

УДК [002.2:004.032.6]-053.2(477)



*Ольга Литвиненко,  
аспірант кафедри книгознавства та фондознавства ХДАК*

## **Особливості видавничого асортименту мультимедійної дитячої продукції в Україні**

*Визначено тематичну, типологічну, вікову та мовну структуру потоку мультимедійних дитячих видань України. Запропоновано напрями оптимізації мультимедійного комунікаційного простору для дитячої аудиторії користувачів.*

**Ключові слова:** дитяча аудиторія користувачів, мультимедійні дитячі видання, мультимедійний простір, мультимедійні диски.

На сучасному етапі розвитку суспільства комп'ютери стали невід'ємною частиною побуту та навчання дітей. Постійне використання розвивальних мультимедійних програм та комп'ютерних ігор стало для багатьох маленьких користувачів звичайним заняттям.

Проблеми функціонування мультимедійних видань у суспільстві аналізують як вітчизняні, так і російські науковці. Українські вчені Я. Бондаренко, І. Базиленко [1], Н. Дзюба, А. Кобзаренко [4], Т. Щукина [14], Н. Якушевич, О. Земська, С. Капранова [15], Л. Ждан [5] досліджують переважно проблеми формування мультимедійних підфондів дитячих бібліотек та особливості їх використання читачами. Російські науковці Т. Майстрович [9, 10], О. Шликова [13], А. Фоміна [11], І. Бурлаков [2], О. Козлова [6] аналізують мультимедіа як культурний феномен, комунікаційний засіб, об'єкт бібліотечної справи, здійснюючи огляд різновидів мультимедійних видань. Однак, комплексне дослідження вітчизняного видавничого ринку мультимедійних дитячих продуктів і досі залишається поза увагою українських науковців, а проблема якості асортименту дитячих видань мультимедіа — недостатньо вивченою.

*Метою* статті є виявлення напрямів покращення видавничого асортименту мультимедійної дитячої продукції в Україні. Головною особливістю мультимедійного електронного видання є те, що інформація різної природи існує у ньому рівноправно та взаємопов'язано для вирішення визначених розробником завдань, причому цей взаємозв'язок забезпечений відповідними програмними засобами [3, с. 2]. Тобто, такі видання можуть акумулювати текстову, аудіо-, відео-, графічну та анімаційну інформацію, що сприяє найефективнішому засвоєнню її читачем. Об'єктом дослідження є локальні мультимедійні видання — електронні видання, призначені для локального використання, що випускаються у вигляді певної кількості ідентичних примірників (тиражу) на машинопрочитуваних носіях — CD та DVD.

Аналіз вітчизняного сегменту Інтернету дав змогу виявити 30 видавництв мультимедійних продуктів, в асортименті яких є видання, призначені для дітей різних вікових категорій. Питома вага цих видавництв становить лише 0,8% загальної кількості вітчизняних видавничих організацій. При цьому власні працюючі веб-сайти мають тільки 63,3% видавництв мультимедійних продуктів. Серед них — "Ніка-Гейм", "Інфодиск", "Мислене Древо", "Центр навчальної літератури", "Атлантік" (Київ); "Одіссеї" (Одеса);

"Mediabook" (Харків); "Сорока Білобока" (Тернопіль); "Нова школа" (Рівне), а також українські представництва російських компаній мультимедіа: "1с Мультимедіа Україна", "Руссобит-М Україна", "АВВУ Україна" (Київ). На веб-сайтах таких видавничих мультимедійних компаній, як "CD-torg" та "Hit Lab" функціонують лише окремі розділи. Мультимедійні гіганти видавничого українського ринку "Національна мультимедійна компанія" (Івано-Франківськ); "Мультитрейд" (Київ) та "Українська мультимедійна спілка" (Рівне) не мають постійно працюючих веб-сайтів. Доступ до онлайн-ресурсів компаній "Мультитрейд" та "Українська мультимедійна спілка" блокується антивірусними програмами як до таких, що становлять загрозу зараження комп'ютера вірусами. Веб-сайт "Національної мультимедійної компанії" перебуває у стані розроблення. Відсутність у провідних видавництв мультимедіа власних веб-сайтів, а також фрагментарність відомостей про них у Державному реєстрі видавців та книготорговців України суттєво гальмує продуктивний розвиток мультимедійного комунікаційного простору. Дефіцит інформації про асортимент таких видавництв не дає можливості комплекаторам бібліотек та представникам книготорговельних організацій оперативно виявляти компанії мультимедіа та налагоджувати з ними співпрацю.

Дослідження веб-сайтів видавництв мультимедіа дало змогу виявити, що лише три з них спеціалізуються на випуску продукції, призначеної суто дитячій аудиторії споживачів. Це становить 10% загальної кількості виявлених видавничих мультимедійних компаній. Отже, дитячими мультимедійними видавництвами є "Атлантік" (Київ), "Сорока Білобока" (Тернопіль) та "Нова школа" (Рівне). Відомості про мультимедійні видання на веб-сайтах установ представлені по-різному. Веб-сайт компанії "Атлантік" інформацію про CD-видання подає у розділі "Наші проекти". На особливу увагу серед них заслуговують "Дитяча колекція", "Шкільна колекція", "Мультимедіа", "Казкове дитинство". Видавництво "Нова школа" забезпечує оперативний доступ до відомостей про власні мультимедійні продукти, пропонуючи асортимент дисків одразу на головній сторінці. Веб-сайт компанії "Сорока Білобока" містить дані як про власні CD та DVD диски (у розділі "Продукція"), так і про мультимедійні видання інших компаній (у розділі "Магазин"). Ця практика зумовлена започаткуванням на сайтах компаній "Сорока Білобока" та "Нова школа" онлайн-офіційної книжкової торгівлі.

Так, середня ціна мультимедійної дитячої книги видавництва "Сорока Білобока" становить 22,4 грн, компанії "Нова школа" — 39,2 грн. Мультимедійне видання за ціною є значно доступнішим за багатолістровану та якісно виконану поліграфічну книгу. Інформація про видання на веб-сайтах установ представлена у вигляді фотографії обкладинки диску, довідкової анотації, змісту та окремих відеофрагментів. Веб-сайт видавництва "Сорока Білобока" замість відеофрагментів подає скріншоти мультимедійного видання. Скріншот (від англ. "screen" — екран, зображення на екрані, кадр, вміст екрана; "shot" — знімок миттєвого стану) являє собою знімок вмісту екрана монітору. Такі зображення уможливають наочне демонстрування роботи будь-якої комп'ютерної програми, розкриття послідовності дій [12].

Загальна кількість назв мультимедійних видань, представлених на онлайн-сторінках трьох провідних українських дитячих видавництв мультимедіа, становить 194 назви. Аналіз типологічної структури потоку мультимедійної продукції дозволив виявити 5 груп електронних видань за цільовим призначенням: навчальні, видання для дозвілля, науково-популярні, художні, довідкові. Додатково була виділена категорія розвивальних мультимедійних видань, що

сприяють: оволодінню дитиною навичками логічного мислення, розвитку творчих здібностей, фантазії, уяви, формуванню всебічно розвиненої особистості. Встановлено, що видавництво "Нова школа" спеціалізується на виданні суто навчальної мультимедійної продукції, асортимент видавництва "Атлантик" та "Сорока Білобока" є різноплановішим. Питома вага навчальних мультимедійних видань для дітей становить 61,8%, видань для дозвілля — 11,9%, науково-популярних — 8,8%, художніх — 8,2%, розвивальних — 6,7%, довідкових — 2,6% (див. рис. 1). Значна нестача науково-популярних та художніх мультимедійних видань, а також фактично повна відсутність довідкової продукції свідчать про наявність дисбалансу у типологічній структурі потоку мультимедіа в Україні. Варто зазначити, що поділ мультимедійних видань за цільовим призначенням є досить умовним. Довідкові та навчальні видання з великою вірогідністю можуть використовуватися з метою формування цілісної особистості дитини (як видання розвивальні), а також з ігровою та розважальною метою (як видання для дозвілля). Унікальні властивості подання інформації надають мультимедійним виданням універсальних якостей та багатофункціональних рис у застосуванні.

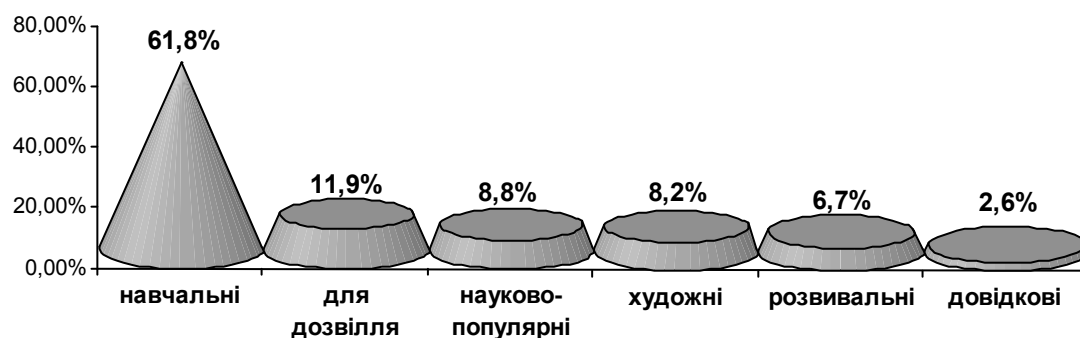


Рис. 1. Типологічна структура вітчизняного потоку мультимедійних дитячих видань

Тематична структура потоку мультимедійних видань має такі особливості: більше третини видань (35%) — з мовознавства та літературознавства, з мистецтвознавства та дозвілля — 22,2%, з природничих наук — 18%, з географії та історії — 15%, із загальноосвітньої підготовки — 9,8% (див. рис. 2). Найчисельніший за кількістю назв видань галузевий розділ "Мовознавство та літературознавство" містить видання з української літератури — 36,8%, української мови — 26,5%, англійської мови — 16,3%, зарубіжної літератури — 11,8%, українського фольклору — 3%, російської, французької та німецької мов, української міфології — по 1,4%. У розділі "Мистецтвознавство та дозвілля" мультимедійні видання з музичного мистецтва світу становлять 44,2%, з музичного мистецтва України — 21%, із живопису — 18,6%, з історії мистецтва — 11,6%, зі спорту та танців — по 2,3%. Видання розділу "Природничі науки" представлені такими галузями знань: математика — 48,7%, основи природознавства — 17,2%, фізика — 14,4%, хімія — 5,7%, астрономія, ботаніка, зоологія, валеологія та анатомія — по 2,8%. У розділі "Географія та історія" майже кожне третє видання (27,6%) — з історії України, 24,1% — з всесвітньої історії, по 13,8% — з географії світу та історії культури, 10,3% — з краєзнавства України, 7% — з української культури, 3,4% —

з географії України. Розділ "Загальноосвітня підготовка" акумулює: видання, що містять загальні відомості про світ та забезпечують всебічний розвиток дитини (73,6%), з логіки — 10,5%, з етики, інформатики та правил дорожнього руху — по 5,3%. Отримані дані дають підстави стверджувати, що в асортименті мультимедійних видань для дітей бракує видань з природознавства (особливо з астрономії, ботаніки, зоології, анатомії, валеології), з географії та історії (в першу чергу дисків з краєзнавства, географії України, культури України), з інформатики. Взагалі відсутні є: довідкові видання загального типу; праці з дисциплін філософсько-світоглядних ("Людина і суспільство", "Людина і світ", "Основи філософії"), теологічних ("Християнська етика", "Релігії світу", "Християнські богослужіння та обряди України"), правознавчих ("Права і свободи дитини"), технічних ("Захоплююче машинобудування", "Військова техніка", "Основи рукоділля") тощо. Суттєво бракує й видань з російської та інших іноземних мов (німецької, французької, італійської тощо). Це викликає особливе занепокоєння у зв'язку з поширеною практикою обов'язкового вивчення школярами двох іноземних мов. Такі особливості галузевого видавничого асортименту мультимедіа для дітей свідчать про наявність тематичного дисбалансу структури потоку.

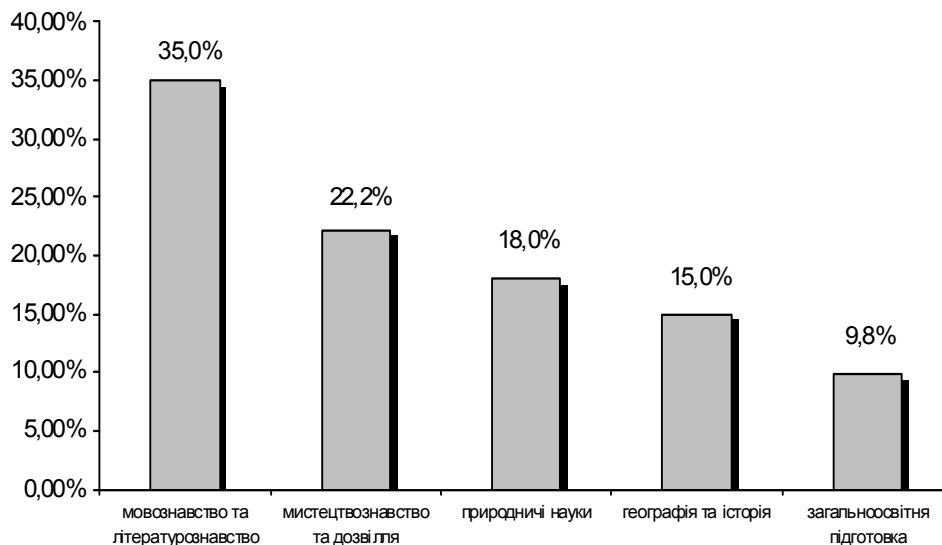


Рис. 2. Тематична структура вітчизняного потоку мультимедійних дитячих видань

Аналізуючи особливості вікової структури потоку мультимедійних дитячих видань, переконуємось, що найбільшу їх частку становлять CD та DVD диски для дітей дошкільно-

го віку — 40,7%, для середнього шкільного віку — 24,7%, для молодшого шкільного віку — 20,6%, для старшого шкільного віку — 14% (див. рис. 3).

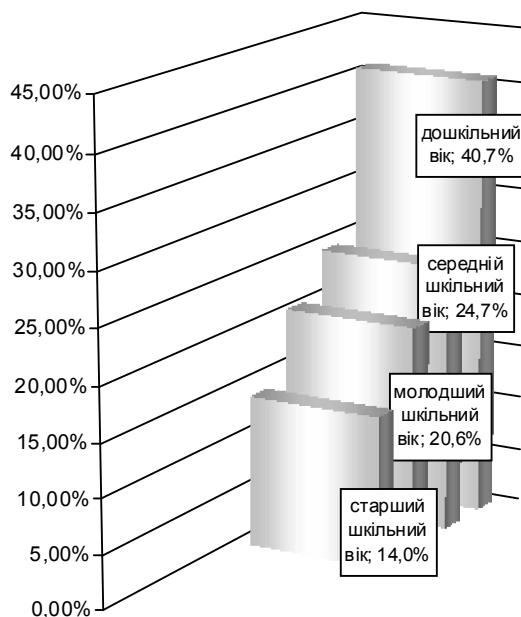


Рис. 3. Вікова структура вітчизняного потоку мультимедійних дитячих видань

Суттєва нестача видань для старшокласників визначає віковий дисбаланс структури вітчизняного потоку мультимедійної дитячої продукції. Цей дисбаланс зумовлюється й тим, що мультимедійні продукти, призначені для молодшої вікової групи користувачів, не можуть стати вагомим освітнім засобом для старших школярів, оскільки містять незначну текстову частину. Диски для дошкільнят та учнів початкових класів виконують більше розважальну, розвивальну та ігрову функції, аніж інформативну. Ці видання дають змогу опанувати абетку, граматику, малювання; надають початкові знання з історії України та світу, іноземних мов, знайомлять з багатствами природи та пам'ятками мистецтва. Мультимедійні продукти для дошкільнят та молодших школярів характеризуються простим інтерфейсом, анімаційним та образотворчим викладом матеріалу, ігровими, тестовими формами подачі інформації. Видання ж для середнього та

старшого шкільного віку визначаються більшим інформаційним наповненням, наближенням до шкільних навчальних програм, засобами самоперевірки після закінчення уроків. Програмне розроблення мультимедійних дисків для дітей різних вікових категорій не є шаблонним в усіх видавництвах. Продукція компанії "Нова школа" близька за поданням матеріалу до мультфільму або документального фільму. Графічні чи фотографічні зображення із підписами супроводжуються аудіальним дикторським текстом або поясненнями мультиплікаційних героїв. Програмне забезпечення дисків видавництва "Сорока Білобока" та "Атлантик" вимагає динамічної участі дитини у навчально-ігровому процесі — постійному наданні відповідей на поставлені запитання.

А ось що показує аналіз мовного складу мультимедійних дитячих видань: 95,4% — україномовні, 2% — російськомовні, 2,6% — англійськомовні (див. рис. 4). Мовний дисба-

ланс українського видавничого потоку виявляється у дефіциті видань російською мовою та відсутності дитячих дисків мовами національних меншин: русинською, польською, словацькою, молдавською, угорською тощо.

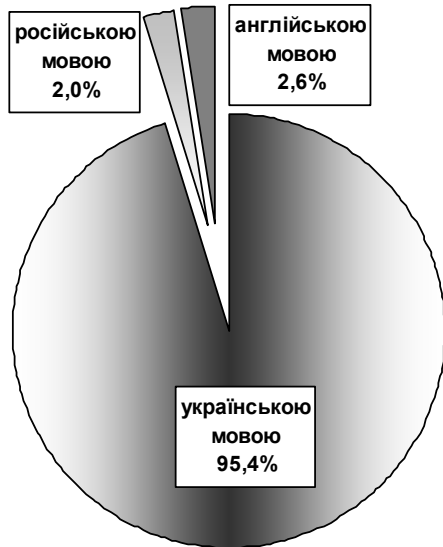


Рис. 4. Мовна структура вітчизняного потоку мультимедійних дитячих видань

Реакцією на зазначені дисбаланси (типологічний, тематичний, віковий, мовний), характерні для сучасного мультимедійного видавничого ринку, є масове звернення користувачів до продукції мультимедійних компаній інших країн. Передусім це стосується компаній-представництв російських мультимедійних видавництв, які давно функціонують на українському ринку та мають розгалужену систему дилерів та дистриб'юторів у країнах СНД. Серед таких компаній можна виділити "Руссобит-М Україна", "1с Мультимедиа Украина" та "АВВУ Україна". Так, потужна за кількістю назв дитячих мультимедійних видань та добре відома на українському ринку компанія "Атлантик" видає продукції у 6,5 разів менше, ніж російська "Руссобит-М Україна" та у 17 разів менше, ніж "1с Мультимедиа Украина". Серед інших відомих російських видавців мультимедиа можна назвати: "Новый диск", "Кирилл и Мефодий", "Интерсофт Медиа", "ИДДК", "КлиоСофт", "АстраМедиа", "Физикон" та ін. Мультимедійна продукція російських видавництв є універсальнішою, порівняно з вітчизняною, за галузевим та віковим складом. Для прикладу: аналіз веб-сайтів українських видавців мультимедиа дав змогу виявити одну назву диска з астрономії — "Земля та Всесвіт" компанії "Атлантик" (серія "Дитяча колекція"), яка призначена для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку. Дослідження веб-сайтів російських видавничих компаній мультимедиа сприяло виявленню 11 назв видань з астрономії. Це видання: "Увлекательный мир астрономии", "Уроки открытого колледжа. Астрономия", "RedShift 5.1", "RedShift 6", "Детская энциклопедия звездного неба", "Маленький астроном" ("Новый диск"); "Книга о Луне" ("АстраМедиа"); "Открытая астрономия" ("Физикон"); "Большая детская энциклопедия. Астрономия", "Энциклопедия школьника. Астрономия" ("ИДДК"); "Астрономия. Полный мультимедийный курс" ("Руссобит-М"). На особливу увагу заслугове потужний астрономічний симулятор, тривимірний планетарій "RedShift 5.1". Це мультимедійне видання — продукт компанії Maris Technologies Ltd., озвучене, адаптоване та видане російською компанією "Новый диск". За допомогою цього продукту користувач може відтворити вид зіркового неба з будь-якої точки Землі та Сонячної системи. Програма уможливує: вивчення міль-

йонів об'єктів космосу, відстежування руху планет та їхніх супутників у режимі реального та прискореного часу, спостереження за ходом сонячних і місячних затемнень та інших небесних явищ. Окрім того, диск містить багатий довідковий матеріал, зображення топографічних особливостей планет Сонячної системи, інтерактивні екскурсії, мультимедійні лекції, фото- та відеогалерею. За бажанням користувача, з нього можна роздруковувати карти неба з доданими до них відомостями. Оновлена версія цього видання "RedShift 6 Premium" дає можливість розраховувати та продивлятися усі важливі астрономічні події. Розглянуті особливості контенту цього мультимедійного ресурсу, а також його відносна, порівняно з ілюстрованим високоякісним довідковим виданням, доступність свідчать, що подібні видання можуть стати важливим супровідним наочним засобом навчання на уроках астрономії. Окрім освітніх та пізнавальних видань, російські компанії мультимедиа активно видають комп'ютерні ігри: аркади, стратегії, квести, рольові, тактичні, авто- та авіасимулятори. Серед провідних виробників ігрової, мультимедійної продукції — російська компанія "Бука".

Аналіз видавничої структури потоку мультимедійних видань дав змогу виявити переваги та недоліки цих комунікаційних засобів українського виробництва. До переваг можна з упевненістю віднести: наочність; відносну доступність; захоплюючу ігрову форму подання інформації у виданнях для дошкільнят і молодших школярів та простий інтерфейс для школярів старшої вікової групи; акумуляцію інформації різної природи (текст, аудіо-, відео-, анімація, графіка), що сприяє ефективному засвоєнню дітьми відомостей, а відтак веде до сильнішого зацікавлення дитиною предметом у разі використання мультимедійних видань з освітньою метою. До недоліків належать: незначний у багатьох продуктах фактичний контент; подекуди непрофесійні малюнки та анімація; шкода для здоров'я дитини у разі неунормованого використання видань мультимедиа. Усе це не дає можливості використання мультимедійних дисків автономно від традиційних підручників.

Таким чином, сучасний стан видавничої структури потоку мультимедійних видань не може задовольнити інформаційні потреби дітей різних вікових категорій та різних регіонів країни у якісній соціально-значущій різноматичній та різноманевривій мультимедійній продукції. Це свідчить про те, що мультимедійний комунікаційний простір України знаходиться на початковому етапі свого становлення. Державна діяльність у галузі розвитку вітчизняного мультимедійного середовища має спрямовуватися на: стимулювання галузі наданням видавництвам мультимедійної продукції грантів та податкових пільг, проведенням конкурсів на краще мультимедійне видання; перехід від імпорту готової мультимедійної продукції до видання дитячих мультимедійних дисків в Україні; ліквідацію типологічного, тематичного, вікового та мовного дисбалансів у структурі видавничого потоку; підтримку вітчизняного видання освітніх та пізнавальних мультимедійних ресурсів, які за якістю мають відповідати рівню кращих світових зразків та спрямовуватися на гармонійний розвиток особистості.

Перспективами подальших досліджень означеної проблеми є: вивчення функціонуючого в Україні ринку мультимедійних дитячих видань з метою встановлення пріоритетних напрямів попиту та пропозиції; аналіз ринку з позицій типологічного, тематичного, жанрового, вікового, мовного, географічного наповнення; виявлення провідних та найпопулярніших серед покупців мультимедиа видавців CD та DVD; проведення соціологічних досліджень з використанням дітьми традиційних та мультимедійних видань у навчанні та організації дозвілля для визначення переважаючих інформаційно-комунікаційних засобів.

## Список використаної літератури

1. *Бондаренко Я.* Книжки, в которые играют, игры, которые читают: игровая деятельность как одно из направлений работы детской библиотеки / Я. Бондаренко, И. Базиленко // Світ дитячих бібліотек. — Режим доступа : [http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit\\_n20/10.htm](http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit_n20/10.htm). — Загл. с экрана.
2. *Бурлаков И. В.* Homo Gamer : психология компьютер. игр / И. В. Бурлаков. — М. : Класс, 2000. — 144 с. — (Библиотека психологии и психотерапии ; вып. 86).
3. *ГОСТ 7.83—2001.* Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. — Дата введения 2002—07—01. — М. : ИПК Изд-во стандартов, 2002. — 12 с.
4. *Дзюба Н.* Электронные ресурсы детских библиотек Украины и формирование информационной культуры читателей / Н. Дзюба, А. Кобзаренко // Світ дитячих бібліотек. — Режим доступа : [http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit\\_n15/10.htm](http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit_n15/10.htm). — Загл. с экрана.
5. *Ждан Л. М.* Використання електронних підручників в училищі / Л. М. Ждан // Шкільна бібліотека. — 2008. — № 1. — С. 14.
6. *Козлова Е. И.* Электронные издания для детей и юношества / Е. И. Козлова // Школьная библиотека. — 2008. — № 6/7. — С. 136—140.
7. *Литвиненко О. А.* Особенности классификации мультимедийных изданий для детей / О. А. Литвиненко // Наука о книге : Традиции и инновации : к 50-летию сб. "Книга. Исследования и материалы" : материалы XII Междунар. науч. конф. по проблемам книговедения (Москва, 28—30 апреля 2009 г.) : в 4 ч. — М., 2009. — Ч. 1. — С. 335—337.
8. *Литвиненко О. О.* Криза дитячого читання в контексті національного книговидання / Ольга Литвиненко // Вісник Книжкової палати. — 2009. — № 6. — С. 6—10.
9. *Майстрович Т. В.* Возможности использования оптических компакт-дисков в библиотеках / Т. В. Майстрович // Научные и технические библиотеки. — 1997. — № 5. — С. 9—14.
10. *Майстрович Т. В.* Дом, который построил диск / Т. В. Майстрович // Библиотека. — 2001. — № 2. — С. 31—34.
11. *Фомина А. А.* Рынок документной продукции : учеб.-метод. пособие / А. А. Фомина. — М. : Либерей-Бибинформ, 2008. — 72 с. — (Библиотекарь и время. XXI век ; вып. № 94).
12. *Что такое скриншот и для чего он нужен.* — Режим доступа : <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-10858/>. — Загл. с экрана.
13. *Шлыкова О. В.* Культура мультимедиа : учеб. пособие / О. В. Шлыкова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М. : Фаир-Пресс, 2004. — 415 с.
14. *Щукина Т.* Медиацентр в структуре ЦБС для детей / Т. Щукина // Світ дитячих бібліотек. — Режим доступа : [http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit\\_n15/30.htm](http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit_n15/30.htm). — Загл. с экрана.
15. *Янушевич Н.* Новые информационные технологии и Интернет / Н. Янушевич, Е. Земская, С. Капанова // Світ дитячих бібліотек. — Режим доступа : [http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit\\_n15/20.htm](http://www.chl.kiev.ua/UKR/magazin/Svit_n15/20.htm). — Загл. с экрана.

*Определены тематическая, типологическая, возрастная и языковая структура потока мультимедийных детских изданий Украины. Предложены направления оптимизации мультимедийного коммуникационного пространства для детской аудитории пользователей.*

*The thematic, typological, age and language structure of streaming media of publications for children in Ukraine are defined. The directions of optimizing of multimedia communication space for a children's audience are proposed.*

Матеріал надійшов у редакцію 31 травня 2010 року