



СОЦІАЛЬНА ФІЛОСОФІЯ SOCIAL PHILOSOPHY

УДК 130.2:17:7.05:503.11

DOI 10.35433/PhilosophicalSciences.2(98).2025.61-72

ВІЗУАЛЬНА РИТОРИКА КУЛЬТУРИ МЕТАМОДЕРНУ: ВІД ЕПІСТЕМОЛОГІЧНОГО ЗСУВІУ ДО АФЕКТИВНОЇ СТРУКТУРИ РЕЗОНАНСУ

А. П. Артеменко*, М. В. Кравченко**

Стаття присвячена аналізу візуальної риторики у культурі метамодерну. Обґрунтовано епістемологічну трансформацію сучасності в контексті змін у семіотично-риторичних теоріях, розкрито ключову ідею нової чуттєвості як режиму сприйняття в епоху метамодерну. Здійснено соціально-філософський аналіз візуальної риторики в контексті культури метамодерну. Продемонстровано, як епістемологічний зсув від текстоцентричності до візуальності трансформував роль зображення в гуманітарному знанні, зробивши його не лише засобом репрезентації, а й активним агентом соціального конструювання. Розглянуто ключові положення семіотичних і риторичних теорій У. Еко, Гроура і Г. Кресса і Т. ван Левена, що дозволило проаналізувати візуальну риторичну як гібридну форму комунікації, яка поєднує когнітивне, афективне й перформативне. У фокусі дослідження опиняється нова чуттєвість культури метамодерну, що формується в умовах цифрової комунікації, і яка функціонує за логікою осциляції, резонансу й інтерфейсного взаємодійства. Візуальні практики (від мемів до TikTok-естетик) аналізуються як риторичні жести, що водночас структурують досвід, продукують ідентичності й створюють нові форми соціального буття.

Основна увага приділена аналізу візуальної риторики метамодерну як технології соціального конструювання. Візуальні образи в цій культурі – від мемів і сторіз до мистецьких практик – набувають статусу мультимодальних і перформативних актів, що створюють нову структуру чуттєвості. Окрему увагу приділено романтичним і сюрреалістичним мотивам у мистецтві метамодерну, які функціонують як афективні режими, що відкривають нові горизонти переживання, уяви та ідентичності. Зроблено висновок, що візуальна риторика в епоху метамодерну виступає ключовим інструментом формування

* Андрій Артеменко / Andrii Artemenko, доктор філософських наук, професор, професор кафедри філософії та суспільних наук (Національний аерокосмічний університет "Харківський авіаційний інститут", м. Харків, Україна)
artemenko.prof@gmail.com

ORCID: 0000-0002-2445-5902

** Маргарита Кравченко / Margaret Kravchenko, слухачка магістратури (Харківська державна академія дизайну та мистецтв, м. Харків, Україна)
galateya.mk@gmail.com

ORCID: 0009-0006-2033-4915

Ключові слова: *метамодерн, візуальна риторика, семіотика, афект, інтерфейс, нова чуттєвість, резонансна культура.*

THE VISUAL RHETORIC OF METAMODERN CULTURE: FROM EPISTEMOLOGICAL SHIFT TO AFFECTIVE STRUCTURE OF RESONANCE

A. P. Artemenko, M. V. Kravchenko

This article is devoted to the analysis of visual rhetoric within the culture of metamodernism. It explores the epistemological transformation of contemporary culture in the context of changes in semiotic and rhetorical theories, highlighting the central idea of a "new sensibility" as a mode of perception in the metamodern era. The authors conduct a socio-philosophical analysis of visual rhetoric within the framework of metamodern culture, emphasizing how the epistemological shift from text-centeredness to visuality has redefined the role of the image in the humanities – transforming it from a means of representation into an active agent of social construction.

The article examines key principles from the semiotic and rhetorical theories of Umberto Eco, Groupe µ, Gunther Kress, and Theo van Leeuwen, which enable an interpretation of visual rhetoric as a hybrid form of communication that integrates cognitive, affective, and performative dimensions. The study focuses on the emerging sensibility of metamodern culture, shaped by digital communication, which operates through the logic of oscillation, resonance, and interface-based interaction. Visual practices – ranging from memes to TikTok aesthetics – are analyzed as rhetorical gestures that structure experience, produce identities, and create new forms of social being.

Special attention is given to visual rhetoric as a technology of social construction in metamodernism. Visual imagery in this cultural context – from memes and stories to artistic practices – acquires the status of multimodal and performative acts that generate a new structure of sensibility. The article also explores romantic and surrealist motifs in metamodern art, which function as affective regimes that open up new horizons of experience, imagination, and identity. The conclusion emphasizes that visual rhetoric in the metamodern age serves as a key instrument for shaping social imaginaries, constructing collective emotions, and fostering critical reflection on cultural reality, where the image becomes not only a bearer but also a producer of meaning.

Keywords: *metamodernism, visual rhetoric, semiotics, affect, interface, new sensibility, resonance culture.*

Постановка проблеми. Сучасна візуальна культура постає як результат глибокого епістемологічного зсуву, внаслідок якого зображення перестає бути вторинним до тексту – навпаки, воно набуло статусу самостійного джерела знання, чинника соціальної дії та активного агента культури. Як наголошує В. Дж. Т. Мітчелл, "образи хочуть" самі по собі – тобто вони не лише репрезентують, а й впливають, викликають афекти, формують ідеологічні позиції [19]. У цьому контексті постає необхідність осмислення візуальної риторики не лише як стилістичної чи художньої практики, а як соціально-філософського феномена, що конструює нову чуттєвість культури метамодерну.

Метамодерн виник як усвідомлення нової логіки культури, яка передбачає специфічну структуру чуттєвості, що постає на руїнах "модерністської віри" та "постмодерної іронії" [24]. Візуальні образи в цій культурі – не ілюстрації, а афективні події, що виконують роль риторичних актів. Зображення вже не "відображає" світ – воно формує реальність як множинність можливих сенсів, закорінених у досвіді глядача. Саме тому дослідження візуальної риторики в контексті епістемологічного зсуву, семіотичних і риторичних теорій межі ХХ – початку ХХІ століття є актуальним, оскільки дозволить розглянути низку ключових положень, що визначають сучасне розуміння зображення як активного

комунікативного та соціокультурного агента. Саме це створило основу для виникнення концепції нової чуттєвості культури метамодерну.

Об'єкт вивчення статті – феномен візуальної риторики культури метамодерну.

Метою статті є дослідження та визначення особливостей візуальної риторики епохи метамодерну як технології соціального конструювання. Для досягнення поставленої мети слід вирішити такі **завдання**: проаналізувати ключові положення теорії візуальних досліджень, що призвели до виникнення концепції нової чуттєвості метамодерну; розглянути потенціал ідеї нової чуттєвості як технології конструювання не тільки візуальних, а й соціальних практик; провести аналіз технік конструювання сенсів засобами екранної візуальності.

Епістемологічна трансформація сучасності, яку репрезентує концепція В. Дж. Т. Мітчелла, полягає у переході від текстоцентричної до візуально-центричної моделі пізнання. Зображення набуває статусу автономного джерела знання, що формує не лише інформацію, а й афективні, політичні та культурні контексти. Візуальний образ діє як агент – він не просто репрезентує, а продукує смисли, структурує публічний простір і виконує роль соціального факту.

Теоретико-методологічним підґрунтям дослідження є міждисциплінарний підхід, який поєднує семіотичний аналіз (У. Еко, Groupe μ – вивчення знакових структур візуального повідомлення) та риторику герменевтику (Р. Барта і В. Дж. Т. Мітчелла – аналіз впливу образу як перформативної структури інтерпретації). Аналіз образу в середовищі цифрових технологій побудовано на підставі медіатеорії у її розумінні Б. Латуром (B. Latour) та В. Флузером (V. Flusser), для яких медіа не просто інструмент для передачі інформації, а й середовища, які формують наше сприйняття реальності та відбувається Perezbirannya socialnoho.

Крім того, теоретико-методологічний базис дослідження не можна побудувати без метамодерної критики культури.

Філософія і теорія культури у XXI столітті зіткнулись з потребою нової парадигми, яка здатна охопити суперечності глобального світу. Пропонована метамодерністами критика культури не заперечує досягнень постмодерну, а прагне їх подолання через синтез, а не руйнування. Така критика культури в межах парадигми метамодернізму здійснена в працях Т. Вермюлена, Р. ван ден Акера, Дж. А. Дж. Снайдера, А. Барікко та ін.

Дискусія та результати. Метамодерн як фрейм розуміння візуальної культури початку XXI століття. У програмному есе "Notes on Metamodernism" (2010) Т. Вермюлен і Р. ван ден Аккер [24] описують метамодерн як структуру почуття (structure of feeling), що виникає на тлі розчарування в постмодерному цинізмі, але без наївного повернення до модерної віри у поступ. Метамодерна культура, на їх думку, "коливається між іронією і щирістю, надією і сумнівом, утопією і дистопією, емпатією й апатією" [24: 6].

Цей підхід важливий тим, що пропонує новий інструментарій для критики культури, в якій постмодерна іронія, втрачаючи свою актуальність, не зникає повністю, натомість поєднується з постіронічною щирістю. У колективній монографії "Metamodernism: Historicity, Affect and Depth after Postmodernism" (2017) автори разом із Аланом Гіббонсом розвивають концепцію метамодерну як теоретичної рамки для інтерпретації сучасних культурних практик, що тяжіють до глибини, емпатії та афективності [25: 1–20]. Автори вводять поняття "афективної глибини" (affective depth) як ключового естетичного вектора метамодерної культури. Вони стверджують, що нова культурна чутливість прагне до трансценденції й історичності без рецидиву догматизму [25: 83–117].

Американський філософ Джейсон Сторм у праці "Metamodernism: The Future of Theory" (2021) пропонує амбітний проект "метатеорії метамодерну" [23]. Його підхід передбачає радикальний перегляд основ гуманітарного знання. Критика культури у Дж. Сторма виходить за

межі постмодерної деконструкції та переходить до конструктивної аналітики, яка визнає множинність істин, але не впадає в релятивізм. Його критика в цьому контексті вже не є винятково критично-деконструктивною, а постає як рефлексивно-конструктивна діяльність, яка визнає множинність істини, історичну зумовленість знання та водночас прагне до епістемологічної й етичної відповідальності. Дж. Сторм поєднує елементи критичного реалізму, конструктивізму й неомодерної етики. Такий підхід дозволяє переосмислити культурні наративи, естетичні форми й суспільні інститути в дусі плюралістичного гуманізму.

Італійський культуролог Алессандро Барікко у роботі "The Game" (2018) описує сучасну культуру як глибоко трансформовану цифровими технологіями. Його концепт гри – як головного принципу нової культурної логіки – дозволяє побачити у фрагментарності, швидкоплинності й гібридності сучасності не руйнування, а новий тип зв'язності. А. Барікко фактично описує метамодерну позицію: бути у грі щиро, усвідомлюючи її умовність, і водночас шукати у ній нові етичні й естетичні форми. Він інтерпретує сучасну цифрову культуру як гру – новий тип взаємодії зі світом, який є одночасно серйозним і легким, технологічно зумовленим, але емоційно відкритим. А. Барікко бачить у "гравцях" покоління нових гуманістів, які формують нові ритуали сенсу в децентралізованому світі [3].

Ці "ритуали сенсу" мають відображатись у певних естетичних формах, проявляться у певному естетичному фреймі. Саме тому Джошуа Шнайдер у праці "Metamodern Art: An Interpretive Framework" (2020) розглядає метамодерн як естетичну рамку, що дозволяє пояснити нову образність і чуттєвість у сучасному мистецтві. Він аналізує метамодерні естетичні жести в сучасному мистецтві як вираження подвійної настанови – віри у значення мистецтва та усвідомлення його умовності. Його аналіз робіт Джеймса Таррелла, Бьорк,

Дональда Гловера та інших репрезентує спробу вловити "мета-чутливість", яка тяжіє до емоційної глибини, але не відкидає інтертекстуальність постмодерну [22]. Його критика культури ґрунтується на аналізі інтенціональної щирості, іронічної гри, рефлексивної емоційності та відмови від цинізму – характеристик, які дедалі частіше з'являються у візуальному мистецтві, музиці та перформансі XXI століття. Аналіз метамодерної естетики розкриває як медіа-продукти формують нову емоційність, у якій співіснують наївність, емпатія та постмодерна обізнаність. Цей підхід дозволяє переосмислити популярну культуру як простір формування "нової щирості" (new sincerity), що постає як форма естетичного спротиву цинізму

Критика культури з позицій парадигми метамодерну формує поліфонічне, багаторівневе поле, у якому поєднуються філософські, естетичні, соціальні та технокультурні підходи. Повернення афекту, емпатії, моральної дилеми та постіронічного жесту набули ознак індикаторів метамодерного повороту в культурі. Культура метамодерну не заперечує постмодерну чутливість, але намагається вийти за її межі, запропонувавши нову парадигму інтерпретації культури – таку, що поєднує іронію з вірою, скепсис із надією, роздвоєність з афективною єдністю. Саме в цій напрузі – основний потенціал метамодерної критики.

Метамодерна критика культури відображає глибокі трансформації культурної чутливості в умовах глобалізованого світу. Як свідчить практика, така критика формує новий аналітичний горизонт, у якому зникає опозиція між серйозністю і грою, іронією і вірою, фрагментацією і трансценденцією. Відтак критика культури у метамодерному ключі стає не тільки інструментом аналізу, а й способом естетичного мислення, що відкрите до нової етики співпричетності, афекту та відповідальності.

Отже, сучасна культура зазнає фундаментальних змін у сфері пізнання

комунікації та соціокультурного сприйняття. Епістемологічний зсув, що відбувається в контексті візуального повороту (visual turn), вимагає переосмислення ролі зображення у гуманітарних дисциплінах. Це робить поняття візуальної риторики ключовим не тільки для розуміння сучасної філософії мистецтва та культури, а й для соціальної практики, де естетика перетворюється на м'яку силу політичного впливу та соціального конструювання.

Риторика образу полягає у здатності переконувати та впливати через візуальні засоби – композицію, колір, масштаб, жест. Відтак, візуальна теорія вимагає перегляду гуманітарної методології, у якій образ розглядається не як ілюстрація, а як активний учасник культури.

Семіотика – основа візуальної риторики, вона підводить нас до необхідності аналізу візуального як комунікативного і риторичного явища, розширивши семіотичний підхід на візуальні форми комунікації. Семіотика дозволяє осмислити візуальну риторичку як соціо-культурно обумовлену практику продукування значень, що формується на перетині образу, коду й інтерпретації.

Одна з ключових ідей, що з'явилась в філософії постмодерну і стала однією з основ естетики метамодерну, полягає в тому, що риторика зображення формується не в самому повідомленні, а в акті його сприйняття, що робить глядача активним співтворцем значення. При цьому сенс візуального образу проясняється через спільні культурні знання, що забезпечує ефективність риторичного впливу. Візуальні образи формуються в межах соціокультурних кодів – це заперечує ідею "невинного зображення" і вказує на конструктивний характер візуальної комунікації. Це також актуалізує ідею візуальної об'єктивності, відкриваючи простір для критичного аналізу репрезентації. Зображення формує не лише значення, а й соціальні уявлення, закріплені в мові, ідеології та культурі. Це надає візуальній риторичці екзистенційного виміру.

На відміну від структуралістської семіології, сучасне розуміння візуальної риторики враховує не лише структуру знаку, а й процеси його інтерпретації в соціальному та культурному контексті. Це дозволяє перейти від формального аналізу зображення до вивчення його риторичної функції в культурному полі. А розуміння візуального об'єкту як відкритої структури, здатної породжувати множинні інтерпретації, робить його комунікативним актом, що активує глядача як інтерпретатора. Риторика зображення завжди залежна від соціокультурного контексту, і переконливість візуального формується в межах колективного когнітивного горизонту. Вона "прочитується" через соціально сформовані коди, що робить можливим їх риторичне використання. Відтак, зображення перестає сприйматись сучасною культурою лише як прозоре вікно до реальності й натомість акцентується його конструктивна роль у створенні сенсів.

У. Еко запровадив поняття "ментальних карт" як внутрішніх когнітивних структур, через які відбувається впізнавання й інтерпретація візуальних знаків [10: 67–68]. Такі мапи формуються на основі культурного досвіду і забезпечують миттєве емоційне сприйняття зображень, посилюючи їх риторичний ефект. Це дозволяє розглядати візуальну риторичку як інструмент впливу, у тому числі в політичних або комерційних цілях. У. Еко наголошує, що зображення має швидший і сильніший емоційний вплив, ніж вербальне повідомлення [10: 237]. Зазначений естетико-психологічний аспект візуальної риторички є визначальним у сучасній культурі "візуального повороту", де образ не тільки передає інформацію, а й формує афективні наративи, здатні викликати миттєву емпатію, відразу чи солідарність.

Риторика зображення у семіотиці У. Еко – це не властивість самого візуального артефакту, а результат інтерпретативної взаємодії суб'єкта з образом. Такий підхід наближає семіотику до герменевтики та рецептивної естетики, де акт сприйняття

постає як продуктивний, а не лише пасивний. Зображення "переконує" не тим, що нав'язує значення, а тим, що активує процес співставлення та контекстуальності значення.

Семіотична теорія У. Еко сформувала потужну концептуальну основу для візуальної риторики як міждисциплінарної галузі. Через введення таких понять, як відкритий твір, енциклопедія культури, ментальні карти, іконічний знак, стратегії маніпуляції та роль глядача, У. Еко пропонує досліджувати зображення не як форму репрезентації, а як політичну, соціальну й культурну подію. Його підхід відкриває можливість аналізувати візуальне повідомлення як форму соціальної дії, де риторика постає не як набір технік переконання, а як динамічна взаємодія кодів, емоцій, інтерпретацій та афективного досвіду.

Розроблена Groupe μ теорія загальної риторики (*rhétorique générale*) [16] здійснила фундаментальний зсув у розумінні риторики: від класичного мистецтва красномовства до універсальної методології аналізу будь-якої знакової системи. Риторичні фігури, зокрема метафора, метонімія, іронія, інтерпретуються не лише як лінгвістичні феномени, а як трансформаційні операції, що діють у візуальних, акустичних, просторових і тілесних формах комунікації. Це відображає ширший поворот у гуманітарному знанні – від текстоцентричності до мультимодального аналізу культури. Ключовим інноваційним аспектом концепції Groupe μ є перенесення фокусу з текстового формоутворення на процеси сприйняття та усвідомлення. Риторична фігура постає не як конструкція автора, а як результат зіткнення між очікуваннями адресата й перцептивним порушенням.

Важливий вектор теоретичного узагальнення – це відкритість концепції загальної риторики до аналізу мультимодальних форм, у яких візуальне поєднується з вербальним, аудіальним, цифровим. Groupe μ забезпечує аналітичну базу для розшифровки цих гібридних повідомлень. Більше того, ця

модель стала теоретичним підґрунтям для метамодерного переосмислення естетики – культури, яка водночас іронічна й емоційна, дистанційована й залучена. У цій культурі риторичні фігури не лише репрезентують, а й викликають нову чуттєвість, здатну поєднувати суперечливі імпульси – прагматизм і утопію, дистанцію й афект.

Концепція загальної риторики Groupe μ радикально розширила межі класичної риторики, перетворивши її на універсальний метод аналізу знакових систем. Риторичні фігури розглядаються не лише як мовні прийоми, а як трансформації візуальних, просторових, тілесних і медіальних комунікацій. Це дозволяє аналізувати зображення як повноцінні дискурси впливу.

На відміну від традиційної риторики, Groupe μ фокусує увагу не на намірах автора, а на сприйнятті інтерпретатора. Риторичні фігури виникають через відхилення від очікуваних норм, що викликає когнітивну напругу та стимулює інтерпретацію. Такий підхід дозволяє аналізувати візуальні тексти як динамічні когнітивні події.

Groupe μ запропонували типологію візуальних фігур – оптики, форми, кольору – та операцій (додавання, скорочення, субституції), які порушують перцептивну норму. Це дало змогу структурувати візуальні повідомлення подібно до мовного аналізу.

Підхід Groupe μ відкриває шлях до аналізу мультимедійних повідомлень (реклама, меми, цифрові платформи), де поєднуються зображення, текст і звук. Така риторика формує нову метамодерну чуттєвість – емоційно-рефлексивну, напружену між іронією й афектом.

Концепція візуальної граматики, запропонована Гюнтером Крессом і Тео ван Левеном, репрезентує один із найвпливовіших сучасних підходів до аналізу візуальної риторики. Вона ґрунтується на ідеї, що візуальні образи, подібно до мовлення, мають граматичну структуру, яка зумовлює їхню здатність до комунікації, впливу та репрезентації соціальних сенсів. Цей підхід базується на поєднанні соціолінгвістики, семіотики, мультимодальної комунікації

та критичного дискурсивного аналізу, що дозволяє досліджувати візуальні повідомлення як соціально сконструйовані й ідеологічно навантажені структури.

Ключовою інновацією Г. Кресса і Т. ван Левена є виокремлення трьох вимірів візуального повідомлення – репрезентаційного, інтерактивного та композиційного [18]. Ці виміри забезпечують системний опис того, як візуальні структури організовують соціальну реальність і впливають на глядача не лише семіотично, а й риторично.

Ця модель має глибоке соціально-філософське значення, оскільки дозволяє осмислювати зображення як інструмент влади, ідеології та соціального впливу. Вона виявляє, як образи формують культурні коди, репродукують домінуючі наративи, підтримують чи кидають виклик соціальним ієрархіям. Особливої актуальності концепція набуває в умовах цифрової культури, де візуальні риторичні структури поєднуються з інтерфейсами взаємодії, утворюючи поведінкові сценарії, наприклад, у рекламі, політичній агітації чи цифровому активізмі. Крім того, ця модель набуває нового значення у сфері мультимодального аналізу – у зв'язку з розширенням меж комунікації в цифрових, інтерактивних, гібридних медіа.

Концепція візуальної граматики Г. Кресса і Т. ван Левена є інструментом соціально-філософського аналізу візуальної риторики, оскільки дозволяє системно виявляти механізми, через які візуальні образи організовують соціальний досвід, формують владні структури, легітимують ідентичності та впливають на поведінку. Вона є частиною ширшої методології критичного візуального аналізу й відкриває перспективи для дослідження зображення як засобу соціального виробництва смислу в епоху цифрової трансформації культури.

Структура чуттєвості в інформаційних потоках. У часи, коли образ перестає бути лише

репрезентацією й водночас ніколи не був просто "відображенням дійсності", культура метамодерну постає як чуттєва форма, що народжується в точці перетину візуального повороту та диджиталізованої комунікації. Ми більше не дивимось на зображення – ми всередині них. Як зазначав Віллем Флюссер, ми перейшли від тексту до технічного образу, але метамодерн, на відміну від постмодерну, не піддає ці образи винятково деконструкції [14: 7, 9]. Навпаки, він прагне віднайти в них нову щирість, нову афективність, нову рамку для співбуття.

Візуальний поворот, окреслений ще у 1990-х, був не просто естетичним вибором – це був онтологічний зсув у способах пізнання, у способах бути-в-світі. Метамодерн приймає цю нову онтологію образу як підставу для синтезу, який більше не потребує остаточного вибору між критичною іронією та щирим жестом, між дистанцією і співучастю. Саме в образі, що циркулює у цифровому середовищі – у TikTok, Instagram Stories, deepfake'ax і мемах – метамодерн знаходить свою риторику: афективну, гібридну, іронічно-наївну.

У метамодерні ми не просто спостерігаємо, як образи функціонують, ми беремо участь у їхньому становленні. Цифрова форма обміну інформацією – фрагментована, мультимодальна, інтерактивна – формує специфічну епістемологію культури метамодерну. Ця епістемологія не уникає протиріч – вона живиться ними. У дусі Грема Гармана і Тімоті Мортонна, вона приймає непрозорість речей як умову їхньої глибини, а в стилі Б. Латура – визнає агентність самих медіа, інтерфейсів, коду.

У метамодерному світі цифровий образ – це не просто повідомлення, це подія, афект, акт інтерсуб'єктивного узгодження. Він водночас і семіозис, і жест, і емоційне налаштування. Саме тому культура метамодерну не є ані поверненням до модерністської утопії, ані капітуляцією постмодерної критики. Вона – осциляція між ними,

іноді водночас віра і сумнів, вразливість і самоіронія.

Ми перебуваємо в епосі, де "технології зображення" стали базовими інфраструктурами соціального уявного. Водночас, у цій диджиталізованій системі сенсу, де реальність постає радше як конструкт, що проектується візуальними наративами, метамодерн не розчиняється у віртуальному, а шукає нові способи перформативної присутності. Це культура, яка більше не питає "що є істина", а скоріше – "яким чином ми можемо бути щирими", знаючи, що будь-яка щирість – це вже жест, уже фрейм, уже маска.

Метамодерн – це не просто період. Це структура чуттєвості, що постала як відповідь на одночасний вибух зображення й прискорення інформаційних потоків. Це спроба зібрати з уламків модерністського героїзму та постмодерного скепсису нову архітектуру смислу, яка не цурається емоцій, не боїться суперечності й визнає афект як знання.

Можливо, саме тому культура метамодерну така непевна, коливальна, резонансна. Вона не претендує на остаточність – вона відлауноє. І в цьому відлауні – іронічному, цифровому, зоровому – ми впізнаємо себе.

Резонансна культура метамодерну конструює візуальні й соціальні практики сьогодення через логіку осциляції, афекту та гібридності, породжуючи такі форми співжиття й самовираження, що одночасно є і критичними, і емоційними, і технологічно опосередкованими. У цій культурі візуальне вже не є лише відображенням реальності – воно співтворить реальність як соціальний простір естетичної взаємодії.

Візуальні практики: між естетизацією і перформативністю. У контексті метамодерну візуальні образи функціонують як події афективного обміну. Екранні візуальні образи, що постають у вигляді селфі, TikTok-фільтрів, сторіз – це не просто зображення, це інтерфейсні жести, що виробляють форми суб'єктивності. Кожна візуальна практика в цій

культурі є актом позиціонування: "я є" – не у смислі сталого "я", а як тимчасової візуальної конфігурації емоцій, естетики й алгоритму. Візуальна риторика тут вибудовується на рівні іронічної щирості: меми ідеологічні й інфантильні водночас, публічні візуальні кампанії грають на межі між активізмом і маркетингом, а нові художні форми симулюють архіви, історії або навіть футурології – з одночасною критичною дистанцією.

Як пишуть Т. Вермюлен і Р. ван ден Акер, "метамодерн не є ні модерном, ні постмодерном, а простором між ними – хвилиною, що коливається вперед-назад" [24: 5–6]. Ця хвиля створює естетичну систему, в якій зображення – не кінцевий продукт, а процес взаємодії: між людиною і технологією, між архівом і миттєвістю, між символом і тілом. У цілому візуальні образи справляють враження сюрреальності, можливості переходу від однієї реальності в іншу, зависання між ними.

У візуальному мистецтві метамодерну особлива увага до романтичних і сюрреалістичних мотивів не є ні ескапізмом, ні відновленням минулих естетичних моделей, а радше проявом емоційної та онтологічної подвійності, яку Т. Вермюлен та Р. ван ден Акер описують як "структурне мета-позиціонування" – постійне коливання між іронією і щирістю, наївністю й усвідомленістю, утопією і дистопією [24: 3]. Ця логіка "і те, й інше", або *both-neither*, уможливає повернення до романтичного й сюрреалістичного не як до стилів минулого, а як до афективних режимів, що дозволяють артикулювати складні, гібридні ідентичності сучасності.

Романтичне в метамодерному мистецтві постає як спроба відчутти світ заново, у його невизначеності, екзистенційній відкритості, потенційності. Йдеться не про ідеалізацію природи або суб'єкта в дусі XIX століття, а про відчуття "неможливого бажаного", яке рухає дію вперед. За Т. Вермюленом, метамодерн характеризується "освіченою наївністю", тобто станом, коли художник знає про

конструктивність ідеологій, але все одно прагне віри, спільності, краси. Романтичні мотиви – від ландшафтів до екзальтованої інтимності – стають формами цієї віри у вразливе й автентичне.

У свою чергу сюрреалістичне у культурі метамодерну постає як нова чуттєвість і нелінійна реальність. Сюрреалістичні образи у метамодерному контексті не відтворюють техніки Андре Бретона чи Сальвадора Далі, але залучаються до тієї ж логіки сновидної деградації реальності. В епоху віртуальностей, доповненої реальності, фрагментованих просторів і гібридних тіл, сюрреалістичне стає способом відчуття розщеплення світу, в якому ми перебуваємо. Сучасні митці не імітують сюрреалізм – вони його перевизначають як інтерфейс між підсвідомим і цифровим, як мову для переживання абсурдності алгоритмічної повсякденності.

Включення романтичного і сюрреалістичного – це не відмова від постмодерної критики, а модус естетичного коливання, у якому дозволено шукати сенс навіть там, де його давно проголосили ілюзією. Це мистецтво, що не вимагає цілісності, але прагне афективної напруги, і саме в цій напрузі виникає глядач – співучасник, що переживає образи не як твердження, а як можливість емпатійного резонансу.

Романтичне – це бажання реального; сюрреалістичне – уявлення про неможливе. Обидва імпульси метамодерн формує як естетику надриву і надії, де зображення не є ілюстрацією ідеї, а актом емоційної реабілітації. Мистецтво знову хоче підключення до світу, навіть знаючи про його фрагментованість. Це не ідеологічна реставрація минулого, а герменевтика нестабільного сенсу, що потребує форм, здатних утримувати як травму, так і очікування.

Таким чином, романтичні й сюрреалістичні мотиви в мистецтві метамодерну – це візуальні структури коливання, які уможливають переосмислення реальності як простору взаємодії емоційного, уявного й технологічного. Це не повернення, а

жест спрямованості: не до минулого, а до сенсу, що ще не відбувся.

Висновки. У ХХІ столітті теоретичне поле гуманітарного знання дедалі активніше звертається до концепту метамодерну як спроби осмислити культуру після постмодерну. Метамодерн постає не як чітко окреслений стиль або ідеологія, а як чутливість, настанова й аналітична перспектива, яка дозволяє охопити суперечливу, іронічно-щирі, пост-кінець-історичну ситуацію. Особливе місце в цьому контексті займає критика культури – як аналіз трансформацій у сфері естетики, ідентичності, колективного досвіду та соціальної уяви.

У соціальному вимірі культура метамодерну генерує гібридні, атмосферні та реляційні форми колективності. Це культура подкастів, стрімів, віртуальних протестів і естетизованих спільнот, де співучасть набуває емоційного, а не лише політичного виміру. Люди не лише реагують на події – вони проживають їх естетично, у формах візуальних ритуалів, меметичних реакцій, диджитал-костюмів (аватарів), флешмобів, віртуальних спільних просторів.

Ці соціальні практики базуються на логіці резонансу. Вони виникають там, де індивід не просто реагує, а відчуває впізнавання, емоційний відгук, взаємне налаштування. Так утворюються спільноти, які не закріплені географічно чи інституційно, але існують як атмосферні зв'язки: фан-клуби, краудсорсингові ініціативи, активістські мікрогрупи, цифрові "секти" навколо певних наративів чи образів.

Метамодерн формує такі політичні й етичні практики, які ґрунтуються не на репрезентації ідеології, а на переживанні атмосфери. Цифрова естетика, меми, візуальні флеші, емодзі – усе це не просто прикраси, а носії чуттєвої політики. Тут панує алгоритмічна чутливість, тобто культура, в якій соціальні орієнтири формуються не раціональною аргументацією, а за допомогою естетично оброблених візуально-афективних імпульсів.

Таким чином, візуальні й соціальні практики культури метамодерну – це не просто наслідки технологічних змін, а трансформації самої структури переживання світу. Ми живемо в режимі постійної осциляції між наївним

і критичним, між реальним і гіперреальним, між індивідуальним жестом і колективним "відлунням". І саме ця резонансна структура, ця "емпатія з дистанції", і є ключем до розуміння культури сьогодення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аветисян А. Культурфілософські акценти візуальної теорії Томаса Мітчела. *Філософія і політологія в контексті сучасної культури*. 2017. № 2. С. 4–11.
2. Шинкаренко О. Етичні експлікації "візуального повороту" у сучасній культурі. *Українські культурологічні студії*. 2020. № 1 (6). С. 45–49.
3. Baricco A. *The Game*. Torino: Einaudi. 2018. 327 p.
4. Bishop C. *Artificial hells: participatory art and the politics of spectatorship*. London & Brooklyn, NY: Verso. 2012. 368 p.
5. Bishop C. The Social Turn: Collaboration and its Discontents' contains. *Artforum*, February. 2006. P. 178–183. URL: <https://www.artforum.com/print/200602/the-social-turncollaboration-and-its-discontents-10274> (дата звернення: 21.08.2025).
6. Charnley K. Dissensus and the politics of collaborative practice. *Art & the Public Sphere*. 2011. № 1 (1). P. 37–53. DOI: https://doi.org/10.1386/aps.1.1.37_1
7. Cliff A. An interview with Luke Turner & Nastja Säde Rönkkö. *AQNB*. 2014. URL: <https://www.aqnb.com/2014/05/19/an-interview-with-luke-turner-nastjasade-ronkko/> (дата звернення: 21.08.2025).
8. Cooper J. F. *The Right Agenda: Recapture the Cultures*. *American Arts Quarterly*. Spring/Summer. 1990. P. 3–49.
9. Drucker J. *Graphesis: Visual Forms of Knowledge Production*. Cambridge, MA: Harvard University Press. 2014. 216 p.
10. Eco U. *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press. 1976. 368 p.
11. Emerson L. *Reading Writing Interfaces: From the Digital to the Bookbound*. Minneapolis: University of Minnesota Press. 2019. 232 p.
12. Fiedler L. Cross the Border – Close the Gap. *Art & Popular Culture*. 1968. URL: http://www.artandpopularculture.com/Cross_the_Border_%E2%80%94_Close_the_Gap (дата звернення: 21.08.2025).
13. Foster H. *Design and Crime (And Other Diatribes)*. London; New York: Verso. 2002. 176 p.
14. Flusser V. *Towards a Philosophy of Photography*. London: Reaktion Books, 2000. 96 p.
15. Gibbons A. Metamodernism, narrative and emotion. *Narrative*. 2015. № 23 (2). P. 196–212.
16. Groupe µ. *Traité du signe visuel*. Paris: Seuil, 1992. 516 p.
17. Kirby A. *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York: Continuum, 2009. 282 p.
18. Kress G., van Leeuwen T. *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge, 2006. 291 p.
19. Mitchell W. J. T. *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1994. 462 p.
20. Protas M. Socio-philosophical critique of the global public art's visual order: the context of national self-identity. *American Journal of Art and Design*. 2022. № 7 (1). P. 29–38. DOI:10.11648/j.ajad.20220701.15
21. Rosa H. *Resonanz: Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2016. 816 s.
22. Schnaider J. *Metamodern Art: An Interpretive Framework*. Independent publication, 2020. 214 p.
23. Storm J. A. J. *Metamodernism: The Future of Theory*. Chicago: University of Chicago Press, 2021. 408 p.

24. Vermeulen T., van den Akker R. Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture*. 2010. Vol. 2 (1). P. 1–14. DOI: <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677>

25. van den Akker R., Gibbons A., Vermeulen T. *Metamodernism: Historicity, Affect, and Depth after Postmodernism*. London, New York: Rowman & Littlefield International, 2017. 260 p.

REFERENCES (TRANSLATED AND TRANSLITERATED)

1. Avestisian, A. (2017). Kul'turfilosofs'ki aktsenty vizual'noyi teoriiy Tomasa Mitchela. [Cultural and philosophical accents of Thomas Mitchell's visual theory]. *Filosofiya i politolohiya v konteksti suchasnoyi kul'tury*. № (2). С. 4–11 (in Ukrainian).

2. Shynkarenko, O. (2020) Etychni eksplikatsiyi "vizual'noho povorotu" u suchasniy kul'turi. [Ethical explications of the "visual turn" in modern culture]. *Ukrayins'ki kul'turolohichni studiyi*. № 1 (6). С. 45–49 (in Ukrainian).

3. Baricco, A. (2020). *The Game*. Torino: Einaudi (in English).

4. Bishop, C. (2012). *Artificial hells: participatory art and the politics of spectatorship*. London & Brooklyn, NY: Verso (in English).

5. Bishop, C. (2006). The Social Turn: Collaboration and its Discontents' contains. *Artforum*. P. 178–183. URL: <https://www.artforum.com/print/200602/the-social-turncollaboration-and-its-discontents-10274> (last accessed: 21.08.2025) (in English).

6. Charnley, K. (2011). Dissensus and the politics of collaborative practice. *Art & the Public Sphere*. № 1 (1). P. 37–53. DOI: https://doi.org/10.1386/aps.1.1.37_1 (in English).

7. Cliff, A. (2014). An interview with Luke Turner & Nastja Säde Rönkkö. *AQNB*. URL: <https://www.aqnb.com/2014/05/19/an-interview-with-luke-turner-nastjasade-ronkko/> (last accessed: 21.08.2025) (in English).

8. Cooper, J. F. (1990). The Right Agenda: Recapture the Cultures. *American Arts Quarterly*. Spring/Summer. P. 3–49 (in English).

9. Drucker, J. (2014). *Graphesis: Visual Forms of Knowledge Production*. Cambridge, MA: Harvard University Press (in English).

10. Eco, U. (1976). *A Theory of Semiotics*. Bloomington: Indiana University Press (in English).

11. Emerson, L. (2019). *Reading Writing Interfaces: From the Digital to the Bookbound*. Minneapolis: University of Minnesota Press (in English).

12. Fiedler, L. (1968). Cross the Border – Close the Gap. *Art & Popular Culture*. URL: http://www.artandpopularculture.com/Cross_the_Border_%E2%80%94_Close_the_Gap (last accessed: 21.08.2025) (in English).

13. Foster, H. (2002). *Design and Crime (And Other Diatribes)*. London; New York: Verso (in English).

14. Flusser, V. (2000). *Towards a Philosophy of Photography*. London: Reaktion Books (in English).

15. Gibbons, A. (2015). Metamodernism, narrative and emotion. *Narrative*. № 23(2). P. 196–212 (in English).

16. Groupe, µ. (1992). *Traité du signe visuel*. Paris: Seuil (in French).

17. Kirby, A. (2009). *Digimodernism: How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York: Continuum (in English).

18. Kress, G., van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). London: Routledge (in English).

19. Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*. Chicago: University of Chicago Press (in English).

20. Protas, M. (2022). Socio-philosophical critique of the global public art's visual order: the context of national self-identity. *American Journal of Art and Design*. № 7 (1). P. 29–38. DOI:10.11648/j.ajad.20220701.15 (in English).

21. Rosa, H. (2016). *Resonanz: Eine Soziologie der Weltbeziehung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp (in German).

22. Schnaider, J. (2020). *Metamodern Art: An Interpretive Framework*. Independent publication (in English).
23. Storm, J. A. J. (2021). *Metamodernism: The Future of Theory*. Chicago: University of Chicago Press (in English).
24. Vermeulen, T., van den Akker, R. (2010) Notes on metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture*. Vol. 2 (1). P. 1–14. DOI: <https://doi.org/10.3402/jac.v2i0.5677> (in English).
25. van den Akker, R., Gibbons, A., Vermeulen, T. (2017). *Metamodernism: Historicity, Affect, and Depth after Postmodernism*. London, New York: Rowman & Littlefield International (in English).

Receive: August 29, 2025

Accepted: September 20, 2025