

**2010-І РР.: КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АБРИСИ
«МЕДІА-ДЕСЯТИЛІТТЯ»**

Розглянуто спричинені медіа радикальні видозміни в економіці, політиці, соціальній сфері та духовній культурі, які в сукупності дозволяють назвати 2010-і рр. «медіа-десятиліттям».

Ключові слова: *духовна культура, культура, медіа, медіа-десятиліття, медіа-культура.*

Рассмотрены вызванные медиа радикальные изменения в экономике, политике, социальной сфере и духовной культуре, которые в своей совокупности позволяют назвать 2010-е гг. «медиа-десятилетием».

Ключевые слова: *духовная культура, культура, медиа, медиа-десятилетие, медиа-культура.*

Has been considered radical change in the economic, political, social, and spiritual culture, which together allow us to call 2010-ies «mediadecade».

Key words: *spiritual culture, culture, media, media-decade, media-culture.*

Назва «нульові» для першого десятиліття ХХІ ст. виявилася точнішою, ніж усі версії з префіксом «пост» (від *post postmodo*, після постмодерну, до постпомеранчовізму), адже останні позначали швидко девальвуючий у змістовному сенсі спадок принципово іншої історико-культурної епохи. Проте вона нічого не уточнює щодо соціокультурного змісту десятиліття прийдешнього. На наш погляд, 2010–2020-і рр. повною мірою можна назвати «медіа-десятиліттям».

У науково-культурологічній думці, якщо її вирізняти серед більш спеціалізованих *media studies*, найзагальніше питання про роль та значення медіа, зрозумілих як сукупність засобів виробництва та передавання певної інформації (контенту) для великої кількості людей, було порушене в середині ХХ ст. У працях Франкфуртської школи (Т. Адорно) їх спрямований вплив на масову свідомість та поведінку громадян було названо вирішальним для приходу до влади Гітлера, так само як і становлення сучасної дослідникам масової культури та тотальної влади в розвинутих західних країнах. У працях Х. Інніса, М. Маклюєна, Р. Дебре та ін. проблему було розглянуто значно масштабніше. Зміна форм і способів передавання масової інформації стала провідним фактором соціокультурної динаміки та найпринциповішим класифікатором історико-культурних епох [7, с. 12]. Через 20-30 років увага дослідників медіа була прикута переважним чином до значення медіа як однієї з «умов Постмодерну», оскільки вони є ідеальною формою комунікації та репрезентації навколишньої дійсності та власне людського досвіду [1, с. 6]. Нарешті, на межі ХХ–ХХІ ст. намітилася тенденція до диференціаційованого дослідження ролі медіа — або на рівні окремих феноменів, або певних сфер суспільного життя — як-от медіа-економіки (Е. Вартанова), медіа філософії (В. Савчук) тощо [3, с. 15].

Намагаючись уникнути крайнощів глобально-еволюційного та практично-феноменологічного підходу до аналізу медіа, ставимо за мету системно оглянути зв'язок медіа та культури — як визначальний для подальших трансформацій останньої в другому десятилітті XXI ст.

Безумовно, серед чинників, які зумовлюють нинішнє домінування медіа, перше місце посідають вдосконалення та поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Ще десять років тому налічувалося 570 млн інтернет-користувачів, що складало 9,1% населення Землі. Сьогодні третина мешканців земної кулі має доступ до всесвітньої павутини. Показово, що останнім часом серед найдинамічнішої категорії нових користувачів Інтернету, особливо через реєстрацію в соціальних мережах, — ті, кому за 50, хоча, звичайно, активність молодіжної (до 30 років) «мережової генерації» залишатиметься вищою, адже більше половини з них уже мають власний інтернет-акаунт. На цій підставі починають висуватися концепції Інтернету як здатного до самоорганізації глобального розуму, втілення колективної свідомості планетарної цивілізації.

Утім, не дуже часто згадується те, що успішному наступові на всі сфери життя Інтернет завдячує, передусім, урізноманітненню свого медіа-контенту (кількість веб-сайтів у розглядуваний період збільшилася з трьох мільйонів до більше ніж півмільярда). Програмні й апаратні засоби, зі своєї сторони, зробили цей контент доступнішим (час відкриття веб-сторінки в середньому скоротився із 16 до 6 секунд при тому, що її об'єм багаторазово збільшився), але й більш нав'язливим (прокується, що в наступні 5 років на кожного припадати до 10 пристроїв, що потребуватимуть виходу до Інтернету, частіше за все, із сервісними запитами). Відтак, 10 років тому середньостатистичний користувач проводив в Інтернеті 46 хвилин на добу, сьогодні — понад 4 години [13]. А завдяки суто технологічній революції Web 2.0/Web3.0 2000-х рр. було надано можливості наповнення медіа-контенту численними віддаленими користувачами, налагоджено механізми проектування, управління та контролю, так би мовити, «окультурення» створюваних у такий спосіб медійних та інформаційних потоків. Розпочавшись як прояв загальної тенденції розвитку західної цивілізації, яку відомий теоретик Постмодерну Ж.-Ф Ліотар назвав тенденцією до «ускладнення», Інтернет перетворився на первинну сенсожиттєву потребу, без якої, наприклад, не уявляють життя 53% опитаних росіян. Одночасно майже 30% опитаних відзначили, що вони годинами займаються безцільним пошуком інформації [2]. Між наведеними даними немає протиріччя — адже, на відміну від реального життя, в якому наші бажання переважають наші можливості, Інтернет-можливості здатні задовольнити всі наші забаганки, причому в режимі реального часу.

На другому місці серед технологічних інновацій новітньої медіа-епохи мають бути винайдення та масове застосування смартфонів,

кількість яких перевищила один млрд апаратів, а позначку у два млрд буде досягнуто вже 2015 року. Як відомо, смартфони характеризуються наявністю операційної системи, що робить їх подібними до міні-комп'ютерів, обладнані бездротовим зв'язком, який одночасно поєднує володарів між собою та прокладає Інтернет до кожної кишені. Але найважливіше те, що вони облаштовані медійними функціями, завдяки яким можна не тільки використовувати вже відомі медіа-продукти (слухати музику, наприклад), але й власноруч виробляти нові (фото-, відеозаписи тощо). На наш погляд, це один із найсуттєвіших факторів т. зв. візуального повороту в європейській і світовій культурі. Вдалість медійних рішень смартфонів (порівняно з класами подібних мобільних пристроїв — ноут/нетбуків, планшетників, букрідерів тощо) підтверджується виникненням нового покоління телевізорів і телевізійних приставок — smart TV.

Нарешті, неабияке значення надається мультимедійним технологіям, що дозволяють поєднати в комп'ютерній системі текст, звук, відео, графіку, анімацію. Завдяки цьому мультимедійні засоби мають великий емоційний заряд і активно долучаються як до індустрії розваг, так і до практики інформаційних установ та домашнього дозвілля. Окремим напрямом розвитку мультимедійних засобів є їх використання в «бізнес-додатках» для фахівців різного профілю.

Технічному прогресові в медіа-комунікаційній сфері значною мірою посприяло загострення конкуренції між виробниками та провайдерами. Наприклад, у 2002 р. Internet Explorer обіймав більше 90% ринку Інтернет-браузерів, у 2012 р. його питома вага впала майже вдвічі на фоні зміцнення позицій 3-4 новоявлених конкурентів [13]. Цей безумовний плюс медіа-поступу впроваджується із величезним «мінусом» — нездоланною дотепер цифровою нерівністю. Якщо наприкінці 1990-х — на початку 2000-х рр. ішлося про нерівні можливості мешканців різних країн і внутрішніх регіонів, соціальних, етнічних, субкультурних об'єднань щодо доступу до технічних новинок та глобальних телекомунікаційних мереж, то останніми роками все помітнішою стає нерівність у створенні медіа-контенту.

Аналізуючи роль та місце медіа в економіці, дослідники з часів Д. Белла часто звертають увагу на збільшення сфери послуг, а також на позитивну роль медіа для пропаганди науки й інноваційної діяльності, децентралізацію корпоративного управління. Одночасно зазначають глобалізацію ринків й прискорення швидкості економічних трансакцій, що створює сприятливий ґрунт для численних спекуляцій, а також формування надмірних споживацьких орієнтацій населення, які стали чи не головною причиною світової фінансової кризи, що триває від 2008 р.

На перший погляд, нова, «медійна», модель трудових відносин — freelance, себто віддаленої роботи на дому, що за 5 років, згідно з деякими прогнозами, охопить більше половини компаній [16], дуже вигідна не тільки роботодавцям, які економлять на

офіційному працевлаштуванні, можуть максимально гнучко реагувати на необхідність в кількості та кваліфікації персоналу, отримують вихід на глобальний ринок вакансій. Вона також робить максимально щасливими працівників. Проте з культурологічної точки зору, економічний парадокс медійної культури можна визначити так: створюючи надпотужні виробничі можливості й перетворюючись на провідний сектор економіки, медіа водночас утворюють найнеефективніші засоби спонукання до економічної діяльності. Об'єктивно усунені з реальної економіки через підвищення продуктивності праці та запровадження сучасних засобів виробництва і методів керівництва, мільйони «тимчасово незайнятих» в усьому світі перетворюються на інтернет-заробітчани, які замість того, щоби одверто зізнатися у власному неробстві та спробувати змінити свій статус безробітних, навпаки, агресивно пропагують свої випадкові заробітки. Фактично, вони підривають наріжний професійний етос усієї західної економічної культури, уперше описаний М. Вебером у «Протестантській етиці та дусі капіталізму» етос сумлінної праці, протиставляючи йому принцип «зірваного шматка», можливо, кон'юнктурно успішний, але безумовно згубний у віддаленій економічній перспективі.

У першому десятиріччі XXI ст. культурні та життєві реалії не просто підтвердили вплив медіа на політичну сферу згідно з прогнозами, які експерти (зокрема, М. Кастельс в «Інформаційній епосі») давали ще наприкінці 1990-х рр. про кризу легітимності традиційної політичної системи через скандали щодо її висвітлення в ЗМІ. Суспільне обурення з приводу діамантових сережок у французького міністра фінансів на обкладинці модного журналу, коштовного годинника патріарха Московського, звільнення речниці Ощадбанку за недолугі коментарі в блозі та співробітниці «Укрпошти» через фотографію з украденими із посилки речами у Facebook — тому свідчення. Роль провідного способу демонстрації суспільної думки тепер відіграють електронні ЗМІ. Щодо них традиційні ЗМІ (навіть, телебачення) виконують роль ретрансляторів: демонструючи відеоряд з youtube, повторюючи інформацію інтернет-користувачів або цитуючи коментарі учасників соціальних мереж із того чи іншого питання. Дедалі помітнішим стає прямо протилежне явище — «утома співчуття» від відвертого висвітлення ЗМІ людських трагедій та частих звернень про благодійну допомогу, що розцінюється як один із симптомів небезпечного збайдужіння суспільної свідомості в цілому [18, с. 181]. Не менш загрозливим є розмивання суспільної моралі через фактично необмежене поширення в просторах Інтернету порнографії та насилля, причому певна частина контенту запозичується в соціальних мережах та на спеціалізованих відеочатах (smotri.com, vichatter.com, ru.cam4.com та ін.).

Усе ж таки політичні перспективи медіа-культури значно масштабніші. Вони уможливають перехід до безпосередньої демократії

та електронного управління через інтерактивну взаємодію у вільних і повсюдно доступних мережах на всіх рівнях за уніфікованими протоколами, за допомогою належно підготовлених держслужбовців. При цьому подібні інструменти мають бути одночасно впроваджені по всіх напрямках суспільно-політичного життя: відкрита інформація про вакансії, транспорт, зв'язок, охорону здоров'я, пропозиції товарів чи послуг, інтерактивне обговорення поточних питань; доступ до довідкових баз даних і реєстрів, переважно електронні контакти з усіма органами державної влади та місцевого самоврядування, заповнення та подання всіх документів виключно в електронній формі; публікація важливих законодавчих і виконавчих документів уже на стадії проектів, онлайн-дискусії з обов'язковим рейтинговим голосуванням; постійні та численні національні й регіональні опитування, вибори, референдуми на основі електронного голосування.

Останніми роками Інтернет перетворюється на повноцінний соціальний ліфт, причому набуття нового суспільного статусу часто не пов'язане із винаходом чи просуванням глобальною мережею ексклюзивного та перспективного програмного, технічного, сервісного або суто медійного продукту. Іноді достатньо продемонструвати щось незвичне, аби зажадати слави й отримати вигідну пропозицію щодо працевлаштування. Саме так сталося із українською школяркою Настею Фоменко влітку 2012 р., яка завдяки одвертому випускному нарядові привернула увагу кількох модельних агенцій і телеканалів. Очевидна демократичність подібного шансу надто дисгармоніює з традиційним набором способів соціального зростання. Оскільки вона є доволі обмеженою в своїй дії, то може вважатися прийнятною.

Мультимедіа та мобільні пристрої перетворюють Інтернет на провідний канал поширення духовної культури. Продаж електронних копій книг уже подекуди (наприклад, на найбільшому у світі спеціалізованому сайті amazon.com) перевищує звичайні паперові. Згідно з припущеннями експертів, близько 39% усієї музики, купленої у 2012 р., поширюватиметься в цифровому форматі. Щороку цей показник збільшуватиметься і до 2015 р. перевищить продаж музики на фізичних носіях [8]. І це без урахування сайтів державних і суспільних установ, науково-дослідних організацій у сфері культури та мистецтв, сайтів музеїв та архівів, галерей і центрів, спеціалізованих сайтів, присвячених театрові, кіно, музиці, архітектурі, живописові, арт-новинам, персональних сайтів митців тощо, кількість яких збільшується в геометричній прогресії.

Різноманітні медіа перетворилися на основне джерело інформації, причому як повсякденної, так і наукової. Приміром, за рік (вересень 2011 р. — вересень 2012 р.) в українській «Вікіпедії», яка за обсягом (400 тис. статей) перевищила будь-які друковані довідкові видання, переглянуто більше 50 млн сторінок. До речі, найшвидші темпи збільшення відвідуваності (майже втричі) було зафіксовано у «Вікіпедії» казахською мовою. Аналітики пояснюють цей успіх тим, що уряд

Казахстану доручив видавництву «Казахська енциклопедія» друкувати національні енциклопедії на умовах вільної ліцензії Creative Commons, якою користуються у «Вікіпедії» [17]. Завдяки системі перекресного редагування та оперативного оновлення даних, на думку західних дослідників, кількість фактичних помилок у ній не перевищує їх кількості в паперових аналогах, але, на відміну від перших, виправляються вони на декілька порядків швидше. Професійні вчені та дослідники-аматори масово утворюють й спеціалізовані наукові спільноти для поглибленого вивчення астрономії, орієнтології тощо. У цьому контексті звичайні бібліотеки перетворюються на цифрові інформаційні центри (digital library), що складають невід’ємну частину глобальної мережі Інтернет та обслуговують абсолютну більшість читачів у режимі віддаленого доступу. Отже, на відміну від традиційної бібліотеки як сховища раніше набутої інформації, бібліотека медійної епохи стає місцем, де відвідувачі не тільки отримують потрібні матеріали, але й самі продукують нові знання.

Водночас, завдяки надмірній технологічній доступності виникає загроза непрямого цитування та прямого плагіату, яка поширюється не тільки на студентські контрольні завдання, але й на суто наукові продукти — підручники, монографії, дисертації. Причому, на цей момент темпи застосування програмних засобів вирішення проблеми (у формі різних програм антиплагіату) за якістю та доступністю відстають від темпів масовізації «запозичальної хвороби». У ній зізнаються, наприклад, 80% німецьких студентів [9]. А перспективний німецький політик Карл-Теодор цу Гуттенберг був позбавлений 2011 р. наукового ступеня та змушений був полишити посаду міністра оборони саме через звинувачення в плагіаті під час написання докторської дисертації, успішно захищеної у 2007 р. у поважному університеті.

Як доводить практика, в інформаційно-довідниковій сфері принципи відкритості ефективно поєднуються з принципом інтелектуальної диференціації. У той час, коли 2 тис. користувачів (менше 2% від зареєстрованих авторів), різних за фахом, освітнім рівнем, щонайменше раз на місяць активно оновлюють зміст вітчизняної «Вікіпедії», найпопулярніші пошукові запити пересічних киян у yandex.ru торкаються здебільшого таких повсякденних питань як-то — «хто заходив на мою сторінку в соціальні мережі», «яке сьогодні свято», «котра година», «що робити, коли нудно», «за який проміжок часу можна навчитися сідати на шпагат» тощо [10]. Таким дещо парадоксальним чином знівельовуються ті побоювання, які у XII розділі «Повстання мас» висловлював Х. Ортега-і-Гасет щодо подібності за світоглядними вподобаннями фахівця-ученого та «людини мас». Медіапростір, з однієї сторони, відкриває для нього фактично безмежні можливості для репрезентації своїх надто авторитетних поглядів з будь-якого приводу, стимулює творчу самодіяльність, а з іншої, — ніби зачиняє в собі, — перешкоджаючи перенесенню посередності

в інших питаннях до off-line, себто в реальне життя. Настає час якісно нової людської спільноти — «розумного натовпу» [14].

Медіа-технології започатковують нові форми художньої творчості, які не мали перспектив реалізації в традиційних рамках образотворчого мистецтва. Нині сформовано 4 фактично автономні нові напрями — комп'ютерна музика, інтерактивний комп'ютерний перформанс, комп'ютерна анімація та комп'ютерна графіка. Дедалі частіше виокремлюють «мережеве мистецтво» (netart), яке зорієнтоване не на репрезентацію, а на комунікацію, діалог, спілкування із глядачем. Цікаво, що багато традиційних, передусім, екранних, видів мистецтва активно запозичують як новаторські мультимедійні підходи. Наприклад, модерністські театри-студії скасували сцену, глядацькі ряди розмістили навколо невеликого простору, де актори, виконуючи ролі, залучають глядачів до дійства [19, с. 27-29].

Утім, на нашу думку, цей процес не слід абсолютизувати. Згідно з особистими враженнями від діяльності відповідних сайтів litostrovok.ru та samlib.ru (станом на жовтень 2012 р. зібрано понад 920 тис. творів 71 700 письменників-аматорів) авторство більшості літературно-художніх творів не зникає, подібно до суто мережевих гіпертекстів. Відомі колективні проекти за участю форумчан — двотомник «Сім днів у червні. Друга Велика Вітчизняна війна», збірки «В окопах часу», новітня серія «Десант попаданців» прориву в літературі не здійснили. Натомість авторство класичне замінюється авторизацією. На своєрідну bon tone перетворилася практика викладання на цих сайтах чернеток нових творів з подальшим їх коригуванням (від виправлення фактичних помилок до зміни сюжетної лінії та вчинків головних героїв) на основі тисяч «коментарів» он-лайн читачів перед поданням у видавництво. Хоча сам по собі «самвідатівський» стиль красного письменства не народив ще жодного літературного генія чи майбутнього класика, у такому разі колективна цензура є ефективним запобіжником проти книжкової макулатури, чудовим організатором і стимулятором робочого часу непрофесійних авторів, котрі остаточно надають текстові художнього твору онтологічної реальності, звичайно, обмеженої загальнокультурними та жанровими кодами.

Медіатизація культурного життя спричиняє докорінне реформування освітянської системи, себто трансформацію механізмів культурної трансляції. Йдеться, передусім, про розвиток «відкритої освіти» взагалі та революційне вдосконалення «технічних засобів навчання». Наслідки триваючих перетворень у цій сфері не обмежуються частковими видозмінами, на які лишень звертається увага в тематичній аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень: подолання браку якісних навчальних матеріалів, їх здешевлення, поліпшення якості викладання, ефективний обмін досвідом і різноманітними освітніми матеріалами між викладачами, підвищення рівня прозорості системи освіти, зрештою, забезпечення ефективнішого керування нею [4]. Насправді, на думку західних

фахівців, можна говорити про впровадження нового світового освітнього стандарту, який є логічним завершенням попереднього розвитку освіти: «історія освіти — це історія відкриття освіти» [5, с. 9]. Ця відкритість полегшує впорядкування новітньої організаційної освітнянської моделі long life education, а інтегрована в комп'ютерні технології 2000-х рр. інтерактивність корелює із поступальним трендом до трансформації традиційних суб'єкт-об'єктних відносин учасників навчально-виховного процесу (учитель-учень) у суб'єкт-суб'єктні. Розвиток відкритої освіти краще адаптує випускників до життя в особливостях медіа-культури.

Завдяки медіа починаються справджуватися прогнози О. Тоффлера у «Футуршоці» про революційну перебудову всієї рекреаційно-дозвіллевої сфери, яка перетворюється на індустрію відчуттів, найгостріші й найзатребуваніші з яких надаватимуться мультимедійними засобами імітації цілих культурних світів або, навіть, компіляції нових. Один із найперших доказів — віртуальні екскурсії по Білому домові, які здійснюються на його неофіційному сайтові (whitehouse.gov1.info/webcam).

Медіа немовби змінює фокус сприйняття дійсності й образ самої людини. У цьому легко переконатися, зазирнувши на персональні сторінки в численних соціальних мережах. У центрі завжди знаходиться доволі випадковий набір зображень, привабливих за своїм зовнішнім видом, аж ніяк не за внутрішньою сутністю. Навіть, якщо хтось претендує на певне узагальнення, то обов'язково намагається супроводити свою думку яскравим малюнком. Таким чином медіа принципово по-іншому ставлять проблему людини. Якщо в постмодерній культурі людська особистість принципово дефрагментувалась — аж до повної відмови її визначень, то медіа-епоха зумовлює попит на образ людини, штучно сконструйований в Інтернеті за таким ж «гламурними» стандартами за допомогою таких самих технологічних засобів — студійних фото або просто відфотошоплених зображень. Цей образ дотичний до дійсності лише умовно, симулякративно. На нашу думку, відбувається процес, що нагадає психічну гіперкомпенсацію обмеженої від народження соціокультурної позиції, коли об'єктивна надмірність (або проста технологічна досконалість) докладених зусиль суттєвим чином викривляє прикінцевий результат. Мав рацію С. Жижек, коли сумно констатував: людина, що створила медіа-культуру, сама перетворилась на штучний медійний об'єкт.

Підсумувавши системні зміни в культурі, заподіяні медіа, можна дійти висновку, що вони на початку другого десятиліття ХХІ ст. помітно перевершують масштаби соціокультурного впливу інших структур чи інститутів, остаточно сягають за межі сфери дозвілля та форми ігри, зрештою, спричиняють зміну сутності самої культури. Адже будь-які її історико-культурологічні предикати позначали обмежені в просторі та часі характерологічні відмінності. Відтепер у понятті «медіа-культура» провідною є саме медійна характеристика. Таким

чином, застаріває колись популярний інструменталістський підхід, згідно з яким медіа-культура — це лише «сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей» [11, с. 8]. Однак, зовні поступившись своїм першорядним значенням, культура за всіх своїх старих і нових протиріч продовжує існувати як субстанціональна основа медіа, ніби насміхаючись над столітніми закидами про власний «кінець».

Звичайно, у нашій статті неможливо розглянути всі зв'язки між медіа та культурою. Однак доведено евристичну плідність подальших розвідок цієї теми в саме культурологічному контексті, можливо, навіть, у новому відгалуженні культурологічного знання — медіа-культурології.

Список літератури

1. Бодрийяр Ж. Система вещей / Ж. Бодрийяр ; пер. с фр. С. Н. Зенкина. — М. : РУДМИНО, 2001. — 222 с.
2. Более половины россиян не может жить без выхода в Интернет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://portaltele.com.ua/news/internet/12134-2012-08-10-19-15-18>. — Загл. с экрана.
3. Варганова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие / Е. Л. Варганова. — М. : Аспект Пресс, 2003. — 335 с.
4. «Відкрита освіта: новітні технології у навчальному процесі та освітньому менеджменті як засіб інтенсифікації розвитку освітньо-наукової системи України». Аналітична записка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/721>. — Назва з екрана.
5. Відкрита освіта. Колективний розвиток освіти через відкриті технології, відкритий контент і відкрите знання : монографія / за ред. Торі Пійосі, М.С Віджая Кумара, пер. з англ. Андрія Іщенко, Олександра Насика. — К. : Наука, 2009. — 255 с.
6. Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. — М. : Логос, 1999. — 224 с.
7. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Р. Дебрэ ; пер. с фр. Б. М. Скура-това. — М. : Праксис, 2010. — 368 с.
8. До 2015 року продажі онлайн-музики повністю перевершать продажі фізносіїв [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/-/1/0/all/2012/08/18/285863>. — Назва з екрана.
9. Исследование показало, что 80% немецких студентов списывают [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://korrespondent.net/tech/science/1389788-issledovanie-pokazalo-chto-80-nemeckih-studentov-spisyvayut>. — Загл. с экрана.
10. Киевляне в Интернете выясняют, «почему я такая дура». Комсомольская правда в Украине [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://kp.ua/daily/130812/351469/>. — Загл. с экрана.
11. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. — 2-е изд.; перераб. и доп. — М. : Акад. Проект, 2006. — 448 с. — («Технологии»).
12. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. — М. : КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. — 464 с.

13. Пилипенко О. Интернет сегодня и 10 лет назад; почувствуйте разницу / О. Пилипенко [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://pikabu.ru/view/internet_segodnya_i_10_let_nazad_pochuvstvuyte_raznitsu_672005. — Загл. с экрана.
14. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Говард. Рейнгольд ; пер. с англ. А. Гарькавого. — М. : ФАИР-. ПРЕСС, 2006. — 416 с.
15. Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под ред. В. В. Савчука. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербург. филос. об-ва, 2008. — С. 8–39.
16. Украина занимает 4-е место на мировом рынке фриланса [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2012/10/28/289840>. — Загл. с экрана.
17. Украинская «Википедия» вошла в топ-25 самых читаемых в мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2012/10/13/289013>. — Загл. с экрана.
18. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. — М. : Территория будущего, 2007. — 312 с. — (Сер. «Универ. б-ка Александра Погорельского»).
19. Шлыкова О. В. Культура мультимедиа: учеб. пособие для студентов МГУКИ / О. В. Шлыкова. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 415 с.

Надійшла до редколегії 11.01.2013 р.