

5. Дурєєва Т. А. Застосування технологій інформаційного суспільства в бібліотечно-інформаційній сфері / Т. А. Дурєєва // Вісн. Кн. палати. — 2009. — № 1. — С. 32-34.
6. Ільганаєва В. О. Бібліотечна освіта : нова парадигма розвитку / В. О. Ільганаєва. — К. : Ред. журн. «Бібл. вісн.», 1996. — 256 с.
7. Костенко Л. Й. Інформаційні технології в бібліотеці суспільства знань [Електронний ресурс] / Л. Й. Костенко — Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/new/05\\_Kiev/05\\_kostenko.html](http://www.nbuv.gov.ua/new/05_Kiev/05_kostenko.html).
8. Лопатина Н. В. Информационные специалисты: социология управления / Н. В. Лопатина. — М. : Академ. Проект, 2006. — 208 с.
9. Пилко И. С. Библиотечно-информационное образование: технологический рубеж / И. С. Пилко // Бібл. вісн. — 2003. — № 5. — С. 11-14.
10. Шлыкova О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособ. / О. В. Шлыкova. — М. : Фаир-Пресс, 2004. — 415 с.

*Надійшла до редколегії 10.04.2010 р.*

УДК [004.032.6:001.4]:316.772.5

О. О. ЛИТВИНЕНКО

### **КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ПОНЯТТЯ «МУЛЬТИМЕДІА» НА ОСНОВІ СОЦІОКОМУНІКАТИВНОГО ПІДХОДУ**

*Проаналізовано сучасні підходи фахівців до визначення обсягу та змісту поняття «мультимедіа». Запропоновано визначення поняття «мультимедіа» з позицій соціокомунікативного підходу.*

**Ключові слова:** мультимедіа, гіпертекст, інтерактивність, мультимедійний продукт, мультимедійна технологія, віртуальна реальність, соціальні комунікації.

*Проанализировано современные подходы специалистов к определению объема и содержания понятия «мультимедиа». Предложено определение понятия «мультимедиа» с позиций социокоммуникативного подхода.*

**Ключевые слова:** мультимедиа, гипертекст, интерактивность, мультимедийный продукт, мультимедийная технология, виртуальная реальность, социальные коммуникации.

*The modern authority approaches to the determination of volume and matter of multimedia concept are analyzed. The definition of multimedia concept by means of sociocommunicative approach is proposed.*

**Key words:** multimedia, hypertext, interactivity, multimedia product, multimedia technology, virtual reality, social communications.

Комп'ютеризація всіх сфер людського життя зумовила активний суспільний інтерес як до явища мультимедіа, так і до трактування змісту цього поняття. Проте в більшості наукових визначень мультимедіа вилучене з комунікаційного процесу та розглядається як самостійне і незалежне від оточуючого середовища явище. Постає питання аналізу мультимедіа як елементу системи соціальних комунікацій, що проходить усі етапи створення, поширення та суспільного використання.

Поняття «мультимедіа» в різних галузях знань досліджували: А. І. Каптерев [12-13]; М. Б. Алексеева, С. М. Балан [1]; О. В. Шликова [24]; В. О. Фокеєв [18-19]; Н. І. Дворко [8]; Г. В. Шемаєва [22-23]; Ю. В. Бородакий, Ю. Г. Лободинський [4]; Р. С. Гіляревський, Г. Ф. Гордукалова [25]; Л. І. Альошин [2]; Ф. С. Воройський [5]; В. А. Вуль [6]; З. І. Алфьорова [3]; К. М. Хоруженко [20] та ін. Проте в наведених наукових працях приділяється недостатньо уваги аналізу мультимедіа як засобу соціальної комунікації. Систему соціальних комунікацій і зокрема соціокомунікативний підхід вивчали А. В. Соколов [17], В. О. Ільганаєва [10], Ф. І. Шарков [21], М. О. Василик [15], І. А. Манкевич [14] та ін.

**Метою** статті є визначення сутності поняття «мультимедіа» з позицій соціокомунікативного підходу.

Джерелознавчий аналіз фахової літератури дозволив виявити чотири основні підходи до визначення змісту поняття «мультимедіа»:

- мультимедіа як технологія;
- мультимедіа як інформаційний продукт;
- мультимедіа як соціокультурний феномен;
- мультимедіа як ідеологія багатоканального передавання інформації.

Незважаючи на багатозначність поняття «мультимедіа», фундаментом для з'ясування його сутнісних ознак є комп'ютерні технології, рівень розвитку яких і забезпечує функціонування мультимедіа в суспільстві. Тому розуміння мультимедіа як різновиду інформаційно-комп'ютерних технологій є найпоширенішим. Інформаційна технологія являє собою «людино-машинну технологію збирання, оброблення та передавання інформації» [11, с. 10]. Ця технологія ґрунтується на обчислювальній техніці, швидко розвивається та поширюється, охоплюючи всі види суспільної діяльності, зокрема й мультимедіа, до сфер застосування якого належать: навчання, освіта, наука, програмування, бізнес, туризм, засоби масової інформації, дозвілля й ін. У цьому разі мультимедіа визначається як «...сучасна інформаційна технологія, що об'єднує за допомогою комп'ютерних засобів графічне та відеозображення, звук й інші спеціальні ефекти» [11, с. 557]. До засобів мультимедіа належать конкретні елементи комп'ютера, що забезпечують запис, обробку, зберігання та відтворення мультимедійних даних: пристрої мовного введення і виведення інформації, запам'ятовуючі пристрої, сканери, звуковий та відеоплати, акустичні та відеовідтворювальні системи й ін. Мультимедійні системи надають користувачеві ПК такі види інформації: текст (doc, html), зображення (bmp, gif, jpeg), анімаційні картинки (gif, flc, fli), аудіокоментарі (wav, au, MIDI, real audio), цифрове відео (avi, mpeg) [9, с. 532]. Іншими словами, цей підхід розуміння мультимедіа як технології свідчить про те, що мультимедіа наявне там, де здійснюється будь-яка комп'ютерна операція з використанням звукових та візуальних даних.

Відсутність сталого загально визнаного визначення мультимедіа породжує численні термінологічні дефініції. Переважна їх частина трактує мультимедіа як технологію, а саме:

- особливий вид комп'ютерної технології, що поєднує в собі як традиційну статичну (текст, графіку), так і динамічну інформацію (мовлення, музику, відеофрагменти, анімацію тощо) [24, с. 402; 18, с. 143; 19, с. 230-231];
- комплекс апаратних і програмних засобів, що дозволяють користувачеві спілкуватися з комп'ютером, використовуючи різноманітні, природні для себе середовища: графіку, гіпертекст, звук, анімацію, відео; технології, що уможливають за допомогою комп'ютера інтегрувати, обробляти і водночас відтворювати різноманітні типи сигналів, різні середовища, засоби та способи обміну інформацією [9, с. 532; 11, с. 25];
- ефективна інформаційна технологія, що дозволяє об'єднувати з відео і звуком графічні образи, згенеровані за допомогою комп'ютерних засобів; сукупність пристроїв, призначених для ефективного спільного використання на комп'ютері динамічної графіки та звуку [16, с. 15];
- комп'ютерна система і технологія, що забезпечує можливість створення, зберігання та відтворення різноманітної інформації, включаючи текст, звук і графіку (зокрема рухоме зображення й анімацію) [5, с. 404; 25, с. 656];

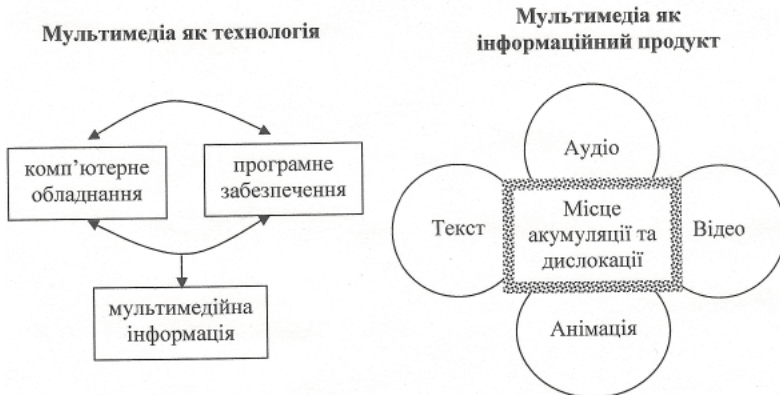
Наведені визначення поняття «мультимедіа» об'єднує те, що у своїй основі вони містять дві базові складові — комп'ютерну технологію та мультимедійну інформацію. Водночас інші два основні елементи мультимедіа — гіпертекст та інтерактивність — у більшості дефініцій залишаються поза увагою науковців. З точки зору соціокомунікативного підходу, сутність мультимедіа полягає саме в його динамічності, діалоговості й інтерактивності — спілкуванні користувача з мультимедійним ресурсом. Серед визначень, що не оминули інтерактивну природу мультимедіа, можна назвати ті, що характеризують його як:

- інтерактивне середовище, в якому користувач, на відміну від кінофільму, може керувати процесом представлення мультимедіа за допомогою різних засобів вводу, таких, як: клавіатура та маніпулятор [6, с. 105-106];
- колекція зображень, текстів і даних, що супроводжуються звуком, відео, анімацією й іншими аудіовізуальними ефектами, які містять інтерактивний інтерфейс та інші механізми керування (визначення сформульоване Європейською Комісією в 1988 р.) [26, с. 56];
- машинопрочитуваний додаток, що поєднує різні види інформації (текст, аудіо, анімацію, відео) та забезпечує взаємодію візуальних і аудіоефектів під керуванням інтерактивного програмного забезпечення [12, с. 483].

Іншим підходом до розуміння сутнісних ознак мультимедіа є трактування цього поняття як мультимедійного продукту — продукту, складеного з даних будь-яких типів, у якому, зазвичай, нескладно

зорієнтуватися: каталог, енциклопедія тощо [4, с. 73]. Найповнішим, на нашу думку, визначенням мультимедіа як інформаційного продукту є таке: мультимедіа – організована сукупність мультимедійних елементів, пов'язаних певною темою, забезпечена засобами навігації та передбачена в першу чергу для зорового й слухового сприйняття. Характерною особливістю мультимедійного продукту є наявність у його змісті декількох сюжетних ліній (зокрема й тих, які вибудовуються самим користувачем на основі «вільного пошуку») [8, с. 28]. Позитивним є те, що це визначення враховує і комунікаційні властивості мультимедіа.

Найчастіше мультимедіа як інформаційний продукт асоціюється з мультимедійним виданням. Мультимедійне електронне видання визначається міжнародним стандартом 7.83-2001 «Електронні видання. Основні види та вихідні відомості» як електронне видання, в якому інформація різноманітної природи існує рівноправно та взаємопов'язано для вирішення визначених розробником завдань, причому цей взаємозв'язок забезпечений відповідними програмними засобами [7, с. 2]. Незважаючи на офіційне трактування мультимедійного видання, науковці пропонують й інші визначення мультимедіа, зокрема дефінуючи його як повноцінне об'єднання продуктів сучасних інформаційних технологій: тексту, графіки, відео, аудіо, фото, кіно та телекомунікацій (телефон, телебачення, радіозв'язок) [6, с. 105]. Можна надати вужче визначення мультимедійного видання як опублікованого електронного документа, інформаційна складова якого поєднує текст, звук, відеозображення та анімацію (мультиплікацію). Базові схеми визначень мультимедіа як технології та інформаційного продукту подано на рис. 1.



**Рис. 1.** Базові схеми визначень мультимедіа як технології та інформаційного продукту

Наступними підходами до визначення мультимедіа є розуміння його як соціокультурного феномену й ідеології багатоканального передавання інформації (рис. 2). У першому разі мультимедіа визначається як соціокультурний феномен, що виник у результаті медіатизації інформаційного

простору [12, с. 483]. Це визначення засвідчує трактування мультимедіа як явища, що виникло в результаті еволюції соціальних комунікацій та пройшло стадії словесності, книжності й мультимедійності. Сучасний етап розвитку інформаційних технологій дозволяє говорити про початок ери мультимедійності, для якої характерні високі темпи інформатизації, комп'ютеризації та глобалізації. Мультимедійність являє собою такий рівень комунікаційної культури, коли основні культурні смисли передаються за допомогою електронної комунікації [17]. До сутнісних ознак ери мультимедійності належать поширення нелінійного гіпертекстового отримання інформації та інтерактивного діалогового спілкування користувача з комп'ютерними технологіями. Гіпертекст характеризується як «текст, який має посилання на інші частини документа, інші документи в мережі або на об'єкти нетекстової природи (звук, графіку, відео)» [11, с. 565]. Продуктивна взаємодія користувача з мультимедійним ресурсом забезпечується і завдяки формуванню в людини відчуття присутності в мультимедійному процесі, так званій віртуальній реальності. Віртуальна реальність визначається як створене комп'ютерними засобами штучне інтерактивне середовище, що має графічні, акустичні, пластичні й інші властивості, в які можна проникати, змінюючи його зсередини, спостерігаючи трансформації та отримуючи при цьому реальні відчуття [8, с. 41]. Інше визначення характеризує віртуальну реальність як штучно створений світ через підміну оточуючої дійсності інформацією, що генерується комп'ютером. Віртуальна реальність в інтерактивному режимі забезпечується використанням тривимірної графіки, стереозвуку й інших спеціальних пристроїв вводу / виводу даних, імітуючих (моделюючих) зв'язок людини з відтворювальним світом та процесами, що в ньому відбуваються [5, с. 458].

Одним з прикладів розуміння мультимедіа як соціокультурного феномену є трактування його як нової мистецької форми. У цьому разі мультимедіа визначають як виставу або твір, що поєднує в собі різні форми: звук, кінофільм, світлові ефекти; може належати до сучасних творів образотворчого мистецтва, складених з різноманітних матеріалів та порівнюється із синтезом мистецтв [20, с. 321]. За рівнем творчих мотивів і ступенем впливу на людину мультимедіа характеризується як новий вид синтетичного мистецтва, відмінними ознаками якого є висока інформативність та інтерактивність [6, с. 108]. Мультимедіа – кінцевий етап еволюції двох засобів масової інформації – кіно та телебачення, – що використовує власну специфічну мову спілкування з користувачем – мову екранних мистецтв [8, с. 5]. До сфер застосування мультимедіа у видовищних мистецтвах належать: кінематограф, телебачення, відео та сценічні мистецтва. Мультимедіа використовується для створення різноманітних спецефектів, штучних середовищ і персонажів, складних титрів, комп'ютерних героїв (2D, 3D та 4D-анімації); моделювання декорацій та об'єктів тощо. Завдяки використанню мультимедіа спрощується процес зйомок трюкових сцен, комп'ютерного керування звуком і світлом під час сценічної дії. Активно застосовуються нелінійний монтаж та обробка

зображень і звука (цифровий кінематограф) [8, с. 20]. Мультимедіа визначають також як інструмент художньої творчості, що характеризується властивостями метафоричності та багатозначності. Наголошується й на формуванні нової морфологічної структури – мультимедійних мистецтв (мультимедіа-арту), яка, завдяки комп'ютерній графіці та анімації, демонструє «...етап нового синтезу звукопластичних, часо-просторових виразних засобів мистецтва» [3, с. 228]. Інше визначення мультимедіа як соціокультурного феномену характеризує його як нову форму художньої творчості, що є не стільки продуктом технологічної революції, скільки цифровим утіленням ідей, наявних у різних видах мистецтва та діяльності протягом тисячоліть [24, с. 39]. Такий підхід характеризує мультимедіа не лише в прикладному аспекті, а й підкреслює його творчий потенціал. Це визначення виділяється з-поміж інших тим, що відокремлює мультимедіа від інших корисних винаходів людства, таких як: колесо, лопата або стіл, і наголошує на тому, що мультимедіа є не лише засобом виконання тих чи інших технологічних операцій, а, перш за все, осередком для розвитку творчості користувача.

Ще одним підходом до розуміння змісту поняття мультимедіа є трактування його як ідеології багатоканального передавання інформації. Мультимедійна ідеологія – це прагнення збільшити ефективність спілкування людини і комп'ютера через застосування нових засобів зберігання інформації та каналів її передачі [8, с. 28]. Таке тлумачення мультимедіа є вкрай актуальним нині, оскільки відображає дійсний стан речей – численні наукові та громадські диспути щодо визначення ефективних шляхів застосування мультимедійних технологій у певних сферах людського життя.

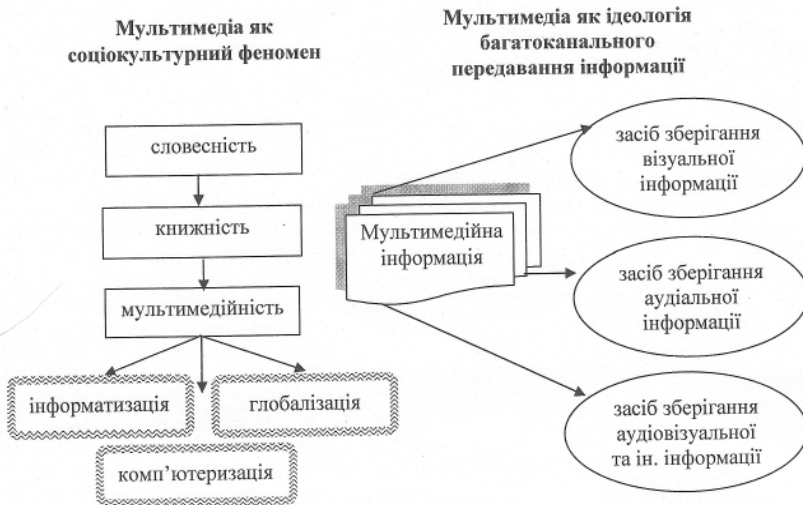
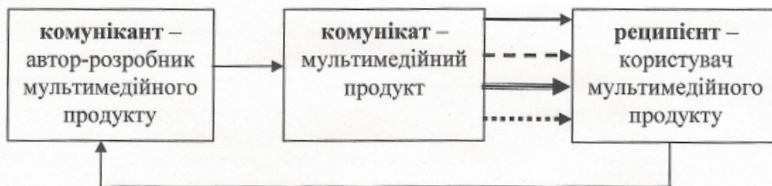


Рис. 2. Базові схеми визначень мультимедіа як соціокультурного феномену й ідеології багатоканального передавання інформації



Проаналізовані підходи до визначення мультимедіа надають підстави констатувати складність і багатозначність поняття «мультимедіа». Основою для всіх визначень, незалежно від сфер застосування, є той факт, що мультимедіа завдячує своєму функціонуванню сучасному розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій. Водночас центральне місце в оглянутих визначеннях належить не людині, що взаємодіє з мультимедійним ресурсом, а мультимедійній технології. Це зумовлює необхідність побудови визначення мультимедіа на основі соціокомунікативного підходу, що базується на розумінні соціальної комунікації як русі смислів у соціальному часі та просторі [17]. У цьому разі смисли передаються від розробника мультимедіа до користувача в мультимедійній формі за допомогою електронних комунікацій. Найближчим до розуміння мультимедіа з комунікаційної точки зору є таке: мультимедіа – це новий засіб аудіовізуальної комунікації, який визначається інтерактивністю, що спричиняє особливу структуру мультимедійних творів, своєрідність їх художньої виразності, природи і засобів художньої умовності, особливості сприйняття глядачем – користувачем комп'ютера [8, с. 5]. Проте, на нашу думку, у визначенні мультимедіа як засобі комунікації мають розкритися такі його сутнісні ознаки як багатоканальність передавання інформації й одночасна задіяність декількох реальних або уявних ліній зв'язку, за якими повідомлення рухаються від комуніканта до реципієнта. Саме ця властивість забезпечує ефективне сприйняття користувачем мультимедійної інформації і зумовлює поширеність та популярність мультимедіа. Основою нового визначення мають стати три основні елементи, характерні для комунікаційного процесу: комунікант (розробник мультимедійного продукту), комунікат (мультимедійний продукт, що створюється для найкращого засвоєння користувачем інформації всіма органами чуття) та реципієнт (користувач, для якого й створено мультимедіа) (рис. 3).



**Рис. 3.** Елементарна схема визначення мультимедіа як засобу комунікації

Основою трактування мультимедіа з позицій соціокомунікативного підходу є не технологія, як у більшості існуючих нині визначень, а користувач та особливості багатоканального комплексного сприйняття ним мультимедійних даних, що передбачає як мінімум три рівні сприйняття інформації користувачем (рис. 4). Перший рівень характеризується сприйняттям тексту та звука як разом, так і окремо, що

здійснюється за допомогою зору та слуху і є найпростішим з точки зору звичності та традиційності для більшості користувачів. Другий рівень поєднує візуальне й аудіальне сприйняття мультимедійної інформації та характерний для анімації і відео. Поєднання двох вказаних рівнів здатне суттєво поліпшити засвоєння навчального матеріалу, поданого в мультимедійній формі, оскільки допомагає задіяти декілька органів чуття людини в комплексі. Третій рівень сприйняття інформації є найважливішим і найефективнішим, оскільки сприяє розвитку нелінійного та творчого мислення. Розкриття багатовимірності людського мислення і важливого креативного потенціалу, закладених у кожній людині, має бути основною метою при розробці будь-якого мультимедійного продукту. Досягається це завдяки використанню гіпертексту й інтерактивності.

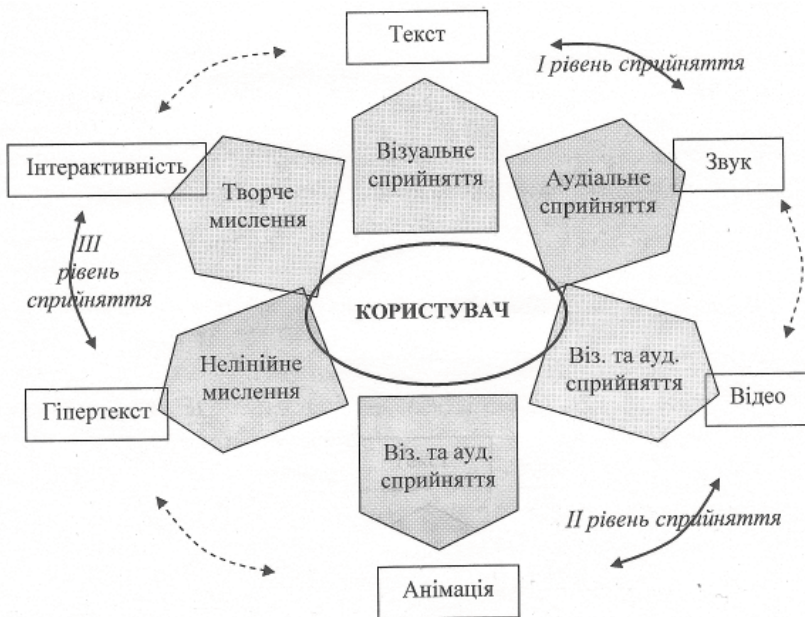


Рис. 4. Змістове наповнення поняття мультимедія як засобу соціальної комунікації

Таким чином, мультимедія з позицій соціокомунікативного підходу можна визначити як засіб інтерактивної соціальної комунікації, що дозволяє задіяти декілька каналів сприйняття інформації реципієнта та сприяє ефективному її засвоєнню, розвитку нелінійного й творчого мислення. Слід зазначити, що в комп'ютерних іграх нині активно впроваджується і кінестетичний канал сприйняття (наприклад, використання руля в комп'ютерних гонках). Здійснюються розробки



над тим, щоб задіяти також нюхові та смакові рецептори людини, яка контактує з мультимедійною програмою. Це дозволяє припустити, що в недалекому майбутньому мультимедіа сприйматиметься людиною всіма п'ятьма органами відчуття.

Отже, поняття мультимедіа розглядається науковцями як технологія, інформаційний продукт, соціокультурний феномен та ідеологія багатоканального передавання інформації. Аналіз мультимедіа як засобу соціальної комунікації дозволив розглянути його як невід'ємну складову комунікаційного процесу, а також визначити рівні сприйняття користувачем мультимедійної інформації.

До перспектив подальших досліджень належать: аналіз зарубіжних термінологічних джерел щодо з'ясування підходів до розуміння змісту та обсягу поняття «мультимедіа», з метою створення ґрунтового тезаурусу та віднайдення оптимального визначення; розробка теоретичної бази мультимедійного програмування (фахівцями різних галузей знань), що сприятиме створенню безпечного для психічного і фізичного здоров'я людини мультимедіа, яке матиме виключно освітньо-пізнавальне призначення.

#### Список літератури

1. Алексеева М. Б. Технология использования систем мультимедиа : учеб. пособ. / М. Б. Алексеева, С. Н. Балан ; Санкт-Петерб. гос. инженер.-экон. ун-т. — СПб. : Бизнес-пресса, 2002. — 174 с. : ил.
2. Алешин Л. И. Автоматизация в библиотеке : учеб. пособ. : Ч. 1. / Л. И. Алешин. — М. : Изд-во МГУКИ, ИПО Профиздат, 2001. — 176 с.
3. Алфьорова З. И. Межі видимого. Становлення візуального мистецтва : монографія / З. И. Алфьорова. — Х. : ХДАК, 2008. — 268 с.
4. Бородакий Ю. В. Информационные технологии: методы, процессы, системы / Ю. В. Бородакий, Ю. Г. Лободинский. — М. : Радио и Связь, 2004. — 455 с. : ил.
5. Воройский Ф. С. Информатика. Новый систематизированный толковый словарь-справочник (Введение в современные информационные и телекоммуникационные технологии в терминах и фактах) / Ф. С. Воройский. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ФИЗМАТЛИТ, 2003. — 760 с.
6. Вуль В. Электронные издания : учеб. пособ. / В. Вуль. — СПб. : БХВ-Петербург, 2003. — 553 с. : ил.
7. ГОСТ 7.83 – 2001. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения. — Дата введения 2002-07-01. — М. : ИПК Издательство стандартов, 2002. — 12 с.
8. Дворко Н. И. Профессия – режиссер мультимедиа / Н. И. Дворко ; Санкт-Петерб. гуманит. ун-т профсоюзов. — СПб. : СПбГУП, 2004. — 159 с. — (Новое в гуманит. науках; Вып. 12).
9. Енциклопедія освіти / гол. ред. В. Г. Кремень ; Акад. пед. наук України. — К. : Юрінком Інтер, 2008. — 1040 с.
10. Ильганаева В. А. Социальные коммуникации (теория, методология, деятельность) : словарь-справочник / В. А. Ильганаева. — Х. : КП «Городская типография». 2009. — 392 с.

11. Информатика. Комп'ютерна техніка. Комп'ютерні технології : підручник / за ред. О. І. Пушкаря. — К. : Вид. центр «Академія», 2002. — 704 с. — (Альма-матер).
12. Каптерев А. И. Информатизация социокультурного пространства / А. И. Каптерев. — М. : Фаир-пресс, 2004. — 507 с. — (Специальный издательский проект для библиотек).
13. 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).
14. Манкевич И. А. Социально-коммуникационный подход в системе культурологического знания / И. А. Манкевич // Методология гуманитарного знания в перспективе XXI века. К 80-летию профессора Моисея Самойловича Кагана: материалы междунар. науч. конф. 18 мая 2001 г. — СПб., 2001. — Вып. 12. — С. 83-87.
15. Основы теории коммуникации / под ред. М. А. Василица. — М. : Гардарики, 2003. — 615 с. — (Disciplinae).
16. Практикум по экономической информатике : учеб. пособ. : в 3 ч. — Ч. 2. / под. ред. В. П. Косарева, Г. А. Титоренко, Е. А. Мамонтовой. — М. : Финансы и статистика : Перспектива, 2002. — 304 с.
17. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации [Электронный ресурс] : учеб. пособ. / А. В. Соколов. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — Режим доступа: [www.i-u.ru](http://www.i-u.ru). — Загл. с экрана.
18. Фокеев В. А. Библиографическая наука и практика : терминологический словарь. / В. А. Фокеев ; науч. ред. Г. В. Михеева. — СПб. : Профессия, 2008. — 272 с.
19. Фокеев В. А. Библиографоведение. Информатика : терминологический словарь. / В. А. Фокеев. — М. : Литера, 2009. — 488 с.
20. Хоруженко К. М. Культурология. Энциклопедический словарь / К. М. Хоруженко. — Ростов-на-Дону : Феникс, 1997. — 640 с.
21. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации : учебник / Ф. И. Шарков. — М. : ИД «Соц. отношения»; Перспектива, 2003. — 248 с.
22. Шемаева Г. В. Інтегративні функції мультимедіа в науково-комунікативному середовищі / Г. В. Шемаева // Вісн. Харк. держ. акад. культури : зб. наук. пр. — Х., 2006. — Вип. 18. — С. 104-113.
23. Шемаева Г. В. Електронні ресурси бібліотек України в системі наукових комунікацій : монографія / Г. В. Шемаева ; Харк. держ. акад. культури. — Х. : ХДАК, 2008. — 289 с.
24. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа : учеб. пособ. / О. В. Шлыкова ; Моск. гос. ун-т культуры и искусств. — М. : Фаир-Пресс, 2004. — 415 с. : ил.
25. Электронные документы : создание и использование в публичных библиотеках : справочник / науч. ред. : проф. Р. С. Гиляревский, проф. Г. Г. Гордукалова. — СПб. : Профессия, 2007. — 664 с. — (Библиотека).
26. Юмашева Ю. Ю. Медиатека — библиотеке / Ю. Ю. Юмашева // Библиотечковедение. — 2004. — № 5. — С. 51-56.

*Надійшла до редакції 10.06.2010.*