

17. *Положення* про Видавництво Львівського національного університету імені Івана Франка. — Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/01/reg_publishing.pdf (дата звернення: 10.07.2017). — Назва з екрана.
18. *Положення* про Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". — Режим доступу: www.lp.edu.ua/sites/default/files/attach/2016/1890/normaty_vni_documenty.pdf (дата звернення: 11.06.2017). — Назва з екрана.
19. *Положення* про засади видавничої діяльності в Українському Католицькому Університеті. — Режим доступу: <https://s3-eu-central-1.amazonaws.com/ucu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/04/22.-polozhennyaydavnychuradu.pdf> (дата звернення: 26.07.2017). — Назва з екрана.
20. *Положення* про конкурс монографій, підручників та навчальних посібників. Збірник нормативних документів Національного університету "Львівська політехніка" / Національний університет "Львівська політехніка"; за редакцією професора Ю. Я. Бобала. — Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. — 772 с. — Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/26558> (дата звернення: 30.07.2017). — Назва з екрана.
21. *Стан* вищої освіти у Львівській області 2015/16 навчального року. — Режим доступу: http://galinfo.com.ua/news/stan_vyshchoi_osvity_u_lvivskiy_oblasti_201516_nvchalnogo_roku_215698.html (дата звернення: 30.07.2017). — Назва з екрана.
22. *Статут* вищого навчального закладу "Український Католицький Університет". — Режим доступу: http://old.ucu.edu.ua/files/2016/02/statut-vnz-uku_2016.pdf (дата звернення: 26.07.2017). — Назва з екрана.
23. *Теремко В. І.* Видавничий маркетинг : навч. посіб. / В. І. Теремко. — Київ : Академвидав, 2009. — 272 с.
24. *Українська академія друкарства.* Штатний розпис на 2015 р. — Режим доступу: <http://www.uad.lviv.ua/wp-content/uploads/2015/06/zvedrozp2.pdf> (дата звернення: 26.07.2017). — Назва з екрана.

В статье проанализированы организационные структуры издательств высших учебных заведений, которые обеспечивают эффективное функционирование на рынке научной и учебной книги; выявлены особенности их деятельности и очерчены ее перспективы.

The organizational structures of publishing houses of higher educational institutions that provide the effective distribution of the scientific and educational book on the market were analyzed in the article; the features of their activities were identified; the future prospects were outlined.

Надійшла до редакції 17 серпня 2017 року

УДК 655.3.066.9:004.032.6]-053.2



Світлана Фіялка,
кандидат наук
із соціальних комунікацій,
доцент кафедри
видавничої справи та редагування
Видавничо-поліграфічного
інституту
НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського"



Вікторія Наумчук,
випускниця
Видавничо-поліграфічного
інституту
НТУУ "КПІ ім. Ігоря Сікорського"

Урахування психологічних особливостей дошкільнят під час підготовки мультимедійних інтерактивних дитячих видань

Узагальнено технічні вимоги до мультимедійних інтерактивних дитячих видань. Окрему увагу приділено психологічним особливостям сприйняття дитиною мультимедійних елементів книги.

Ключові слова: видання, видання для дітей, інтерактивне видання, сприйняття мультимедійних елементів дитиною.

З поширенням інформаційно-комунікаційних технологій дедалі більшої популярності набувають електронні мультимедійні видання, в яких за допомогою відповідних програмних засобів взаємозв'язано подано текстову, звукову, графічну та іншу інформацію. У цьому сегменті чільне місце належить дитячій літературі. Зазвичай такі видання є інтерактивними, тобто передбачають, окрім читання, перегляду ілюстрацій чи відео, прослуховування аудіо, додаткові види взаємодії з юним читачем (вихід в альтернативну реальність, гру, розфарбовування тощо). Отже, актуальною є потреба сформулювати фахові настанови для редакторів мультимедійних інтерактивних дитячих видань.

Тему виготовлення та поширення мультимедійних, зокрема й інтерактивних видань, досліджували

В. Вуль (технології створення електронних видань), Л. Землянова (проблема термінології в мультимедійній дитячій книзі), Л. Городенко (загальні характеристики інтерактивної книги), А. Лисенко (особливості співіснування електронної та друкованої книг), А. Соляник (сучасний стан мультимедійних видань в Україні), Н. Дзюба (аналіз дитячих мультимедійних видань), О. Литвиненко (особливості асортименту дитячих мультимедійних видань в Україні).

Актуальність статті зумовлена тим, що мультимедійні інтерактивні видання для дітей майже не досліджено в контексті редакційно-видавничої підготовки. Тож, зважаючи на брак ґрунтовної теоретичної бази, порушена проблема є актуальною.

Мета статті — сформулювати вимоги до підготовки мультимедійних інтерактивних видань для

дітей дошкільного та молодшого шкільного віку і виявити психологічні особливості сприйняття цієї аудиторією мультимедійних елементів.

Лідером виробництва мультимедійних інтерактивних видань традиційно є США. Зокрема, відзначимо мультимедійні інтерактивні енциклопедії для дітей, доступні в iBookStore. Натиснувши на незрозуміле слово чи поняття, читач дізнається їхнє значення, цікаві факти та приклади. Дитина може виділяти потрібну інформацію на електронній картці для зручного запам'ятовування [1]. Такі гаджети створено навіть для наймолодших, наприклад, компанія VTech випускає електронні пристрої InnoPad для дітей 4—9 років. Це повноцінний замітник планшета, але адаптований для юних користувачів [1].

Виробником якісних мультимедійних інтерактивних дитячих видань є й компанія Apple. Приміром, під час читання таких книжок малеча може самостійно обрати сюжет (зокрема, як головному герою дістатися до місця призначення — літаком чи човном). Розробники акцентують на тому, що видання, у розвитку подій яких дитина бере безпосередню участь, краще впливають на запам'ятовування викладеної інформації [2].

Головною проблемою світового видавничого ринку і досі є питання ціни та доступності. Для споживача електронна книга — це найкраще рішення. Проте щоб нею користуватися, спочатку потрібно придбати пристрій для читання, що дасть змогу завантажувати потрібні книги. Нині діє багато платформ, завдяки яким це можна зробити безкоштовно, а якщо на певні видання і встановлено ціну, то вона зазвичай значно нижча порівняно із друкованим аналогом.

Протилежна ситуація щодо витрат у видавців. Американська письменниця П. Інтрейтор зазначає, що для створення дитячого видання одразу для кількох операційних систем потрібно понад 50 тис. доларів [3]. Аби компанія не зазнала збитків і була гідно представлена на ринку, видавець має докласти певних зусиль для популяризації його продукту серед потенційної цільової аудиторії.

Створення мультимедійних інтерактивних видань в Україні ще не набуло масового характеру, проте ця галузь активно розвивається. Нині на вітчизняних теренах розроблення та розповсюдження цього сегмента літератури провадять видавництва "А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА", "Видавництво Старого Лева", Gutenbergz, Glowberry Books, KievSeaPirates, Smart Adventure. Ці видання сприяють популяризації та заохоченню до читання і малечі, і батьків, реалізуючи розвивальну функцію, адже дитині пропонують виконати певні завдання або відповісти на запитання. Інформативність і сприйняття інтерактивних видавничих продуктів є значно вищими порівняно з друкованими аналогами, адже ігрові елементи допомагають ґрунтовнішому засвоєнню матеріалу.

Певним недоліком інтерактивних видань є технічні вимоги, зокрема наявність електронних носіїв, а отже вартість користування такою видавничою продукцією є дискусійним питанням.

Сьогодні в Україні немає стандартів, які б визначали правила оформлення мультимедійних інтер-

активних видань, тому автори пропонованої публікації мали на меті створення переліку основних вимог до дитячого сегмента цієї літератури на основі аналізу правил підготовки друкованих видань для малечі.

Головним джерелом аналізу слугував стандарт ДСанПіН 5.5.6-138—2007 "Державні санітарні норми і правила. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей" [4]. Під час створення дитячого видання варто дотримуватися норм його підготовки залежно від вікової категорії споживачів, на яку воно розраховане.

Спираючись на вимоги державного стандарту, пропонуємо такий перелік правил щодо технічного оформлення інтерактивних видань для дітей дошкільного віку:

- текст у виданні має бути виконаний кеглем не менше 16 п;

- не дозволяється відтворювати основний текст кольоровим забарвленням на кольоровому тлі та виворітним шрифтом;

- частина тексту у виданні може бути виконана іншим шрифтовим накресленням або кольором, проте кеглем, не меншим, ніж основний текст;

- текст, відтворений іншим кольоровим забарвленням, має бути на 2 п більшим, ніж кегль основного тексту;

- рекомендована ілюстративність видання — не менше 75%;

- на сторінці має бути не менше 50% ілюстрацій;

- не рекомендовано подавати основні мультимедійні елементи або зображення внизу сторінки.

Для дітей дошкільного віку здебільшого створюють мультимедійні інтерактивні видання, основу яких становлять розвивальні ігри. Їхня тематика може бути різноманітною, але має відображати реальність і впізнаваність. Проте є теми, яких варто уникати: смерть, страх, відомості, що можуть негативно вплинути на психічний стан дитини і до яких вона морально може бути не готова.

Надзвичайно важлива інтерпретація теми, тобто головним є не об'єкт розповіді, а спосіб викладення матеріалу, а також висновки, які зробить читач у кінці історії.

Інтерпретація будь-якої теми має базуватися на оптимізмі. Діти дошкільного віку впевнені у справедливості світу та перемозі добра над злом. Автор інтерактивного видання має не лише розкрити тему у зрозумілій для читача формі, а й вступати з аудиторією у діалог, пояснюючи складні питання та власну позицію щодо них.

Головна функція, яку має виконувати видання для дітей дошкільного віку, — пізнавальна. Через текстову та ілюстративну інформацію, аудіо та відео потрібно формувати уявлення дитини про навколишній світ, відповідати на її запитання, надавати уроки морального виховання.

Щодо ілюстративного оформлення, важливо зважати на вік читачів, для яких призначене видання. Дітей дошкільного віку цікавлять передусім речі, що їх оточують, та найпростіші явища. Деталі відво-

лікають, тому в ілюстраціях доцільно відображати лише загальний вигляд об'єкта [5]. Недотримання зазначених вимог може призвести до порушення ефективного засвоєння інформації мультимедійного інтерактивного видання, що знизить його популярність серед цільової аудиторії.

Психологічний аспект підготовки мультимедійних книжок для юних читачів малодосліджений, тому проаналізуємо вплив на дитину тексту, ілюстрацій, а також власне мультимедійних компонентів — звукового супроводу, відеороликів та анімації.

Перша вікова категорія читачів (від 1 до 3 років) надзвичайно вразлива з психологічного погляду. У такому віці дитина ще не може розрізнити, яку інформацію їй потрібно запам'ятовувати, а яку ні; вона не фільтрує те, що бачить і чує. Важливо дослідити психологічні властивості цієї вікової категорії, аби усвідомити, що і в якій формі доцільно висвітлювати в мультимедійному виданні.

До 5—6 місяців пропонувати малечі інтерактивні книжки не варто. Від 6 місяців у дитини розвиваються зорово-тактильні відчуття, отже, вона здатна реагувати на подразники [6, с. 84]. Ілюстрації у виданнях для цього віку мають бути великими і яскравими, привертати увагу.

У дитини віком 1—3 роки відбувається прискорення пізнавальних і психічних процесів. Особливо інтенсивно розвиваються слух, зорова, дотикова та кінестетична чутливість. Насамперед діти пізнають форму [6, с. 86], у чому їм допоможуть ігри та завдання, під час яких потрібно зіставляти запропоновані предмети з відповідними реальними зразками. Приміром, завдяки анімації чи відео малюк краще зрозуміє форму об'єкта. В мультимедійному інтерактивному виданні варто умістити прості завдання, наприклад пошук предмета на сторінці.

У такому віці дитині зазвичай пропонують класифікувати предмети за певними ознаками: кольором, розміром, формою [6, с. 87]. Цю функцію в мультимедійній книжці виконують ілюстрації та можливий звуковий супровід завдання, що передбачає сигнал у разі правильної чи неправильної відповіді.

На початку третього року життя у дитини розвивається просторова уява [6, с. 89]. У мультимедійному інтерактивному виданні доцільно умістити завдання, що стосуються орієнтування на місцевості (наприклад, допомогти головному героєві пройти лабіринт, перейти річку через місток). Проте увага в такому віці надто нестійка [6, с. 88], тому завдання варто зробити короткочасними у виконанні.

Для ефективного запам'ятовування інформації малечі такого віку потрібен проілюстрований варіант. Є чимало способів реалізації цієї вимоги у мультимедійному виданні, зокрема спочатку йде назвчування інформації про зображення на екрані, згодом воно зникає, з'являється п'ять подібних картинок, з яких дитина має обрати відому.

На третьому році життя малеча чутлива до мовних впливів. Її пасивний словник швидко поповнюється,

дитина розуміє майже всі слова, що стосуються її оточення [6, с. 91]. У цей період юні читачі охоче слухають вірші, казки, оповідання, що вперше виводять їх за межі безпосереднього спілкування з дорослими, дають відомості про те, чого вони ще не бачили, ознайомлюють з моральними ситуаціями й оцінками.

Отже, у віці 3-х років дитина чудово сприймає назвчування певної інформації. У мультимедійному інтерактивному виданні цю функцію реалізовано за допомогою звукового супроводу чи відеоролика.

Дитина віком 4—5 років уважніша й активніше реагує на зовнішні подразники [6, с. 93]. У цей період вона здатна працювати з виданням: виконувати завдання, слухаючи звуковий супровід. Малюк самостійно може керувати навігацією у книзі (заходити/виходити, вмикати паузу/грати, регулювати гучність і розмір відео/картинки).

Для цієї вікової категорії важлива кольорова гама предметів, що її оточують [6, с. 93]. Тому у книжці не варто зловживати надто темними (чорним, темно-синім, темно-зеленим) кольорами і робити акцент на яскравий червоний колір, зважаючи на те, що він може викликати не лише перевтому для зору, а й надмірне збудження.

Звуковий супровід має викликати позитивні емоції, музику потрібно добирати приємну й спокійну, інакше дитина не засвоїть інформацію повноцінно.

6—7-річна дитина сьогодні є впевненим користувачем електронних носіїв і здатна без допомоги батьків повністю опанувати мультимедійне інтерактивне видання.

Для такої цільової аудиторії можна впевнено створювати книги з усіма функціями мультимедіа: звуковим супроводом, анімацією, відеорядом, гіпертекстом, навігацією тощо.

Дитина у віці 6 років ефективно сприйматиме інформацію, подану у відео, картинках і звуковому ряді. Однак не варто наводити великі частини тексту, позбавленого ілюстрацій чи мультимедійних компонентів (їх частка має становити не менше 30%).

Потрібно пам'ятати, що увага в такому віці — короткочасна, тому подавати відео тривалістю понад 2—3 хвилини не варто [6, с. 99]. Утримати увагу дитини можна лише за умови правильно структурованих компонентів та їхнього чергування.

Звуковий супровід має важливе допоміжне значення для мультимедійного інтерактивного видання. Він може бути як основним джерелом інформації (наприклад, текст не виводиться, а лише озвучується, тоді як на екрані з'являються ілюстрації), так і доповнювальним (приміром, фонові музичні елементи — звуки природи, транспорту тощо).

Зазвичай у мультимедійному інтерактивному виданні звуковий супровід можна регулювати (вмикати/вимикати, збільшувати/зменшувати гучність). У певних виданнях передбачено вибір назвчування (якщо є голос автора, то можна обирати його тип: жіночий, чоловічий або дитячий).

Проте звукові ефекти можуть і негативно впливати на дитину, якщо використано:

- різкі, неритмічні звуки;
- неочікуваний гучний сигнал (наприклад, якщо дитина виконує певні завдання і він інформує, правильно є відповідь чи ні);
- грубий, неприємний, одноманітний голос назвчування (віршів, казок, оповідань тощо).

Такий вплив може призвести до погіршення настрою, тривожності, роздратованості, головного болю [6, с. 89].

Відеоролик у мультимедійному інтерактивному виданні також виконує важливу роль. Візуальний компонент допомагає дитині краще зрозуміти викладену інформацію, наприклад у книжку додають відео, що демонструє, як правильно користуватися певним предметом. Його позитивний і негативний вплив на дитину є подібним до впливу звукового супроводу, проте, окрім звуків, додається й відеоряд.

Важливими є багато елементів: швидкість заміни одного кадру іншим (дитина може не встигати засвоювати інформацію), яскравість кольорів (занадто темні або занадто яскраві кольори здатні викликати в дитини змішані емоції; якщо картинка не насичена, на ній важко концентрувати увагу, а якщо надто яскрава, то це може призвести до роздратування або втоми); сюжет відео (заборонено використовувати сцени насилля, агресії, знущання над людьми/тваринами/природою, аморальної поведінки тощо).

Анімація здебільшого позитивно впливає на психічний стан малечі [6, с. 88]. Зазвичай у мультимедійному інтерактивному виданні анімують головних героїв, щоб у дитини складалося відчуття безпосередньої взаємодії з ними.

Єдине, що в анімації може негативно впливати на читача, — вигляд героїв. Для дітей їхня зовнішність надзвичайно важлива, адже малеча часто зіставляє себе з улюбленими персонажами [6, с. 90]. Герої мають викликати в дитини довіру та приязнь, не бути страшними чи непривабливими.

Дослідники Д. Гордієнко та В. Коваленко зазначають, що у дітей викликають занепокоєння форма та стиль зображення людей і речей, приміром грубі, квадратні або інші неприродні риси обличчя. У майбутньому малюк звертатиметься до набутого досвіду сприйняття, створюючи зорові образи в мозку [5, с. 59]. Отже, вираз обличчя героя, його емоції мають бути гіперболізовані, аби дитина чітко зрозуміла, як до нього ставитися — негативно чи позитивно.

У психології є поняття "фасцинації" — впливу одразу кількох чинників на органи сприйняття людини [7, с. 35]. Здебільшого цей термін стосується способів вербального характеру, коли на особу впливають за допомогою різних мовленнєвих засобів, залучаючи також пасивну комунікацію. Проте можемо віднести це поняття й до аспектів впливу мультимедійного інтерактивного видання, адже під час читання таких книжок задіяно кілька органів чуття дитини — зір, слух, дотик. Фасцинативний спосіб

відтворення інформації доволі ефективний, зважаючи на те, що малеча набагато краще сприймає текст, якщо до нього додано ілюстрації, звуковий супровід, відеоролики та анімацію.

Висновки. Створення мультимедійного інтерактивного видання — складний і відповідальний процес, котрий потребує належної підготовки, зважаючи на те, що цільовою аудиторією є діти, чия психіка є надто вразливою.

Компоненти мультимедійних інтерактивних видань (звуковий супровід, відеоролик, ілюстрація) виконують виховну та естетичну функції, покращують настрій, заспокоюють тощо. У разі, якщо інтерактивна книжка не відповідає вимогам підготовки, її компоненти можуть викликати в дитини негативні емоції чи навіть налякати її.

Зважаючи на певні особливості вікових категорій, під час підготовки мультимедійного інтерактивного видання автори і редактори мусять бути вкрай пильними, звертаючи увагу не лише на технічні вимоги до такої літератури, а й на потенційний психологічний вплив на основного реципієнта — дитину.

Список використаної літератури

1. *Створення перших у світі планетників для дітей* // ТСН.ua : офіц. сайт. — Режим доступу: www.tsn.ua. — Назва з екрана.
2. *Єфімова М. П.* Інтерактивна дитяча книга в Україні: становлення та перспективи / М. П. Єфімова // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. — 2013. — Вип. 19 (2). — С. 259—263.
3. *Intrator P.* Children's Books Go Multimedia, Multinational, Multi... Everything / P. Intrator. — Mode of access: <http://publishingperspectives.com/2012/02/childrens-books-go-multimedia-multinational-multi-everything/#.WFklsVWLTIU>. — Title from the screen.
4. *ДСанПіН 5.5.6-138—2007.* Державні санітарні норми і правила. Гігієнічні вимоги до друкованої продукції для дітей. — На заміну ДСанПіН 5.5.6.084—2002; чинний від 2007—02—09. — Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0077-07>. — Назва з екрана.
5. *Гордієнко Д. О.* Вплив анімаційних фільмів на рівень тривожності дітей молодшого шкільного віку / Д. О. Гордієнко, В. В. Коваленко // Вісник ДНУ. — Сер. Педагогіка і психологія. — 2012. — Вип. 18. — С. 57—65.
6. *Дуткевич Т. В.* Дитяча психологія : навч. посіб. / Т. В. Дуткевич. — Київ : ЦУЛ, 2012. — 423 с.
7. *Марущак О.* Психолого-педагогічні особливості використання дитячих періодичних видань у навчально-виховному процесі початкової школи / О. Марущак // Зб. наук. пр. Уманськ. держ. пед. ун-ту. — 2014. — Ч. 2. — С. 230—239.

Обобщены технические требования к мультимедийным интерактивным детским изданиям. Рассмотрены психологические особенности восприятия ребенком мультимедийных элементов книги.

Technical requirements for multimedia interactive children's publications are generalized. The psychological features of the child's perception of the multimedia elements of the book are considered.

Надійшла до редакції 20 червня 2017 року