

УДК 7.017+7.038.3](477)

**Цитування:**

Соломатова В. В. Особливості цифрової візуальної культури в сучасних мобільних додатках. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 74–79.

*Соломатова Вікторія Василівна, кандидат історичних наук, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв*  
<https://orcid.org/0000-0003-0597-6347>  
[vsolomatova@ukr.net](mailto:vsolomatova@ukr.net)

Solomatova V. (2024). Features of Digital Visual Culture in Modern Mobile Applications. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald: Science journal*, 4, 74–79 [in Ukrainian].

## ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В СУЧАСНИХ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКАХ

**Мета статті** – виявити особливості цифрової візуальної культури крізь призму проблематики виробництва користувачького контенту засобами спеціалізованих додатків для мобільних телефонів. **Методологія дослідження.** Застосовано метод теоретичного дослідження, логіко-аналітичний, предметно-аналітичний, системно-структурний та типологічний методи, а також культурологічний і компаративний, що посприяло виявленню основних тенденцій цифрової візуальної культури. **Наукова новизна.** Досліджено феномен цифрової візуальної культури крізь призму специфіки мобільних додатків; розглянуто проблематику інтерпретації візуального акту в контексті теорії цифрової культури; проаналізовано особливості використання спеціальних ефектів у сучасних мобільних додатках (на прикладі Snow, Prequel, AirBrush та FaceApp). **Висновки.** Мобільні додатки базуються на особливостях цифрових пристроїв (мобільність, тактильна, мультимодальна взаємодія, опосередковане сприйняття світу в його динаміці завдяки вбудованій передній і задній камері та ін.), що кардинально змінило візуальну культуру. На сучасному етапі смартфони із сенсорними екранами та можливістю установки різноманітних мобільних додатків як один із цифрових медіа створили новий процес виробництва й поширення зображення, а також нову естетичну сферу, відкриту для користувачів. Художні додатки змінюють традиційні відносини між виробництвом твору, глядачем і візуальною культурою, надаючи користувачеві / митцю колекції стилістичних наборів. Відповідно процес художньої творчості трансформується на процес вибору одного із запропонованих варіантів, що є еквівалентним деградації естетичного до рівня розваги. Мобільні додатки для редагування візуального контенту сприяють репрезентації за допомогою симулякрів, відповідно користувачі визначають культурні стосунки й поведінку в цифрових середовищах за допомогою нереалістичних зображень. Найпоширеніші на сучасному етапі додатки (Snow, Prequel, AirBrush та FaceApp) завдяки використанню інноваційних технологій доповненої реальності та штучного інтелекту надають можливість для необмеженої трансформації висхідного зображення (від ретушування та накладання фільтрів краси, до зміни пластики, віку, гендеру, емоцій чи тла).

**Ключові слова:** візуальна культура, цифрові технології, мобільні додатки, візуальний контент, редагування зображення.

*Solomatova Viktoriia, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Kiev National University of Culture and Arts*

### **Features of Digital Visual Culture in Modern Mobile Applications**

**The purpose of the article** is to reveal the peculiarities of digital visual culture through the prism of the problems of the production of user content by means of specialised applications for mobile phones. **Research methodology.** The method of theoretical research, logical-analytical, subject-analytical, system-structural and typological method, as well as cultural and comparative method, was applied, which contributed to the identification of the main trends of digital visual culture. **Scientific novelty.** The phenomenon of digital visual culture is studied through the prism of the specifics of mobile applications; the problem of interpretation of a visual act in the context of the theory of digital culture is considered; analysed the features of using special effects in modern mobile applications (for example, Snow, Prequel, AirBrush and FaceApp). **Conclusions.** Mobile applications are based on the features of digital devices (mobility, tactile, multimodal interaction, mediated perception of the world in its dynamics thanks to the built-in front and rear cameras), which radically changed visual culture. At the modern stage, smartphones with touch screens and the ability to install various mobile applications, as one of the digital media, have created a new process of image production and distribution, as well as a new aesthetic sphere open to users. Art applications change the traditional relationship between the production of a work, the viewer and visual culture, providing the user/artist with a collection of stylistic sets. Accordingly, the

process of artistic creativity is transformed into the process of choosing one of the proposed options, which is equivalent to the degradation of the aesthetic to the level of entertainment. Mobile apps for editing visual content facilitate representation through simulacra, whereby users define cultural relationships and behaviours in digital environments using non-realistic images. The most common applications at the current stage (Snow, Prequel, AirBrush and FaceApp), thanks to the use of innovative technologies of augmented reality and artificial intelligence, provide the opportunity for unlimited transformation of the ascending image (from retouching and applying beauty filters, to changing plasticity, age, gender, emotions or background).

**Keywords:** visual culture, digital technologies, mobile applications, visual content, image editing.

Актуальність теми дослідження. Візуальна мова і культура є феноменами, що перебувають у постійному розвитку. Безпрецедентного рівня трансформації характерні для сучасного ландшафту візуальної культури, особливо завдяки широкому використанню соціальних мереж та більш демократичних технологій, таких, наприклад, як мобільні додатки (камери смартфонів та ін.), що використовують представники цифрового суспільства для багатьох різних цілей та різними способами. Важливим питанням сучасної культурології є виявлення особливостей формування сучасної цифрової візуальної культури засобами мобільних додатків для редагування зображення.

На сучасному етапі смартфони з їх двома відмінними особливостями, тобто сенсорними екранами та можливістю установки спеціальних додатків, як один з ефектів цифрових медіа пропонують новий сучасний процес створення та публікації цих медіа, дематеріалізувавши процес виробництва мистецтва та його поширення, нові текстові та метатекстові особливості візуальної культури. Пояснення і концептуалізація нового візуального феномену є шляхом до визнання культурних координат зображення в цифрових медіа, що розуміється крізь призму «спільноти глядачів». У цьому контексті актуалізується дослідження особливостей художніх додатків для мобільних телефонів, спрямоване на виявлення характеристик візуальної культури, що виникає в результаті виробництва мистецтва засобами програмного забезпечення.

Аналіз досліджень і публікацій. Протягом останніх років українські культурологи (О. Брюховецька, Ю. Марційчук, О. Павлова, Є. Павліченко, О. Пушонкова, Ю. Трач та ін.) приділили увагу різноманітним аспектам візуальної культури. Так, наприклад, О. Брюховецька в публікації «Візуальний поворот у культурі і культурології» [1] аналізує поле візуальних досліджень в академічній сфері; Ю. Марційчук у статті «Процеси візуалізації в культурі: сучасний дослідницький контекст» [2] розглядає культурологічний аспект проблеми сучасних напрямів дослідження процесів візуалізації; О. Павлова

розкриває поняття «візуальна культура» та досліджує процеси оформлення методологічних стратегій його вивчення в публікації «Візуальна культура як поле ліквідності модерну» [3], а в статті «Візуальна культура та повсякденність доби Постмодерну» [4] здійснює спробу проаналізувати становлення нової історичної форми повсякденності в ситуації Постмодерну; виявленню особливостей візуальної культури початку ХХІ ст. в контексті проблематики національної ідентичності присвячено статтю Є. Павліченка «Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності» [5]; О. Пушонкова в статті «Динаміка утворення концептуальних домінант візуальної культури постсучасності» [6] досліджує динаміку концептуальних домінант візуальної культури Постсучасності як відображення тенденцій зміни модерністської текстуальності постмодерністською полімедійністю; Ю. Трач у публікації «Зміст понять “візуальна грамотність” і “візуальна культура”» [7] здійснює спробу розкрити візуальну культуру як новий об'єкт соціогуманітарного знання та ін.

Проте проблематика цифрової візуальної культури все ще лишається найменш дослідженою, що пояснюється безпрецедентною динамікою розвитку цифрових технологій та їх масовим використанням у світових масштабах.

Мета статті – виявити особливості цифрової візуальної культури крізь призму проблематики виробництва користувачького контенту засобами спеціалізованих додатків для мобільних телефонів.

Виклад основного матеріалу. Однією з міждисциплінарних концепцій у сучасному гуманітарному знанні є візуальна культура. Своєю чергою це пояснює наявність різноманітних її визначень у різних дисциплінах, спільним елементом яких є зображення. Так, наприклад, П. Данкум трактує візуальну культуру через зображення так: «візуальна культура – це об'єкти і зображення, з якими людина стикається в буденному житті, такі як телебачення, фільми книги, журнали, реклама, дизайн моди та інтер'єру, торговий центр і парк розваг, шоу та інші візуальні

продукти та форми комунікації» [10, 19]. К. Тавін, виводячи зображення в центр концепції, пояснює візуальну культуру з постмодерністського погляду як результат впливу зображення, створеного комунікаційними технологіями, на людські стосунки та поведінку. Окрім того, візуальна культура – це ситуація, що фокусується на різноманітних візуальних практиках – все візуальне, що складається з різноманітних об'єктів і зображень в русі [13, 22].

У нову еру цифрових медіа співіснування мистецтва й технологій створило нову форму культури та мистецтва, яка змінила традиційні та навіть сучасні наративи мистецтва та ввела в культуру нові визначення краси.

З появою інтелектуальних мобільних телефонів у сфері зв'язку цей пристрій, окрім своєї старої місії встановлення зв'язку між людьми за допомогою голосових дзвінків і текстових повідомлень, забезпечив складні моделі комунікації на основі доступу до інтернету, масове виробництво та обмін візуального контенту. Ця революція в медіа та комунікації вплинула на соціальну діяльність і на різні культурні та соціальні сфери сучасного життя і мистецтва.

Одночасний доступ до візуальних та аудіоданих і портативність мобільних телефонів і планшетів перетворили їх на бажані інструменти, а мистецтво, яке формується на цьому шляху, має нові аспекти. Артпрограманне забезпечення є однією з платформ для поєднання цифрових знань з біологічними та експериментальними. На думку дослідників, нинішню ситуацію можна розглядати як фокус епох, коли традиційні відносини між аудиторією, художнім виробництвом і візуальною культурою були демонтовані, а навколо них сформувалася нова візуальна культура, яка визначається як «теоретичне суспільство» цифрового мистецтва [12, 102].

Можливість встановлення різноманітних програм створила нову ситуацію в процесі виробництва, публікації та перевидання мистецтва. Сьогодні цифрове мистецтво стало надзвичайно різноманітним і надає незліченні можливості людям за допомогою мобільних додатків. Можливість доступу до цифрового мистецтва в програмному забезпеченні для мобільних пристроїв і планшетів об'єднала різноманітні галузі мистецтва, цінності високого і низького мистецтва та надала в його розпорядження користувача / художника у вигляді колекції стилістичних наборів.

Додатки для малювання на смартфонах заохочують користувачів установлювати

метафоричні зв'язки з предметом. На сучасному етапі спостерігаємо рух від високого мистецтва до стилістичного вибору, відповідно, як стверджують дослідники, «формальний аспект цифрової візуальної культури не є абстрактним або чистим мистецтвом» [9, 147]. Сучасне суспільство кожен день споживає все більше й більше зображень заради самих зображень, не звертаючи увагу на їх переваги або більш глибокі цінності, що можуть у них існувати. Процес трансформації художньої творчості в набори загальних виборів можна вважати еквівалентним деградації естетичного задоволення до розваги. Цифрове суспільство є свідком зміни дискурсу художнього твору від глибокого переживання до приємного та швидкоплинного. За У. Беняміном, сприйняття і споживання творів мистецтва – характерна аура, «коли людина, яка їх споживає, або група, або аудиторія сприймають культурний об'єкт в стані тяжіння або в стані розваги» [8, 110]. Відповідно, якщо існує своєрідне естетичне задоволення або естетичне ставлення, воно повинно виникати з цих моментів нерухомості та роздумів, що також пов'язані з моментами творчості для художників, але у випадку засобів масової інформації – із жодним із цих моментів.

Візуальна культура, що є описом набуття і ставлення, набутого з відчуттям зору, є переосмисленням кодів, що приписують культурі через досвід бачення. Ця інтерпретація візуального акту особливо тісно пов'язана з глибиною стосунків між зображенням та індивідуумом і з позиціонуванням зображення. Тобто зображення є важливим елементом у процесі інтерпретації і засвоєння того, що бачить індивідуум. Візуальна культура, що є процесом зображення, вимагає ефективного використання візуальної дії. У цьому процесі бачення зображень індивідом та аналіз цих зображень є одними з найважливіших характеристик візуальної культури. У такому контексті розвиток цифрових технологій, зокрема мобільних додатків, зумовив підйом візуальної культури, зокрема відобразившись на тому, що індивід сприймає зображення відповідно до глобальних цінностей. Тож, відповідно до того, що, за Н. Мірзоевим, візуальна культура була створена в гегемонії комунікаційних технологій після 60-х рр. ХХ ст. і що зображення є інструментами маніпуляції сприйняттям [11, 45], феномен візуальної культури вступив у трансформацію паралельно з розвитком цифрових технологій, і зображення тільки відійшло від проєкції у

свідомості, ставши інструментом для побудови сприйняття.

Візуальна культура – це явище, що формується елементами, заснованими на баченні, у стосунках і поведінці, які виникають з простого погляду через процес оцінки і сприйняття [14, 272]. У цьому процесі існує діалектичний зв'язок між тим, що сприймається і сприйманим, а найбільш важливим аргументом цього зв'язку є зображення.

Повторення та масове виробництво – найбільш ефективний результат появи фільтрів і розширень у мобільних додатках. На думку дослідників, «гіпертекстова культура, що заохочує «вирізання» і «вставку» в нових медіа, – це прояв семплування, маніпуляції, вторгнення та рекомбінації» [12, 103].

Спеціальні ефекти вже є одним із найважливіших додатків у презентації зображення, і є одним з основних складових його елементів. Спеціальні ефекти, що мають багато класифікацій, розрізняють відповідно до того, яким чином користувач передбачає їх використовувати. Так, наприклад, Ю. Юрдігул та І. Зіндерен до візуальних ефектів відносять: оптичні ефекти – уповільнену зйомку, обробку Даннінга Пеймероя, метод Шюфтана, оптичний привід, перехід між сценами, зворотну проєкцію; практичні ефекти: атмосферні ефекти, піротехнічні ефекти; мініатюрні ефекти (моделі / конструкції), матовий живопис; ефекти макіяжу: практики макіяжу та протезування, аніматроніку; цифрові ефекти: анімація (3D), хромакей, час кулі, захват руху, посадку та маніпуляцію зображенням [15, 12].

Розглядаючи представлені в сучасному цифровому просторі мобільні додатки, можемо констатувати, що найбільш популярними серед користувачів є додатки для редагування фото та відео, оскільки практично весь візуальний користувацький контент соціальних мереж створено з використанням цього програмного забезпечення. Проаналізуємо найпопулярніші з них – Snow, Prequel, AirBrush та FaceApp.

Особливої популярності серед молодого покоління користувачів (понад 200 млн користувачів у світі), завдяки своїм унікальним функціям та останнім доповненням, отримав додаток Snow, оскільки він надає розширені можливості для креативності, інтерактивності та покращення користувацького досвіду. Серед інших доповнень назвемо:

- трендові фільтри та ефекти, включно з ефектами доповненої реальності (надають можливість накладати на обличчя або тло реалістичні анімації);

- оновлений інструментарій для покращення якості візуального контенту (від інтелектуального освітлення та автоматизованої колірної корекції до реалістичного моделювання макіяжу та згладжування шкіри);

- інтерактивні опції (наклейки, що реагують на звуки та рухи, можливість створювати інноваційні колажі, покроковий інструктаж створення трендових відео);

- інноваційні функції для відео (уповільнення, реверс, плавний перехід між кадрами та готові шаблони для коротких відео в стилістиці соціальних мереж початку 2020-х рр.);

- функції штучного інтелекту (завдяки використанню AI додаток надає можливості автоматичного підбору оптимальних фільтрів, створення ефектів за вподобаннями конкретного користувача, зміни тла без зеленого екрана);

- покращені соціальні функції (впровадження функцій, спрямованих на посилення взаємодії користувачів, наприклад, надання можливості ділитися візуальним контентом, брати участь у різноманітних конкурсах та ін. безпосередньо в додатку).

Мобільний додаток для редагування фото та відео Prequel зазвичай використовують для створення стильного контенту, оскільки вирізняється унікальними фільтрами (Disco, Cartoon, Tezza, Grain та ін.), ефектами в стилі ретро (стилізовані фільтри, натхненні естетикою 80-х і 90-х: VHS, вінтаж, голографічні ефекти, лінзи з райдужними переливами та ін.), глітч та інструментами обробки від 3D до різноманітних анімованих пресетів. Специфікою додатка є можливість застосування фільтрів та ефектів до коротких відео, інтуїтивний редактор, інтерактивні маски, що працюють у реальному часі та AR-ефекти (автоматичне покращення фото, створення портретів у стилі коміксів, перетворення звичайних знімків у твори мистецтва). Естетичні пресети пропонують користувачам готові стилізовані набори фільтрів та ефектів, що допомагають створювати трендовий контент для соцмереж (наприклад у стилі TikTok aesthetics або Instagram-worthy looks).

Значно вужчий перелік функцій пропонує додаток AirBrush, у якому основний акцент зроблено на ретуші портретів (ретушування шкіри, інструменти для усунення недоліків, функція згладжування для створення ідеального тону шкіри, відбілювання зубів). Користувачі отримують можливість корекції контурів обличчя (функція «Скульптор»),

працювати з інструментами для накладення віртуального макіяжу, створювати реалістичні корекції та ін.

Одним із сучасних мобільних додатків для редагування фото, що використовує штучний інтелект для трансформації зображень, є FaceApp. Серед функцій, що пропонує додаток: зміна віку, стилю, гендерні трансформації, фільтри краси, зміна емоцій, освітлення та тла, велика галерея шаблонів стилів.

Протягом історії людства індивід, який бере участь у безперервних процесах візуального виробництва та на якого вони впливають, реалізує культурну конструкцію на цій осі. Під час такого процесу будівництва простір, який задіяний лише фізично, більше не є важливим актором, натомість важливі цифрові простори, спроектовані цифровою реальністю. Він також є частиною цифрово-орієнтованої організації, яка встановила свою присутність у цих медіа за допомогою своїх цифрових ідентифікаторів. Найважливішим із цих утворень, безсумнівно, є культурне середовище, засноване на логіці цифрової реконструкції візуальної культури.

Поширена практика фотографувати за допомогою смартфонів, обрамлення, додавання фільтрів та завантаження відоме як: iPhoneography. Селфі – найвідоміший тип фотографій, що бере свій початок у мобільних технологіях. Селфі змінили візуальну культуру й те, як людина представляє себе, використовуючи унікальні ракурси та швидке редагування в зручних мобільних додатках. Для селфі характерна невимушена, інтимна естетика та можливість негайного редагування за допомогою фільтрів. У багатьох випадках вони впливають на зміни канонів краси, спотворюють самооцінку та сприйняття тілесного.

Унікальне обрамлення та естетика селфі впливають на сприйняття краси, зростання одноразової моди на Insta-friendly, появу так званих Insta-спотів та самопрезентацію в соціальних мережах. Водночас протягом останніх років спостерігаємо тенденцію «природного» та «автентичного» селфі без фільтра. Вона проявляється у все більш популярному додатку BeReal, у якому користувачі не можуть редагувати своє зображення більше двох хвилин на день, щоб опублікувати фото. Фотографія, зроблена за допомогою передньої та задньої камери мобільного пристрою, дає глядачеві певне уявлення про фактичне оточення, у якому було зроблено селфі. BeReal слідує ще одному

популярному тренду #Instagramvsreality, який передбачає розкриття реальних зусиль і контексту, що стоять за «ідеальним» селфі.

Наукова новизна статті зумовлена тим, що в ній досліджено феномен цифрової візуальної культури крізь призму специфіки мобільних додатків; розглянуто проблематику інтерпретації візуального акту в контексті теорії цифрової культури; проаналізовано особливості використання спеціальних ефектів у сучасних мобільних додатках (Snow, Prequel, AirBrush та FaceApp).

Висновки. Розроблені для смартфонів мобільні додатки базуються на особливостях цифрових пристроїв (мобільність, тактильна, мультимодальна взаємодія, опосередковане сприйняття світу в його динаміці завдяки вбудованій передній і задній камері та ін.), що кардинально змінило візуальну культуру. На сучасному етапі смартфони із сенсорними екранами та можливістю установки різноманітних мобільних додатків як один із цифрових медіа створили новий процес виробництва й поширення зображення, а також нову естетичну сферу, відкриту для користувачів. Художні додатки змінюють традиційні відносини між виробництвом твору, глядачем та візуальною культурою, надаючи користувачеві / митцю колекції стилістичних наборів. Відповідно процес художньої творчості трансформується на процес вибору одного із запропонованих варіантів, що є еквівалентним деградації естетичного до рівня розваги. Мобільні додатки для редагування візуального контенту сприяють репрезентації за допомогою симулякрів, відповідно користувачі визначають культурні стосунки й поведінку в цифрових середовищах за допомогою нереалістичних зображень. Найпоширеніші на сучасному етапі додатки (Snow, Prequel, AirBrush та FaceApp) завдяки використанню інноваційних технологій доповненої реальності та штучного інтелекту надають можливість для необмеженої трансформації висхідного зображення (від ретушування та накладання фільтрів краси до зміни пластики, віку, гендеру, емоцій чи тла).

#### *Література*

1. Брюховецька О. Візуальний поворот у культурі і культурології. *Могилянська школа*: колект. монографія / наук. ред. та упоряд. М. А. Собуцький, Д. О. Король, Ю. В. Джулай; Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія», каф. культурології. Київ: Олег Філюк, 2018. С. 130–165.

2. Марційчук Ю. І. Процеси візуалізації в культурі: сучасний дослідницький контекст. *Культура України*. 2013. Вип. 41. С. 29–36.
3. Павлова О. Ю. Візуальна культура як поле ліквідності модерну. *Міжнародний вісник: Культурологія. Філологія. Музикознавство*. 2015. Вип. 2. С. 15–19.
4. Павлова О. Ю. Візуальна культура та повсякденність доби Постмодерну. *Культура і сучасність*. 2015. № 2. С. 30–35.
5. Павліченко Є. О. Сучасна візуальна культура як засіб репрезентації національної ідентичності. *Питання культурології*. 2023. Вип. 42. С. 57–65.
6. Пушонкова О. А. Динаміка утворення концептуальних домінант візуальної культури постсучасності. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Філософія*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. № 21. С. 61–68.
7. Трач Ю. В. Зміст понять «візуальна грамотність» і «візуальна культура». *Питання культурології*. 2017. Вип. 32. С. 170–186.
8. Benjamin W., Jephcott E., Livingstone R., Eiland H. The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media / M. W. Jennings, B. Doherty, & T. Y. Levin, Eds. Harvard University Press, 2008. 448 p.
9. Darley A. Visual Digital Culture. Rutledge, London and New York. 2000. 236 p.
10. Duncum P. Visual Culture Art Education: Why, What and How? *Journal Art and Design Education*. 2002. Iss. 21(1). P. 14–23.
11. Mirzoeff N. The Visual Culture Reader. Poutledge : 3rd edition, 2012. 724 p.
12. Morsali tohidi F., Manavi Rad M., Moridi M. Digital visual culture based on smart phone artistic applications. *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. 2018. Iss. 23(2). P. 99–110.
13. Tavin K. Engaging Visuality: Developing a University Course on Visual Culture. *The International Journal of the Arts in Society*. 2009. № 4(3). P. 115–123.
14. Thomson T. J., Uddin S. Contemporary ways of seeing: exploring how smartphone cameras shape visual culture and literacy. *Journal of Visual Literacy*. 2023. Iss. 42(4). P. 269–286.
15. Yurdigül Y., Zinderen İ. E. Sinema ve Televizyonda Özel Etki. İstanbul, Turkey: Doğu Kitapevi, 2013. 184 p.
2. Martsichuk, Yu. (2013). Visualisation Processes in Culture: Contemporary Research Context. *Culture of Ukraine*, 41, 29–36 [in Ukrainian].
3. Pavlova, O. Yu. (2015). Visual Culture as a Field of Modern Liquidity. *International Bulletin: Cultural Studies. Philology. Musicology*, 2, 15–19 [in Ukrainian].
4. Pavlova, O. Yu. (2015). Visual Culture and Everyday Life of Postmodern Era. *Culture and Modernity*, 2, 30–35 [in Ukrainian].
5. Pavlichenko, Ye. O. (2023). Contemporary Visual Culture as a means of Representing National Identity. *Issues of Cultural Studies*, 42, 57–65 [in Ukrainian].
6. Pushonkova, O. A. (2018). Dynamics of Formation of Conceptual Dominants of Postmodern Visual Culture. *Scientific Notes of Ostroh Academy National University. Series: "Philosophy"*, 21, 61–68 [in Ukrainian].
7. Trach, Yu. V. (2017). Content of Concepts of "Visual Literacy" and "Visual Culture". *Issues of Cultural Studies*, 32, 170–186 [in Ukrainian].
8. Benjamin, W., Jephcott, E., Livingstone, R., & Eiland, H. (2008). *The Work of Art in the Age of Its Technological Reproducibility, and Other Writings on Media*. Harvard University Press [in English].
9. Darley, A. (2000). *Visual Digital Culture*. Rutledge, London and New York [in English].
10. Duncum, P. (2002) *Visual Culture Art Education: Why, What and How? Journal Art and Design Education*, 21(1), 14–23 [in English].
11. Mirzoeff, N. (2012). *The Visual Culture Reader*. Poutledge [in English].
12. Morsali Tohidi, F., Manavi Rad, M., & Moridi, M. (2018). Digital Visual Culture Based on Smart Phone Artistic Applications. *Journal of Fine Arts: Visual Arts*. Issue 23(2). pp. 99–110 [in English].
13. Tavin, K. (2009). Engaging Visuality: Developing a University Course on Visual Culture. *The International Journal of the Arts in Society*, 4 (3), 115–123 [in English].
14. Thomson, T. J., & Uddin, S. (2023). Contemporary Ways of Seeing: Exploring how Smartphone Cameras Shape Visual Culture and Literacy. *Journal of Visual Literacy*, 42 (4), 269–286 [in English].
15. Yurdigül, Y., & Zinderen, İ. E. (2013). *Sinema ve Televizyonda Özel Etki*. İstanbul, Turkey: Doğu Kitapevi [in Turkish].

### References

1. Briukhovetska, O. (2018). Visual Turn in Culture and Cultural Studies. Mohyla School. Kyiv, 130–165 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 09.10.2024  
Отримано після доопрацювання 11.11.2024  
Прийнято до друку 20.11.2024