

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО ЕТАПУ ЕВОЛЮЦІЇ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА

Визначено основні етапи розвитку мультимедійного середовища як підсистеми соціокомунікативного простору. Розглянуто основні проблеми функціонування вітчизняного мультимедійного середовища на сучасному етапі розвитку, запропоновано шляхи їх подолання.

Ключові слова: мультимедіа, мультимедійне середовище, кінематограф, телебачення, комп'ютеризація, Інтернет.

Определены основные этапы развития мультимедийной среды как подсистемы социокommunikативного пространства. Рассмотрены основные проблемы функционирования отечественной мультимедийной среды на современном этапе развития, предложены пути их преодоления.

Ключевые слова: мультимедиа, мультимедийная среда, кинематограф, телевидение, компьютеризация, Интернет.

Basic stages of multimedia environment development as subsystem of sociocommunicative space are defined. Main problems of national multimedia environment at the present phase of development are examined, the ways of its solution are proposed.

Key words: multimedia, multimedia environment, cinematograph, television, computerization, the Internet.

Нині мультимедійне середовище являє собою широкий спектр засобів передачі та зберігання мультимедійної інформації, а також каналів її трансляції. Наразі інформацію можна отримувати не лише на великій кількості пристроїв — планшетних ПК і ноутбуків, смартфонах, гаджетах тощо, а й на географічно обширній території завдяки безпроводному Інтернету та телебаченню. Проте поряд з перевагами великого розмаїття мультимедійних технологій існують і певні їх недоліки. Для визначення проблем сучасного медіапростору та шляхів їх подолання необхідно дослідити еволюцію мультимедійного середовища.

Теоретико-методологічну базу дослідження феномену «мультимедійне середовище» склали праці А. В. Соколова [19], М. О. Василика [15], В. О. Ільганаєвої [9], Ф. І. Шаркова [26], А. І. Каптерєва [10-11], Т. Ф. Берестової [4-5], Я. Л. Шрайберга [27], Р. Ф. Абдєєва [3], А. М. Єрмоленка [8] та ін. Але з позицій соціокомунікативного підходу історичний розвиток мультимедійного середовища нині є недостатньо розробленими.

Мета статті — визначення особливостей сучасного етапу розвитку мультимедійного середовища, виявлення резервів удосконалення його функціонування.

Аналіз основних етапів еволюції мультимедійного середовища дозволяє стверджувати, що визначальну роль у функціонуванні медіапростору відіграють комунікаційні засоби та канали передавання мультимедійної

інформації в суспільстві. Так, основними етапами еволюції мультимедійного середовища є: докінематографічний (фантазмагоричний — з 1797 р., мультиплікаційний — з 1877 р.); кінематографічний (німе кіно — з 1895 р.; звукове кіно — з 1919 р.); телевізійний (з 1927 р.); відео (з 1932 р.); комп'ютерний (офлайновий — з 1941 р., онлайнний — з 1969 р. — понині) (табл. 1). Якісною особливістю кожного з етапів є суттєве збільшення кількості та якості комунікаційних каналів і їх можливостей передавання інформації різної природи — статичного та динамічного зображення, звуку, відео, гіпертексту тощо (табл. 2).

Табл. 1. Основні етапи розвитку мультимедійного середовища

Етап розвитку мультимедійного середовища	Рік початку етапу, подія	Комунікаційні способи запису інформації	Комунікаційні канали	Комунікаційні засоби передавання інформації	Комунікаційні засоби зберігання інформації	Комунікат
1. Докінематографічний	1797 (шоу Е. Г. Робера «Фантазматорія»)	рукописний	монастирі	удосконалений «чарівний ліхтар»	слайди	мультимедійні видовища потойбічного характеру
Фантазмагоричний	1877 (пристрій «Оптичний театр» на основі праксиноскопу Е. Рено)	рукописний	музеї, театри	праксиноскоп	стрічка мініатюр	мультифільм
Мультиплікаційний	1895-1896 (сінематограф братів Люм'єр, кінорежисер О. Мес-тера)	фотографічний	кінотеатр	кінорежисер	кіноплівка	кінофільм
3. Телевізійний	1907 (перший телевізійний приймач М. Дікмана)	механічний	телебачення	телевізор	кіноплівка	телетрансляція
4. Відео	1932 (магнітна стрічка К. І. Усупова)	магнітний	торгівля відеокасетами	відеомініфон	відеокасета	відеозапис
5. Комп'ютерний	1941 (перший комп'ютер «Z3»)	лазерний, оптичний, екранний	торгівля лазерними, компактними та ін. дисками	комп'ютер, ноутбук	лазерний диск, оптичний диск, USB-флеш накопичувач, електронна книга (рідер), жорсткий диск комп'ютера	мультимедійні книги, комп'ютерні ігри
Онлайновий	1969 (запуск першої комп'ютерної мережі «ARPANET»)		комп'ютерні мережі (ARPANET, BITNET, ISDN, WWW — Інтернет)	планшетні ПК, смартфони (комунікатори)		соціальні мережі, YouTube, Вікіпедія, онлайнові ігри

Табл. 2. Еволюція мультимедійного середовища відповідно до комунікаційних можливостей інтеграції інформації різної природи

Етап розвитку мультимедійного середовища	Комунікаційні можливості мультимедіа	Тип мультимедіа
Докінематографічний етап фантазмагоричний (з 1797 р.) мультиплікаційний (з 1877 р.)	графіка + анімація + текст	лінійний
Кінематографічний етап німе кіно (з 1895 р.)	графіка + анімація + фотографія + відео + текст	лінійний
звукове кіно (з 1919 р.)	графіка + анімація + фотографія + відео + текст + звук	лінійний
Комп'ютерний етап офлайновий (з 1941 р.) онлайновий (з 1969 р. — понині)	графіка + анімація + фотографія + відео + текст + звук + гіпертекст + інтерактивність	нелінійний інтерактивний

Аналіз основних етапів розвитку мультимедіа дозволив виділити основні фактори, що впливають на розвиток мультимедійного середовища: економіко-політичні, техніко-технологічні, організаційно-правові та культурні. Техніко-технологічне забезпечення мультимедійного середовища нині перебуває на найвищому рівні розвитку за весь період існування мультимедіа завдяки високим рівням виробництва мультимедійної техніки та функціонуванню комп'ютерного онлайнового етапу. Цей етап дозволив суттєво збільшити чисельність реципієнтів, що мають доступ до мультимедійної інформації. Однак Україна посідає найнижчі місця за рівнем доступу громадян до мультимедійної інформації як у Європі, так і у світі. Це свідчить про незадовільний стан організаційно-правової складової мультимедійного середовища.

Окремою проблемою мультимедійного середовища є низька соціальна значущість мультимедійних комунікатів: веб-сайтів, фільмів, мультфільмів, телепередач тощо. Вони часто є зомбуючими, що приводить до того, що значна кількість користувачів Інтернету, в першу чергу, гравці в онлайнві ігри, основну масу часу проводять у віртуальному світі та виявляються нездатними відповідати на виклики

реального життя. Аналіз смислового навантаження і соціального за- мовлення на мультимедійні продукти впродовж XVIII –XXI ст. до- зволяє стверджувати, що сучасне мультимедіа значно поступається моральними якостями мультимедійним виданням середини XX ст. та подекуди є небезпечним для молоді аудиторії користувачів. У зв'язку з цим особливий інтерес являє аналіз сучасного розвитку основних сфер мультимедійного середовища — телебачення, кінематографа, комп'ютеризації, інтернетизації та галузі видання мультимедійних дисків.

Одним з найпоширеніших серед українців комунікаційним каналом мультимедіа є телебачення. За даними соціопитування, проведеного Українським інститутом соціологічних досліджень ім. О. Яременка [23], 75 % респондентів витрачають на перегляд телепередач щоденно в будні по 0,5-4 години, 65-90 % опитуваних проводять 0,5-3 години в ті ж дні за комп'ютером. Така специфіка дозволяє українців нега- тивно впливає, насамперед, на дитячу аудиторію глядачів. Фахівці [21, 14] зазначають, що в дітей, які проводять перед телевізором більше двох годин на день, у підлітковому віці спостерігаються порушення уваги, зниження концентрації, безсоння, складності з навчанням та засвоєнням нової інформації. Телевізійне зображення, що являє со- бою швидку зміну яскравих картинок, викликає перезбудження мозку. У результаті звичайне життя здається активним телеглядачам блідим та нецікавим. Виникає байдужість до читання, спорту, ігор та інших занять, що потребують певної концентрації уваги. Зважаючи на це, необхідно не лише розвивати й удосконалювати всі канали отри- мання мультимедійної інформації, а й поєднувати їх із заняттями, не пов'язаними з електронною технікою. Іншою важливою пробле- мою, пов'язаною з телевізійним мовленням України, є те, що основна маса телепрограм вітчизняного виробництва — це співочо-танцювальні шоу та новини. Науково-популярні передачі пізнавального характеру в Україні майже не створюються. Освітні передачі іноземного вироб- ництва транслюються на зарубіжних каналах «Discovery», «National Geographic», «History», «Animal Planet» та ін. Доступ до цих мульти- медійних ресурсів є лише в тих громадян України, які мають можли- вість користуватися кабельним або супутниковим телебаченням. Ви- рішення проблеми подолання нерівних можливостей доступу українців до суспільно-корисних ресурсів телепростору полягає у створенні віт- чизняних освітніх телепередач.

Вагома частка телевізійного мовлення відводиться творам світо- вого кінематографа, розвиток національного сегмента якого є одним з найважливіших системних факторів розбудови єдиного загальнона- ціонального мультимедійного простору. Аналіз матеріалів трьох щоріч- них міжнародних конференцій «Кинобизнес в Украине: особенности,

перспективи, возможности» [16, 20, 22, 12] та Державної служби кінематографії України [17, 18] дозволив виявити такі основні проблеми сучасного вітчизняного кінематографа: практична відсутність державного фінансування галузі; незначна кількість кінотеатрів (275 на всю країну), особливо цифрових залів (лише 40); відсутність української компанії, яка б забезпечувала повний огляд ринку кіно в цифрах, його моніторинг та консолідацію інформації в одному місці; гострий дефіцит у дискусії для учасників кінематографічної галузі та ін. Відео- і мультиплікаційна галузь вітчизняного виробництва також перебуває на низькому рівні свого розвитку. Це призводить до втрати нацією одних з найзначніших засобів збереження та популяризації духовної спадщини українців — кінематографа і мультиплікації — потребує нагальних дій державного регулювання галузі.

Як зазначалося, телевізійним переглядам у дозвіллі українців належить практично рівнозначне місце поряд із заняттями за комп'ютером. Сучасний комп'ютерний онлайнний етап розвитку мультимедійного середовища передбачає забезпечення доступу населення до комп'ютерної техніки та Інтернету. Проте дослідження компанії «Майкрософт Україна» «Інновації в освіті», проведене за підтримки Міністерства освіти та науки України [1, 24], продемонструвало, що на початок 2010 / 2011 навчального року в Україні на один персональний комп'ютер приходиться 28 учнів загальноосвітніх навчальних закладів. Для порівняння, в Європі та США в середньому аналогічний показник складає 5-7 осіб на один ПК. Технологічна база шкіл, які вже комп'ютеризовані, є застарілою та такою, що не відповідає сучасним вимогам. Важливою є й проблема недостатньої інтеграції наявних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в освітній процес. Одним з результатів дослідження стало й те, що педагоги та учні (70 %) мають більше доступу до ІКТ поза межами шкіл, ніж у класі. Такі дані є вкрай незадовільними для формування в підростаючого населення країни інформаційної культури і мають стати важливим поштовхом для державної підтримки навчальних закладів зі збільшення кількості високотехнологічно оснащених комп'ютерних класів.

Іншим, тісно пов'язаним з комп'ютерною базою, чинником, що впливає на розвиток мультимедійного середовища, є рівень вітчизняної інтернетизації. Можна виділити три основні проблеми, пов'язані з онлайнною частиною медіапростору України:

- недостатній доступ населення до Інтернету;
- обмежений освітній контент вітчизняних веб-сайтів;
- низька інформаційна грамотність інтернет-користувачів.

Станом на лютий 2010 р. в середньому по Україні глибина проникнення мережі Інтернет склала 12 % [6], в той час як у сусідній Польщі — понад 50 %. Однак по регіонах цей показник є неодно-

рідним. У Києві й області проникнення мережі складає 58 %, а в Житомирській, Вінницькій та Волинській областях цей показник не-набагато перевищує 1 %. Інтернет є найефективнішим та найдинамічнішим каналом комунікації, оскільки, на відміну від телебачення, кінематографа й ін., може передавати всю сукупність мультимедійної інформації — як динамічну: відео, аудіо, мультиплікацію, так і статичну: графіку та текст. І незважаючи на те, що Державна адміністрація зв'язку Міністерства транспорту та зв'язку України [7] фіксує щорічне збільшення користувачів Інтернету на вітчизняних теренах (2007 р. — 4,2 млн користувачів, 2008 р. — 6,4 млн, 2009 р. — 10 млн, 2010 р. — 15,3 млн), кількість людей, що нині мають доступ до Інтернету, є доволі обмеженою та такою, що не відповідає європейським стандартам. За даними організації «Internet World Stats» [2], із 50 країн та регіонів Європи Україна посідає 46 місце за рівнем доступу користувачів до Інтернету відповідно до чисельності населення і становить лише 33,7 %. Водночас аналогічний показник Німеччини складає 79,1 %, Великобританії — 82,5 %, Ісландії — 94,6 %. Доступ до Інтернету лише третини громадян України формує нерівні можливості в здобутті інформації зі світової онлайнової скарбниці знань. Першим етапом на шляху виходу з ситуації має стати повна інтернетизація навчальних закладів та бібліотек.

Поряд з проблемою недостатнього доступу населення України до Інтернету існує також проблема незбалансованого контенту вітчизняного сегмента мережі. Аналіз трьох українських каталогів інтернет-ресурсів («Украина — Сегодня: Каталог ресурсов» <http://www.ukraine-today.net/>, «Каталог сайтов на Украинском портале» <http://uaportal.com//Catalog/>, «WEBKatalog.kiev.ua» <http://webkatalog.kiev.ua/index.php>) дозволив виявити декілька тематичних груп офіційно зареєстрованих веб-сайтів (рис. 1). Визначено, що основна маса українського сегмента Інтернет — це ресурси, спрямовані на заробіток як авторів веб-сайтів, так і їх користувачів (будівництво, промисловість, ділові послуги, нерухомість). Чималу частку складають і розважальні сайти та сайти з відпочинку (туризм, знайомства, гумор, для дорослих). Свідченням наявності диспропорцій у розвитку мультимедійного середовища України є те, що кількість онлайн-сторінок з освітньо-науковим змістом складає лише 3 % від загальної кількості веб-сайтів, культурно-мистецьким — 7,1 %. В останньому переважають сайти з музичним та кінематографічним контентом, пізнавальне навантаження яких також є незадовільним. Для забезпечення успішного розвитку Інтернет-середовища необхідно підвищити якість культурно-освітнього контенту Інтернету й активувати його просування серед віддалених користувачів.

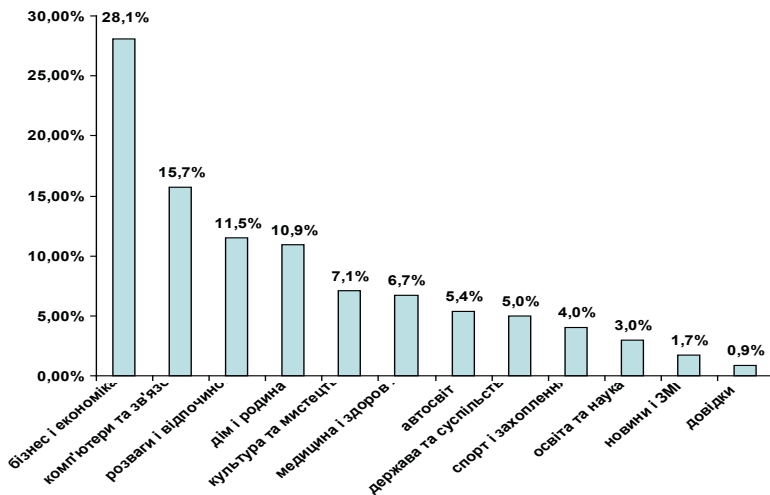


Рис. 1. Тематичні групи офіційних веб-сайтів України

Контент, що пропонує вітчизняний сегмент Інтернету, нерозривно пов'язаний із запитами користувачів України — їх інформаційною культурою. Про низький рівень останньої свідчать дані «Google Insight» [25], що здійснює моніторинг пошукових запитів користувачів мережі. Так, до найчастіших онлайн-побажань українців належать (за убуванням): «фото», «погода», «ігри», «перекладач», «однокласники», «картинки», «в контактi», «nokia», «mp3», «youtube», «фільми», «вікіпедія». Рейтинги онлайн-переходів українських користувачів Інтернет містять такі заголовки: «погода», «новини», «робота», «футбол», «перекладач», «гороскоп», «сонник», «приколи», «знайомства». Вагоме значення мають й ситуативні сплески користувацької цікавості до тієї або іншої теми. У 2009 р. українці виявляли особливу увагу до тем, пов'язаних з Майклом Джексоном та свинячим грипом. Згідно із зазначеними даними, єдиний освітній ресурс, що цікавить користувачів України на дійсно високому рівні — це використання онлайн-перекладача. Знаковим є те, що до рейтингів не увійшли класики світової літератури, художні твори, вчені, історичні події, сайти вищих навчальних закладів, бібліотек, музеїв тощо. Це свідчить про те, що сучасний користувач Інтернету сприймає мережу як розважально-довідковий центр, освітні ж веб-сайти залишаються поза його увагою. Не останню роль у цьому відіграє й фактор базового виховання потенційних користувачів батьками, дитячими садками, школами, оскільки основна маса Інтернет-споживачів — діти та підлітки, мережеве дозвілля яких є легковажним.

Незважаючи на те, що наповнення мультимедійного середовища за всіма попередніми показниками є, насамперед, розважальним та

діловим, в Україні створюються й пізнавальні мультимедійні ресурси. Це стосується компаній-видавців мультимедіа, питома вага яких, на жаль, становить лише 0,8 % від загальної кількості вітчизняних видавничих організацій. При цьому власні працюючі веб-сайти мають лише 63,3 % видавництв мультимедійних продуктів. Серед них: «Ніка-Гейм», «Інфодиск», «Мислене Древо», «Центр навчальної літератури», «Атлантик» (Київ); «Одісей» (Одеса); «Mediabook» (Харків); «Сорока Білобока» (Тернопіль); «Нова школа» (Рівне). Основну частину продукції цих видавництв складають комп'ютерні ігри та навчальні диски. Аналіз асортименту видавництв «Атлантик», «Сорока Білобока» та «Нова школа», мультимедійна продукція яких є суспільно значущішою, порівняно з іншими компаніями, дозволив виявити деякі дисбаланси в структурі потоку: типологічний (значна нестача довідкових, науково-популярних та художніх мультимедійних видань); тематичний (брак видань з природознавства, інформатики, філософії, правознавства, техніки, іноземних мов); віковий (практична відсутність мультимедійної продукції для старших школярів); мовний (дефіцит видань іноземними мовами). Одержані результати дозволяють зазначити, що видавнича галузь мультимедіа перебуває на початковому етапі свого становлення. Державна політика у сфері розвитку видавничого сегмента мультимедіа-продукції повинна спрямовуватися на підтримку вітчизняного виробництва освітніх та пізнавальних мультимедійних ресурсів, які за якістю мають відповідати рівневі кращих світових зразків та спрямовуватися на гармонійний розвиток особистості.

Таким чином, можна дійти висновку, що ні телебачення, ні Інтернет, ні видавці мультимедіа не можуть задовольнити потреб громадян України в якісній освітньо-пізнавальній мультимедійній інформації, функціонуючи окремо один від одного. Відповідно до цього постає питання про особливу роль бібліотеки, як єдиного комунікаційного каналу, що здійснює узагальнення, моніторинг мультимедійного середовища, виокремлюючи й акумулюючи високозмистовні пізнавальні офлайнні та онлайнні мультимедійні ресурси. Окрім того, бібліотека нині залишається єдиним комунікаційним каналом медіапростору, який функціонує не заради комерційної вигоди, а для суспільної користі та є одним з найдоступніших нині. Розуміючи сучасну культурно-освітню місію бібліотек, їх колективи самостійно намагаються створити відповідні умови для забезпечення користувачів якісною мультимедійною інформацією. Проте нині стає зрозумілим, що виконати це локально, в межах однієї документально-комунікаційної інституції практично неможливо. Вихід з цього становища — створити Національну мультимедійну бібліотеку України (НМБУ). Базою для неї може стати Бібліотека майбутнього ім. Є. Кушнарєва, що будуватиметься в м. Харкові, яка буде оснащена найсучаснішими бібліотечними технологіями. Пріоритетним напрямом її розвитку є акумуляція у фондах найцінніших соціально значущих мультимедійних, відео- й аудіовидань. Місія НМБУ

полягатиме в задоволенні інформаційних потреб громадян якісною суспільно-корисною мультимедійною інформацією, підвищенні їх інтелектуального рівня розвитку. Бібліотека має здійснювати розробку науково-методичних обґрунтувань з питань оптимального та нешкідливого надання користувачам мультимедійної інформації, оснований на останніх досягненнях науки в медицині, психології, фізіології та педагогіці. Фонди бібліотеки складатимуться з освітньо-пізнавальних мультимедійних ресурсів (мультимедійних книг, науково-популярних передач, кінофільмів, мультфільмів) широкого типологічного, тематичного, вікового та мовного асортименту. Мультимедійні видання НМБУ слід надавати згідно із запитами бібліотек через захищену внутрішню комп'ютерну мережу, так само, як і бібліографічні записи. Мультимедійне обслуговування на місцях має здійснюватися відповідно до всіх норм захисту авторського права, із запобіганням копіюванню виданого ресурсу та програмним обмеженням часу його використання. Онлайновий доступ до мультимедійних видань серед віддалених користувачів має забезпечуватися на веб-сайті НМБУ на договірній основі за аналогічним принципом.

До перспектив подальших досліджень належать: аналіз державних програм розвинених країн світу з підтримки функціонування мультимедійного середовища; розробка наукового підґрунтя до формування вітчизняної нормативної бази, регламентуючої розвиток мультимедійного середовища.

Список літератури

1. «Майкрософт Україна» провела онлайн-исследование «Инновации в образовании» [Електронный ресурс]. — Режим доступа : <http://itnews.com.ua/56369.html>. — Загл. с экрана.
2. Internet Usage in Europe [Electronic Resource]. — Electronic data. — Way of access: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm>. — Title from the screen.
3. Абдеев Р. Ф. Философия информационной цивилизации : учеб. пособ. [Електронный ресурс] / Р. Ф. Абдеев. — Режим доступа : www.webbl.ru. — Загл. с экрана.
4. Берестова Т. Ф. Информационное пространство библиотеки : науч.-метод. пособ. / Т. Ф. Берестова. — М. : ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2007. — 240 с. — (Б-рь и время. XXI век; Вып. 76).
5. Берестова Т. Ф. Общедоступная муниципальная библиотека в едином информационном пространстве : науч.-метод. пособ. / Т. Ф. Берестова. — М. : ЛИБЕРЕЯ-БИБИНФОРМ, 2005. — 288 с. — (Б-рь и время. XXI век; Вып. 19).
6. Википедия — свободная энциклопедия [Електронный ресурс]. — Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. — Загл. с экрана.
7. Державна адміністрація зв'язку Міністерства транспорту та зв'язку України — стан галузі [Електронний ресурс]. — Електрон. дан. — Режим доступа : <http://stc.gov.ua/uk/publish/article/68241>. — Загол. з екрану.

8. Ермоленко А. М. Комунікативна практична філософія : підручник / А. М. Ермоленко. — К. : Лібра, 1999. — 488 с.
9. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х. : КП «Городская типография». 2009. — 392 с.
10. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства / А. И. Каптерев. — М. : Фаир-пресс, 2004. — 507 с. — (Специальный издательский проект для библиотек).
11. Каптерев А. И. Мультимедиа как социокультурный феномен : учеб. пособ. / А. И. Каптерев ; Моск. гос. ун-т культуры. Каф. виртуальных коммуникаций. — М. : ИПО Профиздат, 2002. — 224 с. — (Соврем. б-ка; Вып. 20).
12. Кинобизнеса в Украине нет, но... [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://kino.oboz.ua/news/2009/06/03/6996.htm>. — Загл. с экрана.
13. Котомина А. История «технологий репрезентации». Некоторые шоу, которые изменили представления о возможностях медиа [Электронный ресурс] / А. Котомина. — Режим доступа : http://www.art-edu-studio.ru/next/pages/archive_media-show.htm. — Загл. с экрана.
14. Крюкова С. Украинцы и кризис [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.expert.ua/articles/18/0/7067/>. — Загл. с экрана.
15. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / под ред. М. А. Василика // Институт журналистики Белорусского государственного университета. — Режим доступа : <http://www.journ.bsu.by/index.php>. — Загл. с экрана.
16. Первая международная конференция «Кинобизнес в Украине: особенности, перспективы, возможности» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://filmbusiness.in.ua/>. — Загл. с экрана.
17. Підсумки роботи Державної служби кінематографії у 2008 році [Електронний ресурс]. — Електрон. дан. — Режим доступу : <http://dergkino.gov.ua/>. — Загол. з екрану.
18. Підсумки роботи Державної служби кінематографії у 2009 році [Електронний ресурс]. — Електрон. дан. — Режим доступу : <http://dergkino.gov.ua/>. — Загол. з екрану.
19. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации : учеб. пособ. [Электронный ресурс] / А. В. Соколов. — Режим доступа : www.i-u.ru. — Загл. с экрана.
20. Состоялась Вторая международная конференция «Кинобизнес в Украине» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://dergkino.gov.ua/>. — Загл. с экрана.
21. Телевизор мешает детям учиться [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://health.unian.net/rus/detail/186112>. — Загл. с экрана.
22. Третья международная конференция «Кинобизнес в Украине»: Украина стоит на пороге новой эры в развитии кинорынка [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://filmbusiness.in.ua/>. — Загл. с экрана.
23. Украинские школьники курят и пьют с 11 лет и большинство свободного времени проводят за телевизором и компьютером [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://newzz.in.ua/>. — Загл. с экрана.

24. Учителя больше не главный тормоз компьютеризации (опрос) [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.unian.net/>. — Загл. с экрана.
25. Что искали в Интернете в 2009 году: рейтинги запросов [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://biz.liga.net/>. — Загл. с экрана.
26. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] / Ф. И. Шарков // Сайт «Інформація, управління, бізнес». — Режим доступа : www.iub.at.ua. — Загл. с экрана.
27. Шрайберг Я. Л. Первое десятилетие информационного века: влияние информационно-электронной среды на роль и позицию библиотек в развивающемся обществе : ежегод. доклад конференции «Крым 2010» / Я. Л. Шрайберг. — Судак, Москва, 2010. — 78 с.

Надійшла до редакції 24.09.2010 р.