

АНОТАЦІЯ

Галстян В. С. Візуальна риторика: соціально-філософський аспект. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 033 Філософія (Галузь знань 03 Гуманітарні науки). – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2026.

Актуальність теми. Візуальний образ в умовах візуального повороту культури стає активним учасником публічної сфери. Перед соціально-філософським усвідомленням феномену візуальної риторики стоїть методологічний виклик: зображення слід сприймати не як ілюстрацію, а як повноцінного суб'єкта соціального процесу. Візуальне мислення витісняє текстуальне. Соціальна реальність конструюється не через дискурс, а через образи, які стають головними носіями смислів і діють швидше, емоційніше та масштабніше, ніж слова. Відтак, візуальна риторика – це центральна когнітивна й соціокультурна система сучасності, що визначає логіку знання, структуру влади й механізми впливу в добу зображень. Дослідження візуальної риторики актуальне як для теоретичного осмислення сучасного соціокультурного ландшафту, так і для практичної орієнтації у складному світі візуальних смислів і маніпуляцій.

Метою є дослідження візуальної риторики як системи впливу на формування поглядів людини на світ, чуттєвого механізму конструювання простору людського існування, його оцінок та емоційних реакцій на соціальне оточення та суспільні процеси.

Об'єктом дослідження є феномен візуальної риторики в умовах візуального повороту культури та нової логіки культури метамодерну.

Предметом дослідження є механізми візуальної риторики, які унаочнюють та пояснюють процеси формування, циркуляції та інтерпретації візуальних образів у сучасному суспільстві.

Авторську теоретико-методологічну позицію побудовано на міждисциплінарному підході до вивчення проблеми візуальної риторики. Це

обумовлює звернення до концепції візуального повороту (pictorial turn) наприкінці ХХ століття та лінгвістичного повороту (linguistic turn), що відбувся в аналітичній філософії, а згодом був адаптований постструктуралізмом для більш широкого використання в системі дослідження культури та соціальних практик. Саме в постструктуралістичній традиції завдяки концепту «текст» стало можливим перейти до ідеї візуальної риторики та аналізу зображень, як знакової системи подання сенсу. Зasadничою для розуміння цієї концепції є ідея «пикторального повороту» (pictorial turn), яка, за В. Дж. Т. Мітчеллом, розвиває логіку «лінгвістичного повороту» ХХ ст. Якщо «лінгвістичний поворот» відкрив, що наша реальність конструюється через мову, то «пикторальний поворот» показує, що образи так само є активними конструкторами наших уявлень.

Для досягнення мети у дисертаційній роботі було встановлено такі завдання (завдання 1-4 – виконані у першому розділі; завдання 5-8 – у другому; 9-12 – у третьому розділі):

1) Концептуалізувати поняття «візуальна риторика» та систематизація наукових підходів

– узагальнити дефініції поняття «візуальна риторика», простежити історію його становлення від інтуїтивних описів до міждисциплінарного підходу, визначити роль «візуального повороту» в еволюції розуміння образу як самостійного риторичного вислову.

2) Провести аналіз афективних і риторичних механізмів впливу візуальних повідомлень

– дослідити здатність образів викликати швидкі емоційні реакції, формувати довіру й переконання; проаналізувати риторичні прийоми та стратегії у візуальному, зокрема риторичні фігури, характерні для образу.

3) Надати методологічне обґрунтування аналізу образу як тексту в сучасній візуальній культурі

– обґрунтувати застосування категорій постструктуралістської теорії (текст, деконструкція, трек, рекодування) для інтерпретації образів; сформулювати робоче визначення візуальної риторики як інструменту критики та реконструкції сенсу в соціально-культурному контексті.

4) Провести дослідження зв'язку між постмодерною та метамодерною парадигмами у візуальній риторичі

виявити, як постмодерні стратегії (іронія, деконструкція, критика стабільних смислів) трансформуються в метамодерні підходи, що поєднують критичну свідомість із прагненням до нової щирості, емпатії й спільного творення сенсу.

5) Дослідити епістемологічний зсув у сучасному пізнанні, зумовлений переходом від текстоцентричної до візуально-центричної моделі, і виявити роль зображення як агента соціального знання.

– виявити нові механізми формування культурного та публічного простору в умовах постмодерної та метамодерної візуальності.

6) Проаналізувати семіотичні й риторичні теорії (У. Еко, Р. Барт, Гроуєр, Кресс-ван Левен, Дж. Елкінс) як підґрунтя для сучасного трактування образу як дискурсивної та соціальної структури.

– реконструювати зміну статусу зображення в культурі – від пасивної репрезентації до активної подієвої форми.

7) Виявити риторичні, ідеологічні та афективні механізми дії візуального образу в публічному й цифровому середовищах.

– сформулювати розуміння механізму конструювання ідентичності, легітимізує владу та мобілізує соціальну увагу завдяки візуальному образу та маніпуляціям з ним.

8) Окреслити вплив культури метамодерну на структуру візуальної риторичі, зокрема на її чуттєвість, подвійність, іронічну щирість і емоційно-етичну напругу.

– визначити нові форми культурного виробництва та соціального впливу візуальних образів в умовах культури метамодерну.

9) Розкрити трансформацію поняття тексту у візуальній риторичі метамодерну і показати, як постструктуралістські ідеї та концепція відкритого твору змінили розуміння візуального об'єкту – від фіксованого референта до процесуального, інтерпретативного поля.

– виявити результати текстуалізації зображення як зміни межі між автором і глядачем, мовним і візуальним, естетичним і політичним. Що в свою чергу дозволяє осмислити глибші наслідки суб'єктивності, культури та соціальної взаємодії доби метамодерну.

10) Визначити особливості візуальної риторики метамодерну як соціокультурного феномена.

– проаналізувати, як візуальні практики в межах метамодерну поєднують елементи модерністської щирості й постмодерної іронії, утворюючи маятникову (oscillating) риторику. Завдання полягає в окресленні цієї гібридної чуттєвості як особливого типу соціального досвіду.

11) Інтерпретувати явище симуляції та маніпуляції у візуальній культурі через естетику ностальгії (на прикладі стімпанку).

– описати, як стімпанк функціонує як візуальна маніпуляція історією, симуляція минулого, що задовольняє потреби сучасності. та окреслити цей процес як культурну компенсацію й інструмент нормалізації соціальних турбот через візуальну ілюзію впорядкованого світу.

12) Показати роль візуальної риторики в архітектурі як інструменті афективного програмування.

– проаналізувати, як архітектура впливає на сприйняття, пам'ять і тіло через створення керованих атмосфер. Завдання полягає у виявленні того, як простір здійснює ненасильницьку, але ефективну маніпуляцію соціальною чуттєвістю. Розглянути, як візуальні практики у містах перетворюють простір на бренд, вітрину та інструмент дисципліни. Завданням є осмислення міста як арени маніпуляції – через естетизацію, диснейлендизацію та символічну стандартизацію.

Гіпотеза дослідження. Візуальна риторика як соціально-комунікативна практика є одним із ключових механізмів конструювання колективних ідентичностей, підтримки або трансформації ідеологічних смислів, а її риторичні стратегії в умовах цифрової культури істотно впливають на соціальні уявлення і поведінкові установки. Розробка теоретичних і методичних підходів до критичного аналізу візуальної риторики дозволяє виявляти і протидіяти

маніпулятивному потенціалу образів, сприяючи розвитку медіаграмотності та інклюзивної культури комунікації. Візуальне в умовах метамодерну – це соціотехнічний конструкт. Сьогодні візуальна риторика – це критичний інструмент, що оперує не тільки формою, а структурою впливу, що апелює до логіки, емоцій і культурних кодів із метою впливу на сприйняття та поведінку аудиторії в соціальному контексті.

Наукова новизна отриманих результатів визначається вибором нового предмету дослідження і розкривається у таких твердженнях:

- У здійсненні концептуалізації поняття «візуальна риторика» як цілісного міждисциплінарного конструкта: уперше систематизовано основні наукові підходи до його тлумачення, простежено історичну еволюцію концепту від інтуїтивних формулювань до аналітичних моделей, а також визначено ключову роль «візуального повороту» в становленні образу як самостійного риторичного вислову.
- У розробці афективно-риторичного підходу до аналізу візуальних повідомлень, що передбачає поєднання аналізу емоційної дії образу з ідентифікацією специфічних риторичних прийомів у візуальній комунікації. Дослідження розширює уявлення про механізми візуального переконання в контексті сучасної культурної динаміки.
- У методологічному оновленні інструментарію аналізу образу як тексту, шляхом інтеграції категорій постструктуралізму (зокрема понять текстуальності, деконструкції, рекодування) у сферу візуальної риторики. Запропоновано авторське визначення візуальної риторики як засобу критичної інтерпретації та реконструкції соціокультурного сенсу.
- У теоретичному виявленні взаємозв'язку між постмодерною та метамодерною логіками у візуальній риторичі, де вперше простежено трансформацію постмодерних стратегій (іронії, фрагментації, деконструкції) у напрямку метамодерного синтезу емпатії, щирості та колективного сенсотворення. Це дозволяє осмислити образ не лише як об'єкт інтерпретації, а як агент міжпарадигмального переходу у візуальній культурі ХХІ століття.

- Запропоновано соціально-філософську інтерпретацію візуальної риторики як форми соціального дійства, у межах якої образ не лише комунікує, а й виконує функцію конструктора афективних, ідеологічних та епістемологічних структур.
- Вперше у вітчизняному дискурсі систематизовано ключові постструктуралістичні (Мітчелл, Еко, Барт, Groupe μ, Елкінс, Кресс і ван Левен) як філософсько-риторичну платформу для аналізу зображення в умовах культури метамодерну.
- Визначено роль візуального образу як подієвого агента соціального знання в епоху гіпервізуальності, де риторика зображення функціонує як інструмент формування публічного простору, нової чуттєвості та ідеологічної участі.
- Обґрунтовано концепт візуальної риторики як медіатора між афектом, інтерпретацією, інституцією та ідеологією, що є ключовим для розуміння механізмів функціонування зображення в цифровому суспільстві та культурі метамодерну.
- Розширено теоретичне розуміння текстуальності у візуальній риторичі метамодерну (зображення інтерпретується як відкритий текст, що існує в режимі взаємодії та багатозначності) та виявлено нову структуру візуального інтертексту, у якій зображення функціонує як гіпертекст: поліцентричний, фрагментарний, здатний до нескінченної інтерпретації.
- Вперше системно проаналізовано соціальне функціонування візуальної риторики в системі логіки культури метамодерну, зокрема в її маятниковій природі, що поєднує щирість і іронію як коактивні стратегії сенсотворення, а також запропоновано трактування співучасті як ключової соціальної практики метамодерної культури, що формує нову модель соціальності.
- Вперше інтерпретовано естетику стімпанку як візуальний механізм симуляції історії, що маніпулює колективною пам'яттю через рефлексивну ностальгію та ретростилізацію індустріального минулого.
- Концептуалізовано міський простір як візуальну маніпуляцію, інструмент режисури чуттєвого досвіду, який утворює систему естетичної навігації,

завдяки якій суб'єкт не просто інтерпретує, а ідентифікує себе через досвід, співучасть і афект.

Теоретична та практична значущість отриманих результатів визначається сукупністю винесених на захист положень, які є значущими для усвідомлення сучасної ситуації пікторального повороту та розвитку екранної культури, коли образи виступають не лише естетичними артефактами, а й важливими соціальними текстами, здатними впливати на суспільну свідомість і відтворювати або трансформувати владні та ідеологічні відносини.

Теоретична значущість дослідження полягає у розробці міждисциплінарного підходу до аналізу візуальної риторики, який інтегрує соціальну філософію, семіотику, риторичку та культурологію для глибшого розуміння механізмів риторичного впливу візуальних образів. Результати роботи сприяють розширенню теоретичних уявлень про функціонування візуальної комунікації в соціокультурному контексті, поглиблюють критику сучасного візуального середовища через аналіз конструювання ідеологій, стереотипів та репрезентацій.

Практична значущість дисертації полягає у створенні інструментарію критичного аналізу візуальних повідомлень, який може бути використаний у сфері освіти, журналістики, реклами, культурної політики для формування навичок критичного мислення та підвищення рівня медіаграмотності. Застосування результатів дослідження сприятиме протидії маніпуляціям у медіапросторі, розвитку інклюзивних практик візуальної комунікації та формуванню більш свідомого сприйняття візуального контенту в умовах цифрової культури.

Ключові слова: візуальний поворот; постструктуралізм; метамодерн; міждисциплінарність; візуальна риторика; текст; деконструкція; візуальна комунікація; медіація; афективність; соціальне конструювання.