

УДК 316.77:070 (008)

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-28>

Денис СУЧКОВ

асистент кафедри кіно-, телемистецтва, Київський національний університет культури і мистецтв,
вул. Євгена Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

ORCID: 0000-0003-2716-3873

Бібліографічний опис статті: Сучков, Д. (2023). Трансформації аудіовізуальної культури: від верстата Гутенберга до соціальних медіа. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 205–210, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-28>

ТРАНСФОРМАЦІЇ АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ: ВІД ДРУКАРСЬКОГО ВЕРСТАТА ГУТЕНБЕРГА ДО СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Мета дослідження – прослідкувати основні етапи становлення аудіовізуальної культури в контексті інформаційно-технологічного розвитку, з акцентуацією уваги на ролі соціальних медіа та людини. **Методологія дослідження** передбачає використання загальнонаукових методів (аналізу, синтезу, узагальнення результатів та ін.), а також підходів, відповідно до парадигми міждисциплінарності інтегрованих з культурології, медієвістики, історії, медіапсихології. Підґрунтям зв'язку між культурою, людиною і соціальними технологіями стала концепція «м'якого технологічного детермінізму». **Наукова новизна** дослідження полягає у обґрунтуванні «аудіовізуального медіального повороту» в сучасній культурі. **Висновки.** На подальший розвиток аудіовізуальної культури впливають інформаційні технології Веб 2.0, становлення на їхній основі соціальних медіа, віртуальна реальність, популярність аудіовізуального контенту і відповідних відеохостингів, які дають змогу його споживати, виробляти і поширювати. Такий аудіовізуальний поворот відбувся ще раніше і був зумовлений не лише технологічними змінами, а й внутрішньо-особистісними настановами, коли сенсорно-перцептивні процеси почали розумітися як такі, що за рахунок активації органів відчуттів забезпечують зв'язок внутрішнього та зовнішнього світу людини для осягнення і репрезентації навколишньої реальності почасти значно краще, ніж вербально-логічні. Не останню роль відіграло і візуальне та кліпове мислення молодого покоління, повністю інтегрованого до сучасних технологій. Нині ці чинники, найбільше опосередковані, на нашу думку, розвитком соціальних медіа, суттєво впливають не на формування аудіовізуальної культури як домінуючої ознаки сучасного етапу розвитку цивілізації, а посилюють існуючі та генерують її нові характеристики, в тому числі як особливої сфери діяльності. У цілому різка пенетрація соціальних медіа, які є похідними інформаційно-технологічного прогресу, в усі аспекти побутування свідчить про соціалізацію технологій. Тому в умовах спрощеного виробництва, поширення та перцепції аудіовізуального контенту можна констатувати «аудіовізуальний медіальний поворот», вектор якого спрямовується в конкретну площину: «соціальна» людина А. Моля і «телематична» людина Ж. Бодріяра стає людиною «аудіовізуальною».

Ключові слова: аудіовізуальна культура, інформаційні технології, соціальні медіа, мультимедійність.

Denys SUCHKOV

Assistant at the Department of Film and Television Arts, Kyiv National University of Culture and Arts, 36
Yevhena Konovaltsia street, Kyiv, Ukraine, 01133

ORCID: 0000-0003-2716-3873

To cite this article: Suchkov, D. (2023). Transformatsii audiovizualnoi kultury: vid verstata Hutemberha do sotsialnykh media [Transformations of audiovisual culture: from Gutenberg's machine to social media]. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 205–210, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2023-4-28>

TRANSFORMATIONS OF AUDIOVISUAL CULTURE: FROM GUTENBERG'S PRINTING MACHINE TO SOCIAL MEDIA

The purpose of the study is to trace the main stages of the formation of audiovisual culture in the context of information and technological development, with an emphasis on the role of social media and people. **The research methodology** involves the use of general scientific methods (analysis, synthesis, generalization of results, etc.), as well as approaches, in accordance with the paradigm of interdisciplinarity integrated from cultural studies, medieval studies, history, media psychology. The concept of "soft technological determinism" became the foundation of the connection between culture,

man and social technologies. **The scientific novelty** of the research lies in the substantiation of the "audiovisual medial turn" in modern culture. **Conclusions.** The further development of audiovisual culture is influenced by Web 2.0 information technologies, the development of social media based on them, virtual reality, the popularity of audiovisual content and the corresponding video hosting services that allow it to be consumed, produced and distributed. Such an audiovisual turn occurred even earlier and was determined not only by technological changes, but also by intra-personal guidelines, when sensory-perceptual processes began to be understood as those that, due to the activation of the senses, provide a connection between the inner and outer world of a person for comprehension and representation of the surrounding reality is sometimes much better than verbal-logical ones. Not the least role was played by the visual and clip thinking of the young generation, fully integrated with modern technologies. Currently, these factors, most mediated, in our opinion, by the development of social media, do not significantly affect the formation of audiovisual culture as a dominant feature of the modern stage of the development of civilization, but strengthen its existing and generate new characteristics, including as a special field of activity. In general, the sharp penetration of social media, which are derivatives of information and technological progress, into all aspects of everyday life indicates the socialization of technology. Therefore, in the conditions of simplified production, distribution and perception of audiovisual content, it is possible to state an "audiovisual medial turn", the vector of which is directed to a specific plane: the "social" person of A. Mol and the "telematic" person of J. Baudrillard becomes an "audiovisual" person.

Key words: audiovisual culture, information technologies, social media, multimedia.

Актуальність теми дослідження. Вплив інформаційного суспільства на культуру багатогранний, позаяк воно характеризується швидкими змінами, обміном інформацією, цифровізацією та широким доступом до знань. Нові технології стимулюють культурні інновації, розвиваючи мистецтво та змінюючи способи спілкування. Нові медіа надають платформи для самовираження та творчості безлічі людей, а інформаційні технології – змогу ефективно зберігати, архівувати та відновлювати культурну спадщину, роблячи її максимально доступною для майбутніх поколінь. Завдяки цьому культурне виробництво стає демократичним, децентралізованим і різноманітним, а сама культура мультимедійною.

«Культура інформаційної епохи» (М. Кастельс) – це не єдине визначення сучасної культури. В інтерпретаціях інших дослідників вона здобула назву «комп'ютерна культура», «візуальна культура», «інформаційна культура», «аудіовізуальна культура», «екранна культура», «електронна культура», «мережева культура», «цифрова культура».

В межах культурологічного дискурсу ми підтримуємо позицію дослідників, які сучасну культуру визначають як аудіовізуальну, саме тому в обґрунтуванні її трансформацій виходимо з пріоритету відповідних характеристик, та вважаємо за доцільне обґрунтувати свою позицію, акцентуючи на ролі у соціальних медіа. Позаяк інформаційні технології продовжують розвиватися, відслідковування актуальних тенденцій у сучасній культурі в контексті історичної ретроспекції, є актуальним напрямом сучасних досліджень.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженню основних етапів еволюції сучасної культури, зокрема піз впливом технологій, присвячені загальновідомі дослідження зарубіжних вчених М. Мак-Люєна (MasLuen, M., 1962), М. Кастельса (Кастельс, М., Castells, M., 2010).

Серед українських вчених особливо актуальними останнім часом стали дослідження соціальних медіа та різні аспекти їхнього впливу на утвердження в культурі аудіовізуальної компоненти. Так, А. Лісневська і Я. Фруктова аналізують аудіовізуальний контент (Лісневська, А., Фруктова, Я., 2019). Д. Проценко та Д. Тупчієнко досліджує особливості на конвергенції аудіовізуальних засобів масової інформації в контексті міжнародного досвіду (Проценко, Тупчієнко, 2012). Аудіовізуальним практикам нових медіа та їх комунікативному характеру присвячена публікація А. Тормахової, яка розкриває їхню специфіку, наголошуючи на інтерактивності та пріоритетності у сучасній комунікації (Тормахова, А., 2021). Водночас в українській культурології недостатньо ґрунтовних досліджень впливу соціальних медіа на аудіовізуальну культуру.

Мета дослідження – прослідкувати основні етапи становлення аудіовізуальної культури в контексті інформаційно-технологічного розвитку, з акцентуацією уваги на ролі соціальних медіа та людини.

Виклад основного матеріалу. У 1962 р. вийшла друком книга відомого канадського культуролога М. Мак-Люєна «Галактика Гутенберга: становлення людини друкарської культури» (MasLuen, 1962). Епохою Гутенберга

вчений назвав період європейської культури, коли, на його думку, збіглися у часі найважливіші соціокультурні явища – писемність, грамотність і книжність.

Для характеристики епохи Гутенберга культуролог використав поняття «грамотність» і «писемність». За розумінням М. Мак-Люєна, грамотність – це характеристика людини, яка вміє читати і писати. Водночас поняття «писемність» характеризує наявність у культурі системи символів або знаків, які потребують передачі та фіксації на певному носії. Ним може бути папір, камінь, глина, пергамент та ін. Така система дає змогу людям записувати мовну інформацію та ідеї, щоб вони могли передавати їх іншим поколінням (MasLuen, 1962).

Особливістю середньовічної європейської культури, яка в усьому тяжіла до лінійності, зокрема на письмі, раціональності, монотеїзму, авторства і под., було те, що вона почасти домагалася розмежування різних каналів сенсорного сприйняття і реагування на навколишній світ, а відповідно і способів репрезентації чуттєвого у мистецтві, що власне і стало підґрунтям виникнення різних жанрів та інструментів, наприклад, у музиці. Навіть неграмотний у нашому розумінні пересічний європеєць, який не вмів читати і писати, володів можливістю візуально сприйняти текст середньовічної фрески або аудіально – проповіді. Відтак, на нашу думку, форми аудіо- і візуальної культури у ті часи вже формувалися, хоча й мали специфічні у нашому розумінні характеристики, почасти за рахунок ігнорування важливості сенсорної перцепції.

Водночас саме таке розмежування відчуттів М. Мак-Люєн вважає основним недоліком, адже, на його думку, за умови зосередження на одному почутті механічний принцип абстрагування і повторення набуває експліцитної форми. Технологія – це експліцитність, яка означає артикулювання лише однієї речі, почуття, мислинневого чи психічного стану за раз (MasLuen, 1962). І навіть коли з'являється письмо, воно, на думку дослідника, не суттєво змінює ситуацію, а можливо й навпаки. Позаяк, коли слова набувають письмової форми, вони стають статичною частиною візуального світу, втрачають динамізм, емоційні обертони, виразність, властиві усному мовленню (MasLuen, 1962).

Тому не дивно, що активно аудіовізуальна культура формується лише у ХХ столітті, яке М. Мак-Люєн вважає століттям електроніки і пост-писемності. Воно замінило епоху друкарства і механіки, яка тривала майже п'ять століть, та викликало до життя нові структури людського самовираження, переважно «усні» за формою навіть тоді, коли вони були невербальними. «Якщо технологія, незалежно від того, чи з'являється вона зсередини чи ззовні культури, виводить на передній план якість із почуттів, змінюється співвідношення між усіма нашими почуттями. Ми починаємо бачити, чути та відчувати по-новому» (MasLuen, 1962), – констатує дослідник.

Фактично М. Мак-Люєн поділив історичні форми культури на усну, писемну та аудіовізуальну. Для опису сучасної культури технологічної зв'язності, пост-писемності та глобалізації М. Мак-Люєн використовує поняття «глобального села» (global village). Однак у трактуванні цього поняття часто ігнорується той момент, що М. Мак-Люєн дарма використовує поняття «село». Адже він пояснює, що під впливом електричної технології люди в звичайних повсякденних переживаннях і діях стають більш схожими на людей примітивної культури, тобто більш чуттєвими (MasLuen, 1962).

Сучасний етап розвитку суспільства відомий іспанський соціолог і теоретик комунікації М. Кастельс вслід за М. Мак-Люєном описує як процес інтеграції електронних засобів комунікації, коли комп'ютер як «інформаційний суперхайвей» поєднує у собі функції друкарської машинки, телевізора, радіоприймача, програвача музичних дисків, телефону, книги, журналу, пошти та інших технологічних досягнень (Кастельс, М.). На думку дослідника, інтеграція в одному пристрої текстів, зображень і звуків, що взаємодіють з безліччю різних точок у режимі реального часу або із запізненням у глобальній мережі та в умовах відкритого доступу, фундаментально змінила характер комунікації (Кастельс, М.). До речі, нині таке явище називають мультимедійністю. І вона не просто стала нормою сучасної культури, а й фактично є означенням, синонімічним означенню «аудіовізуальна».

Сучасну йому культурну епоху М. Мак-Люєн характеризує як культурний період, коли поряд сусідують різні форми передачі та фікса-

ції інформації (усний, письмовий, аудіальний, візуальний чи мультимедійний), та в якому вже присутні аудіовізуальні ознаки: до алфавітно-писемних засобів комунікації додаються електронні (телебачення та радіо), а на перший план виходить візуальна грамотність, яка стає необхідною умовою для взаємодії з екраном (MasLuen, 1962). Фактично на зміну традиційним письмовим засобам фіксації інформації приходять різноманітні гаджети, особливістю яких власне і є наявність екрану.

Позаяк сучасні гаджети – це пристрої, які функціонують завдяки мережі Інтернет, то звернемося до концепції мережевого суспільства М. Кастельса. Нову культуру, яка сформувалася під впливом інформаційних технологій, М. Кастельс називає «культурою інформаційної епохи», за якої комп'ютери революційно перетворили процес комунікації, а через нього й культуру (Castells, 2010).

Українська дослідниця А. Тормахова акцентує на візуальних ознаках сучасної культури і зазначає, що «концепт візуального повороту утвердився ще в другій половині ХХ століття» (Тормахова, 2021, с. 44). Дійсно, у ХХ столітті наголошувалося на формуванні екранної культури – понятті, яке часто використовують як синонім аудіовізуальній культурі. Утім, екранна культура ХХ століття, основною характеристикою якої була наявність кіно і телебачення, суттєво відрізняється від екранної культури ХХІ століття, яка характеризується переглядом інформації з екрану комп'ютера чи гаджета.

Утім, ми будемо спиратися на більш конкретизоване визначення аудіовізуальної культури. Аудіовізуальна культура – це сучасна художньо-комунікативна система як сукупність і домінування певних засобів, які моделюють та презентують реальність в аудіовізуальних образах. Це сфера діяльності і комунікації, в якій поєднуються звукові та візуальні елементи для створення та передачі ідей, повідомлень, емоцій, що, зокрема, передбачає виробництво, розповсюдження та використання різних форм мистецтва та медіа, таких як кіно, телебачення, мультимедійне мистецтво, відеоігри, музичні кліпи, відео, анімація, графічний дизайн і под.

Не останню роль у домінуванні ознак аудіовізуальної культури відіграє візуальне та кліпове мислення, особливо характерні для «поко-

ління Z – «Digital Native»», яке вважають майже повністю залученим до цифрових технологій. За візуального мислення люди думають картинками, а не словами, тому краще сприймають інформацію візуально і масштабно (Silverman, 2002, р. 29). Кліпове мислення описує здатність сприймати інформацію в коротких миттєво змінюваних фрагментах, наприклад, у відеокліпах, мемах і под. Воно акцентує прагнення до швидкого і короткострокового занурення у різноманітні візуально-інформаційні стимули.

На дедалі більше утвердження аудіовізуальної культури суттєво вплинули інформаційні технології Web 2.0, які були задумані як наступна версія програмного забезпечення інтернету, ключовим аспектом якої є те, що вона дозволяє людям взаємодіяти один з одним синхронно і асинхронно та більш динамічним способом.

Основною рисою Веб 2.0 є соціальна інтерактивність, за якої сайти та програми почали активно залучати користувачів до створення, редагування та обміну контентом. Це реалізується через різні соціальні медіа: блоги, форуми, соціальні мережі, відеохостинги, вікі та інші платформи, на яких користувачі можуть створювати, коментувати та обмінюватися інформацією.

Поступово в культурі стався «медіальний поворот», а візуальні повідомлення у соціальних медіа почали визначати інтерес до тексту. На будь-якій веб-сторінці домінують ілюстрації, позаяк їхня інформативність та сугестивність вища, ніж вербального тексту. Відбувається вже зворотна тенденція: вербальне повідомлення стає лише доповненням до візуального. Крім того, самі соціальні медіа налаштовані так, щоб динамічний відеоконтент був відображений першим, а відтак – одразу доступний для перегляду. Саме за таким алгоритмом працює соціальна мережа Facebook.

З'явилися соціальні платформи для обміну та перегляду фотографій (Flickr, Instagram:), відео (YouTube, Vimeo, Dailymotion, TikTok), аудіозаписів (SoundCloud, Bandcamp, Clyp) та іншого контенту. Користувачі самі почали продукувати велику кількість контенту, насамперед аудіовізуального: відео, музичні кліпи, анімацію та інші формати. Як зазначає А. Тормахова, «базове значення для нових медіа має саме візуальне чи аудіовізуальне повідомлення» (Тормахова, 2021, с. 44).

Важливо підкреслити, що, позаяк глядачі дедалі більше переміщуються в онлайн, зокрема в Ютуб, створюються не тільки можливості для розширення аудиторії комунікації, а й урізноманітнюються технології та програми, що дають змогу майже будь-якому пересічному юзеру виробляти відео, зберігаючи всі основні переваги аудіовізуального тексту як символічно-образної системи, «яка включає композицію кадру, звуковий ряд і спеціальні засоби, такі, як комбіновані зйомки, монтажні ефекти та ін.» (Град, 2015).

Завдяки здешевленню технологій вже не є ексклюзивом потокове відео (пряма трансляція, стрімінг) у реальному часі на власному веб-сайті чи сторонніх веб-порталах. Тим більше, що Веб 2.0 адаптуватися під мобільні пристрої, надаючи оптимізовані інтерфейси та програми. Загальна ідея Веб 2.0 полягає в тому, щоб користувачі стали активними учасниками у створенні та обміні будь-яким контентом, а також взаємодіяли один з одним на мультимедійних та інтерактивних платформах постійно.

Мобільні пристрої смартфони – це взагалі, мабуть, одні з найпоширеніших гаджетів, які об'єднують функції телефону, комп'ютера, фото- та відеокамери, а також інші можливості, такі, як доступ в інтернет, а відповідно – комунікацію, створення та поширення різного контенту через соціальні медіа.

Тому дослідникам вже варто використовувати поняття не візуальний, а аудіовізуальний поворот, адже може скластися враження, що всі зміни в сучасній культурі відбуваються у тотальній тиші. А більшість, як і раніше зайнята переглядом картинок, або малюванням, адже не дивиться і не знімає відео або нічого не чула про доступні Digital Audio Workstation, яких сьогодні не перерахувати (FL Studio, Logic Pro X, Cubase, GarageBand та ін.).

Особливістю аудіовізуальної культури XXI ст. стала і віртуальна, доповнена і змішана реальність. Недарма сучасну культуру М. Кастельс характеризує як «культуру реальної віртуальності» (Castells, 2010). Особливістю віртуальної реальності є не просто аудіо візуальність, а інколи навіть повна мультисенсорність, позаяк вона одночасно сприймається багатьма почуттями – через зір, слух, нюх, дотик тощо. Для забезпечення максимального сенсорного сприйняття у ній використовуються різні при-

строї: для візуальної перцепції – VR-очки або шлеми, які зазвичай містять дисплеї для кожного ока, забезпечуючи стереоскопічний 3D-ефект. Спеціальні контролери або сенсори відстежують рух рук і імітують тактичну взаємодію з об'єктами у VR.

Фактично віртуальна реальність – це ще одне «голографічне» розширення реального світу, яке всебічно оновило наше життя, мистецтво та естетичні концепції.

Тому українські дослідники констатують «перехід традиційної аналогової візуальної медіакультури у цифрову, характерними особливостями якої є: аудіовізуальна перенасиченість; необмежений доступ споживання, вироблення, поширення аудіовізуальної інформації; поліекранність; потреба у спрощеній візуалізації; надання переваги аудіовізуальному на противагу текстовому тощо» (Лісневська, Фруктова, 2019).

Відтак не дивно, що інтерес до феномена аудіовізуальності в культурі дедалі зростає. Фактично, переорієнтація на аудіовізуальне сприйняття та пізнання реальності, візуалізація вербального тексту, підкріплена інтересом до різноманітних аудіовізуальних практик, роблять аудіовізуальність модусом існування сучасної культури та вказують на домінування аудіовізуальної стимуляції у синестезійній світоперцепції.

При цьому суто культурні імплікації соціальних медіа на сьогодні ще надто складно осмислити адекватно. Крім того, як зазначають Д. Проценко і Д. Тупчієнко, «аудіовізуальна сфера змінюється так швидко, що за темпом перетворень не встигають дослідники: сьогодні вони лише намагаються систематизувати різноманітні явища аудіовізуальної культури» (Проценко, 2012). Відтак, культура дедалі очевидніше еволюціонує в бік домінування аудіовізуальності, коли пріоритетними стають різні способи виробництва, фіксації та передачі мультисенсорної інформації.

Висновки. На подальший розвиток аудіовізуальної культури впливають інформаційні технології Веб 2.0, становлення на їхній основі соціальних медіа, віртуальна реальність, популярність аудіовізуального контенту і відповідних відеохостингів, які дають змогу його споживати, виробляти і поширювати. Такий аудіовізуальний поворот відбувся ще

раніше і був зумовлений не лише технологічними змінами, а й внутрішньо-особистісними настановами, коли сенсорно-перцептивні процеси почали розумітися як такі, що за рахунок активації органів відчуттів забезпечують зв'язок внутрішнього та зовнішнього світу людини для осягнення і репрезентації навколишньої реальності почасти значно краще, ніж вербально-логічні. Не останню роль відіграло і візуальне та кліпове мислення молодого покоління, повністю інтегрованого до сучасних технологій. Нині ці чинники, найбільше опосередковані, на нашу думку, розвитком соціальних медіа, суттєво впливають не на формування аудіовізуальної культури як

домінуючої ознаки сучасного етапу розвитку цивілізації, а посилюють існуючі та генерують її нові характеристики, в тому числі як особливої сфери діяльності. У цілому різка penetрація соціальних медіа, які є похідними інформаційно-технологічного прогресу, в усі аспекти побутування свідчить про соціалізацію технологій. Тому в умовах спрощеного виробництва, поширення та перцепції аудіовізуального контенту можна констатувати «аудіовізуальний медіальний поворот», вектор якого спрямовується в конкретну площину: «соціальна» людина А. Моля і «телематична» людина Ж. Бодріяра стає людиною «аудіовізуальною».

ЛІТЕРАТУРА:

1. Град Н. Я. Відеовербальний текст як об'єкт вербальної і невербальної комунікації у сучасних мультимодальних студіях. *Молодий вчений*. 2015. № 5(2). С. 153-157. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5\(2\)_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5(2)_39).
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php
3. Лісневська А. Л., Фруктова Я. С. Аудіовізуальний контент: до питання ризиків впливу сучасних медіа. *Інтегровані комунікації*. 2019. № 2 (8). С. 47-54.
4. Проценко Д., Тупченко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід. Київ, 2012. 110 с.
5. Тормахова А. М. Аудіовізуальні практики нових медіа та їх комунікативний характер. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2021. № 3. С. 42-46.
6. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell, 2010. 625 p. URL: https://deterritorialinvestigations.files.wordpress.com/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf
7. MacLuen M. *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto, 1962. 293 p. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/makl/02.php
8. Silverman L. K. *Upside-Down Brilliance: The Visual-Spatial Learner*. Denver: DeLeon. 2002. P. 28-105.

REFERENCES:

1. Hrad, N. Y. (2015). Videoverbalnyi tekst yak ob'iekt verbalnoi i neverbalnoi komunikatsii u suchasnykh multymodalnykh studiiaakh. [Video-verbal text as an object of verbal and non-verbal communication in modern multimodal studios] *Molodyi vchenyi*. 5(2), 153-157. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5\(2\)_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_5(2)_39). [in Ukrainian]
2. Kastels, M. Ynformatsyonnaia epokha: ekonomyka, obshchestvo y kultura. [Information age: economy, society and culture]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/05.php. [in Ukrainian]
3. Lisnevskaya, A. L., Fruktova, Y. S. (2019). Audiovizualnyi kontent: do pytannia ryzykiv vplyvu suchasnykh media. [Audiovisual content: to the question of the risks of influence of modern media]. *Intehrovani komunikatsii*. 2 (8), 47-54. [in Ukrainian]
4. Protsenko, D. (2012). Ohliad pidkhodiv do rehuliuвання novykh konverhentnykh audiovizualnykh zasobiv masovoi informatsii: mizhnarodnyi dosvid. [Review of approaches to the regulation of new convergent audiovisual media: international experience]. Kyiv. [in Ukrainian]
5. Tormakhova, A. M (2021). Audiovizualni praktyky novykh media ta yikh komunikatyvnyi kharakter. [Audiovisual practices of new media and their communicative nature]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*. 3, 42-46. [in Ukrainian]
6. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell. URL: https://deterritorialinvestigations.files.wordpress.com/2015/03/manuel_castells_the_rise_of_the_network_societybookfi-org.pdf [in English]
7. MasLuen, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/makl/02.php [in English]
8. Silverman, L. K. (2002). *Upside-Down Brilliance: The Visual-Spatial Learner*. Denver: DeLeo. [in English]