордонів), демократичності та свободі самовираження Інтернет здатний скорочувати розрив між мегаполісом і периферією, наближати її до цивілізаційних процесів, забезпечувати представникам усіх соціальних і вікових груп рівні права в доступі до сукупного інтелектуального та інформаційного продуктів, однакові шанси вільно долучатися до світових культурних процесів. Він може допомагати своїм користувачам розвиватися в творчому плані, відшукувати різноманітні дієві форми творчої самореалізації. Сьогодні мережу розглядають і як нову форму художнього вираження: контент її ресурсів може втілюватись у різні засоби трансляції інформації, доступні різним органам людських відчуттів, та ще й шляхом інтерактивної взаємодії з аудиторією.

На відміну від традиційного тексту (писаного й друкованого), лінійного за своєю структурою, цифровий текст, по суті, стає гіперутворенням, здатним синтезувати не лише певну множинність взаємопов'язаних текстів (гіпертекст), а й потужний візуальний ресурс (предметні та умовні зображення, відео та ін.) в одне ціле. Можливість розмежувати контент і форму дозволяє наповнювати веб власним текстом, спільно користуватися одним і тим самим контентом, кількома сайтами одночасно.

Серед особливих принад Інтернету в очах дитячої і молодіжної аудиторії психологи називають такі можливості, як «різноманітне спілкування; утамування інформаційного голоду, пошук нових форм самовираження, анонімність і віртуальна свобода (модельовання множинності «я»), відчуття спільності та приналежності до групи» [2, с. 8]. Як бачимо, для юних користувачів він перетворився на універсальний і поліфункціональний засіб задовольняти практично всі насущні потреби комунікаційного, інформаційно-когнітивного, розважально-релаксаційного, інструментального характеру. Шкода, що серед мотивів щоденного звернення до Інтернету українські школярі й студенти прагнення знайти і прочитати художній чи пізнавальний твір називають чи не останнім<sup>12</sup>.

Надзвичайно імponує підлітку чи молодій людині пропонована відповідними веб-ресурсами можливість стати автором або співавтором того чи ін-

12 Зі згадуваної вище доповіді харківських дослідниць.

шого тексту, учасником обговорення написаного ровесниками (юне мережеве товариство часто влаштовує такі обговорення на форумах). У такому рівноправному спілкуванні усуваються комунікативна нерівність, присутня в традиційній літературі для дітей та молоді, а відтак можливі комунікаційні перешкоди і бар'єри. Діти часто обговорюють в мережі й створені нами списки літературних уподобань, кращих творів, вибудовуючи, по суті, власні канони, часто альтернативні офіційно визнаним.

Проте через брак комунікаційного і чуттєвого досвіду, досвіду використання інших джерел, а відтак критичного ставлення до мережевого контенту юна аудиторія схильна абсолютизувати Інтернет, перетворювати його на своєрідний довершений «домен» існування, найавторитетніше (часто єдине) джерело будь-якої інформації. Втім, експерти часто-густо нарікають на неточність матеріалів, часті помилки в електронних бібліотеках, неперевіреність фактів, інформаційний «шум», спричинений надлишком реклами, називаючи Інтернет «країною хаосу». Попри очевидний навчальний та освітній потенціал сучасних веб-ресурсів, почасти вони підміняють справжнє просвітництво мозаїчною популяризацією, не здатною формувати системний, опертий на чітку парадигму світогляд. Замість цього отримуємо еkleктичний набір знань та інформації, замість творчості та самостійності мислення — відтворення і ретрансляцію.

Результати соціологічних досліджень переконують, що з активним входженням аудіовізуальної культури та сучасних цифрових інформаційно-комунікаційних технологій у життя суспільства, особливо в життя його найбільш мобільної, гнучкої, здатної швидко вбирати все нове частини — молоді, суттєво скорочується частотність звертання до друкованих текстів, книга дедалі важче утримує свої позиції серед новітніх засобів соціальної комунікації, на зміну поколінню читачів приходить покоління глядачів [14]. Так, згідно з опитуванням серед 100 британських дітей віком від 7 до 16 років, діти значно більше знають про Інтернет, ніж про книжки. Так, 60% дітей змогли пояснити, що таке «homepage» і лише 9% опитаних знали, що таке передмова до книги. Про те, що hardback — це книжки в твердій оправі знали 38% дітей, а про те, що hard drive — це частина комп'ютера, 57% опитаних [6]. Необхідність сприймати різноманітні інформаційні масиви змінює свідомість дітей, у них зникає здатність сприймати меганаративні послідовності (лінійний наратив), а лише комплекси мінінаративів, до того ж часто розрізнених. У багатьох випадках час і стиль висловлювання стають важливішими, ніж їхній зміст.

Доба «цифри» змінює не лише читача, поступово вона трансформує й саму дитячу книгу — прийоми текстотворення, оформлення та книжкового дизайну. Першою реакцією на нові виклики можна вважати появу видавничих проєктів, які об'єднували паперовий та електронний носії (від найпростішого — аудіоверсії до сучасних мультимедіа).

Отже, усе це примушує замислитися, чи витримають сучасні друковані канали в цій напруженій конкуренції, чи збережуть здатність і надалі задовольняти різноманітні інформаційні, когнітивні та естетичні потреби суспільства.

Якщо сьогодні «читалкою» (рідером) замінити паперовий підручник<sup>13</sup>, часом чи не єдину книгу, яку дитина реально тримає в руках і з якою «проживає» більшу частину свого шкільного життя, чи не обернеться завтра комунікаційна реформа в освіті поступовою відмовою дитини від традиційної книжкової культури, чи не перетворить «рідеризація» та комп'ютеризація читача у «зчитувача» та геймера.

Загострюючи проблему, ми прагнемо привернути до неї увагу, однак загалом не схильні до драматизації ситуації. Зрозуміло, що цифрове середовище, в яке занурена сьогодні дитина, спокушає в ній класичного читача і перетворює її на глядача-учасника інтеракції, проте це не обов'язково робить з неї «нечитача». Часом навіть навпаки: аби повноцінніше брати участь в інтерактивній комунікації, юний користувач потребує певних правил гри, які, наприклад, можуть бути закодовані в літературному тексті, за мотивами якого цю гру побудовано. Слід думати над тим, як основні задоволення, запропоновані дитині віртуальною реальністю, обернути на користь книжковій і літературній традиції: якщо дитині подобається перевтілюватися, то важливо, щоб вона занурювалась як у традиційні архетипові ситуації, знайомі з міфів і традиційних казок, так і в твори нового часу, перевтілювалася в класичних персонажів і героїв сучасних романів у стилі фентезі. Тоді стосунки між казкою, фентезі-літературою й інтерактивними ініціативами з конкурентних стають дружніми [7].

Коли між собою за дитину «змагаються» книга і телебачення (книжкова та аудіовізуальна традиції), виникає ситуація принципового вибору між читати або не читати. Телебачення часто означає повну відмову «тренувати мізки»: жодних зусиль, релаксація і принагідне (якщо пощастить) задоволення елементарних інформаційних потреб. У випадку ж з книгою та Інтернетом йдеться лише про вибір найефективнішого в конкретному випадку інструментарію для читання, каналу отримання інформації. Робота з якісною книгою, традиційною або електронною, чи з мережевим продуктом так чи інакше передбачає розумову роботу.

Вважаємо, що песимістичні прогнози щодо втрати книжкою її функціональної «міці», щодо сумного майбутнього книжки і традиційного читання, бодай у найближчому майбутньому, є усе ж таки передчасними. Адже зв'язки людини з книжкою багатопланові і складні, вони не обмежуються лише матеріальною зацікавленістю, а передбачають задіювання глибинних шарів свідомості і підсвідомості. Книга як геніальний витвір людства неодноразово доводила свою здатність бути природним продовженням людини — і дорослої, і дитини, одночасно матеріальним і духовним предметом, здатним дарувати радість інтимного, особистого духовного спілкування зі словом, з мистецтвом його графічної інтерпретації. Тому намагання повністю замінити традиційну

---

<sup>13</sup> Серед вагомих аргументів на користь широкого використання нових «пристроїв для навчання і читання», окрім принципово нових можливостей постачання інформації та комунікації, висувають їхню екологічність (скільки лісів буде збережено!) та ергономічність (дитині не доведеться носити важкий портфель).

книгу «у всій її олюдненій значущості» технікою означає змінити природу самої людини. Незважаючи на уразливість з технічного боку, з філософської, психологічної та естетичної точок зору книга поки що залишається конкурентноспроможною, і сила її — у внутрішній суті.

У підсумку зазначимо, що подальші дослідження форм співіснування в читацькому просторі сучасної дитини традиційного видавничого і новітнього цифрового продукту, ефективних медіаконвергенційних стратегій, здатні зберегти і підсилити позиції традиційної книги в сучасній дитячій субкультурі, допомогти її творцям — книговиробникам — чутливіше реагувати до змін в сучасних соціальних комунікаціях, до новітніх тенденцій медіатворення.

1. Керделлан К., Грезийон Г. Дети процесора. Как Интернет и видеоигры формируют завтрашних взрослых/ Кристин Керделлан, Габриэль Грезийон. — Екатеринбург: У-Фактория, 2006. — 272 с. 2. Литовченко І. та ін. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі: посіб. для батьків/ Ігор Литовченко, Сергій Максименко, Мирослав-Любомир Чепя, Наталія Бугайова. — К.: Вид. дім «Аванпост—Прим», 2010. — 48 с. 3. Пилипенко Н. Безпека дітей в Інтернеті [Електронний ресурс] / Наталія Пилипенко. — Режим доступу: <http://trn.work.ua/articles/847/>. 4. Приходько О. Діти в Інтернеті: реальні ризики віртуальних занурень/ Оксана Приходько // Дзеркало тижня. — 2009. — №12. — 5 квіт. 5. О'Рейлі Т. Що таке Веб 2.0 [Електронний ресурс] / Тім О'Рейлі; пер. В. Семенюк. — Режим доступу: <http://blogoreader.org.ua/wp-content/uploads/O-Reily-Web-2-0-Ukrainian.pdf>. 6. Шлыкова О. Интернет-ресурсы и услуги в социокультурной сфере / Ольга Шлыкова // Библиография. — 2002. — № 1. — С. 99–107. 7. Стойчева Св. За тийнеджърската фентъзи-литература като субкультура. Или въпреки репликата на един тийнеджър: «има ли значение какво мислят някакви отегчени интелектуалци за това, какво четеш» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://liternet.bg/publish/sstoicheva/fantasy.htm>. 8. Buckingham D. After the death of childhood: Growing up in the age of electronic media/ David Buckingham. — Cambridge, MA: Polity Press, 2000. — 256 p. 9. Civic life online: learning how digital media can engage youth/ ed. by W.Lance Bennett. — Cambridge, MA: MIT Press, 2008. — 217 p. 10. Dresang E.T. Radical Change: Books for youth in a digital age/ Eliza T.Dresang. — New York: The H.W. Wilson Company, 1999. — 344 p. 11. Dresang, E. T. Controversial books and contemporary children / Eliza T.Dresang// Journal of Children's Literature. — 2003. — 29(1). — pp. 20–31. 12. Dresang E.T. The information-seeking behavior of youth in the digital environment / Eliza T.Dresang // Library Trends. — 2005. — 54(2). — pp. 178–196. 13. Druin A. What children can teach us: Developing digital libraries for children with children/ Allison Druin// Library Quarterly. — 2005. — 75(1). — pp. 20–41. 14. Kids Online/ ed. by Sonia Livingstone, Leslie Haddon. — Bristol: The Policy Press, 2009. — 224 p. 15. Jenkins H. Convergence culture: Where old and new media collide/ Henry Jenkins. — New York: New York University Press, 2006. — 336 p. 16. Holloway S. L., Valentine G. Cyberkids: Youth identities and communities in an online world/ Sarah Holloway, Gill Valentine. — London: Routledge, 2001. — 352 p. 17. Reynolds K. Radical Children's Literature. Future Visions and Aesthetic Transformation in Juvenile Fiction/ Kimberly Reynolds. — Basingstoke ; New York : Palgrave Macmillan, 2007. — 215 p. 18. Tapscott D. Growing up digital: The rise of the net generation/ Don Tapscott. — New York: McGraw-Hill, 1997. — 338 p. 19. Thurlow C., McKay S. Profiling «new»communication technologies in adolescence/ Crispin Thurlow, Susan McKay// Journal of Language and Social Psychology. — 2003. — 22(1). — pp. 94–103.

## **КНИГА ВМЕСТО «МЫШКИ»? (РЕБЕНОК И ЧТЕНИЕ В ЦИФРОВЫЕ СУТКИ)**

*На основе новейших зарубежных источников анализируются ключевые аспекты влияния современной цифровой культуры на ребенка, чтение и традицион-*



*ную детскую книгу. Особое внимание уделено преимуществам и недостаткам Интернета как самого востребованного молодежной аудиторией из современных информационно-коммуникационных ресурсов.*

### **IS THERE A BOOK IN PLACE OF «MOUSE»? (A CHILD AND READING IS IN DIGITAL DAYS)**

*The key aspects of the impact of modern digital culture on a child, reading and traditional children's book are analyzed based on the newest foreign sources. The special attention is paid to advantages and shortcomings of the Internet as the most requested by the youth audience new information and communication resource.*

*Стаття надійшла 16.06.11*

УДК 659.1 : 004.63

*А. І. Качинська*

*Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова*

### **ВІРТУАЛЬНА РЕКЛАМА У ФАЙЛООБМІННИХ МЕРЕЖАХ (НА ПРИКЛАДІ ПОПУЛЯРНИХ УКРАЇНСЬКИХ ТОРРЕНТ-ТРЕКЕРІВ)**

*Аналізуються особливості подання сучасної віртуальної реклами на прикладі популярних українських торрент-трекерів, з'ясовуються рівень їх розвитку та специфіка використання.*

***Реклама, інтернет, сайти, віртуальна реклама, торрент***

Сучасний веб-простір пропонує користувачеві безліч можливостей: Інтернет може майже все — від пошуку інформації до перегляду відео- та аудіо-файлів. Однак особливо популярними серед користувачів є торрент-трекери та файлообмінні мережі. Відвідуваність таких сайтів рахується тисячами, і саме тому реклама на таких ресурсах вважається дуже ефективною. Але чи доречно, гуманна та якісна реклама, що її бачать тисячі українців кожен день? З огляду на це метою нашої статті є дослідження особливостей віртуальної реклами на популярних трекерах у домені .UA, основним завданням якого є визначення рівня розвитку віртуальної реклами на торрент-трекерах, аналіз віртуальної реклами на популярних трекерах за низкою критеріїв (кількість, якість, колір і дизайн, вид реклами, розміщення, моральність).

Тема віртуальної реклами та її ролі в соціальній комунікації є, на нашу думку, дуже актуальною, бо саме реклама володіє всіма можливостями для підсвідомого формування смаків і поглядів. Віртуальна реклама, якій притаманні всі переваги будь-якого виду реклами, вважається ідеальним способом формування та просування ідей і поглядів у мережі (а отже, є необхідним засобом для соціального розвитку суспільства).