

Visual Culture: Studies, Concepts and Research Horizons

UDC: 008:316.77:004

DOI: <https://doi.org/10.15421/172584>**Ivanova Svitlana****Ph. D., Associate Professor, <https://orcid.org/0000-0002-9065-8687>, isaivanova2014@gmail.com****Oles Honchar Dnipro National University (Dnipro, Ukraine)**

Abstract.

Introduction. Contemporary society is characterized by visual saturation: images have become the main mediator of cultural, social, and political processes. Visual culture emerged in the second half of the 20th century as an interdisciplinary field, combining art history and iconology, cultural studies, philosophy and poststructuralism, as well as cognitive sciences, including neuroaesthetics. Key concepts – representation, gaze, the visual turn, visualité, spectacle – mark the shift from interpreting the image as a reflection to understanding it as an agent that shapes social relations.

Results. The methodological cartography of Visual Studies identifies three research trajectories: the Anglo-American trajectory, focused on representation and the politics of the image; the German Bildwissenschaft, emphasizing the ontology of the image; and the French mediology, analyzing channels of transmission and institutional frameworks. Despite their differences, these approaches form a shared field, capable of explaining both cultural memory processes and the challenges of the digital age.

Perspectives. Current challenges are linked to the algorithmization of media and the attention economy, identity representation, transmedia memory, and the need to foster visual literacy. Promising directions include the integration of the humanities and cognitive sciences, the application of neuroaesthetics, the development of an ethical architecture of attention, sustainable forms of visual communication, and creative practices at the intersection of art, design, and technology.

Conclusions. Visual culture appears not merely as a collection of images but as a socio-technological system that shapes perception and communication. Its theoretical foundation functions both as an analytical tool and as a prognostic resource, enabling the identification of directions in society's transformation under the influence of digital media, algorithms, and the global circulation of images.

Keywords: visual culture, representation, attention economy, image, visualité, neuroaesthetics, digital media

Візуальна культура: вивчення, концепти та горизонти досліджень

Іванова Світлана**Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Дніпро, Україна)**

Анотація.

Вступ. Сучасне суспільство характеризується візуальним насиченням: зображення стають основним медіатором культурних, соціальних і політичних процесів. Візуальна культура сформувалася в другій половині ХХ століття як міждисциплінарне поле, що об'єднує мистецтвознавство та іконологію, культурні дослідження, філософію та постструктуралізм, а також когнітивні науки, включаючи нейроестетику. Ключові концепти – репрезентація, погляд (gaze), візуальний поворот, visualité, спектакль – фіксують перехід від розуміння образу як відображення до трактування його як агента, що формує соціальні відносини.

Результати. Методологічна картографія Visual Studies виявляє три дослідницькі траєкторії: англо-американську, зосереджену на репрезентації та політиці образу; німецьку Bildwissenschaft, що акцентує онтологію і філософію образу; і французьку медіологію, що вивчає канали трансляції та інституції. Незважаючи на відмінності, ці підходи формують єдине поле, здатне пояснювати як процеси культурної пам'яті, так і виклики цифрової епохи.

Перспективи. Актуальні виклики пов'язані з алгоритмізацією медіа та економікою уваги, репрезентацією ідентичності, трансмедійною пам'яттю, а також необхідністю розвитку візуальної грамотності. Перспективні напрями включають інтеграцію гуманітарних і когнітивних наук, застосування нейроестетики, розробку етичної архітектури уваги, стійкі форми візуальної комунікації і креативні практики на стику мистецтва і технологій.

Висновки. Візуальна культура постає як соціально-технологічна система, що визначає сприйняття і комунікацію. Її теоретична база служить аналітичним інструментом і прогностичним ресурсом, дозволяючи виявляти напрямки трансформації суспільства під впливом цифрових медіа і глобальної циркуляції образів.

Ключові слова: візуальна культура, репрезентація, економіка уваги, образ, visualité, нейроестетика, цифрові медіа

Вступ.

Сучасне суспільство живе в умовах домінування візуальних форм комунікації. Зображення оточують людину всюди: від рекламних плакатів і телевізійних екранів до цифрових інтерфейсів і соціальних мереж. Цей феномен прийнято описувати через поняття візуальної культури, під яким розуміється сукупність практик виробництва, поширення і сприйняття візуальних образів, що формують культурний досвід.

Аналіз публікацій. Поняття теорії візуальної культури з'явилося в гуманітарних науках у другій половині XX століття і позначає сукупність форм і практик візуального сприйняття, виробництва та інтерпретації зображень у суспільстві. На відміну від традиційного мистецтвознавства, воно включає не тільки художні твори, а й усі візуальні медіа: фотографію, кіно, телебачення, рекламу та цифрові технології (Mirzoeff, 1999).

Ранні підходи формувалися в рамках історії мистецтва та іконології: Е. Панофський (Panofsky, 1955) та А. Варбург (Warburg, 1999) досліджували символіку зображення, його культурні коди та історичну пам'ять. З 1970-х років під впливом культурних досліджень увага змістилася до медіаобразів, масової комунікації та репрезентації. Дослідники, такі як С. Холл (Hall, 1997) і Р. Вільямс (Williams, 1981), акцентували увагу на ролі візуального в процесах ідеології та ідентичності. У 1990-ті роки візуальні дослідження (Visual Studies) сформувалися як окремий напрям, що об'єднує мистецтвознавство, соціологію, антропологію, філософію та медіа-теорію (Mitchell, 2002).

Одним із центральних понять стала репрезентація, що підкреслює, що візуальні образи не стільки відображають реальність, скільки формують її сприйняття (Hall, 1997). Концепт погляду (gaze), розроблений М. Фуко і розвинений у феміністській теорії Л. Малві, показує, як погляд (gaze) структурує соціальні відносини і закріплює владні позиції (Foucault, 1977; Mulvey, 1975). Ідея «візуального повороту» (pictorial/visual turn) стверджує, що сучасна культура стає все більш орієнтованою на образ, а не на текст (Mitchell, 1994; Boehm, 1994). У XXI столітті особливого значення набувають процеси медіатизації та цифровізації, що пов'язують візуальну культуру з соціальними мережами, віртуальною та доповненою реальністю (Manovich, 2001).

Методи аналізу візуальної культури досить різноманітні. Семіотичний аналіз, запропонований Р. Бартом і розвинений у семіотиці Ю. Лотмана, розглядає візуальні коди і символи (Barthes, 1977; Lotman, 1990). Соціокультурний аналіз зосереджений на вивченні ролі зображення в конструюванні ідентичності, влади та ідеології. Психоекспериментальний підхід (Ж. Лакан, С. Жижек) акцентує несвідомі механізми сприйняття образу (Lacan, 1977; Žižek, 1992). Нарешті, нейроестетика та когнітивні науки

відкривають нові можливості дослідження зорового досвіду через вивчення роботи мозку та когнітивних процесів (Zeki, 1999).

Не зважаючи на велику кількість наукових праць у цій сфері, питання теорії візуальної культури потребують більш глибокого аналізу та додаткових досліджень у зв'язку з трансформацією теоретико-методологічних підходів, спричиненою цифровізацією культури, зростанням ролі алгоритмів у селекції візуального контенту та появою нових дослідницьких парадигм у сфері гуманітарних і когнітивних наук.

Результати.

Аналіз показав, що становлення теорії візуальної культури як дослідницької галузі пов'язане з низкою дисциплінарних традицій. У рамках іконології, представленої в працях Е. Панофського та А. Варбурга, акцент робився на вивченні культурних кодів і символічних значень зображення, а також на їхньому зв'язку з історичною пам'яттю (Panofsky, 1955; Warburg, 1999). Пізніше в культурних дослідженнях увага змістилася до питань репрезентації та владних механізмів, закріплених у візуальних медіа. Роботи С. Холла та Р. Вільямса дозволили розглядати зображення як активний елемент процесів ідеологічного конструювання (Hall, 1997; Williams, 1981). У 1990-ті роки в дослідженнях У. Дж. Т. Мітчелла і Н. Мірзоева візуальні дослідження оформилися в самостійну міждисциплінарну галузь, що об'єднує мистецтвознавство, соціологію, антропологію, філософію і медіа-теорію (Mitchell, 2002; Mirzoeff, 1999).

Ключовими концептами, виявленими в ході аналізу, стала, так званна, репрезентація, яка підкреслює, що образ не тільки відображає реальність, але й активно конструює її (Hall, 1997); погляд (gaze), який є соціально навантаженим актом бачення (Foucault, 1977; Mulvey, 1975); а також було проаналізовано концепт «візуального повороту» (visual turn), що вказує на перехід від текстоцентричної до образоцентричної культури (Mitchell, 1994; Boehm, 1994). Доцільним видається зробити акцент на книзі Максима Буаді «La culture visuelle: Images, regards et médiations» (Boidy, 2017), оскільки, на нашу думку, він дуже детально і глибоко досліджує візуальну культуру та пропонує її цілісну картографію – від історичних витоків до сучасних концептів і горизонтів розвитку. Спираючись на його висновки, ми в подальшому можемо досліджувати наступні кроки еволюції цієї культури та визначати перспективні напрями її теоретичного й практичного осмислення.

Так, книга Максима Буаді є одним із перших франкомовних узагальнюючих досліджень у галузі Visual Studies. Автор вибудовує її як послідовне введення в історію візуальної культури, розкриває ключові концепти та перспективи дисципліни. А сама

структура роботи побудована навколо трьох великих блоків: Trajectoires (Траєкторії), Concepts (Концепти) і Horizons (Горизонти), в яких розгортаються дев'ять розділів книги (Boidy, 2017).

Перша частина книги (Boidy, 2017) присвячена генеалогії візуальних досліджень та їх дисциплінарним рамкам. У розділі 1 «Histoire, controverses, disciplinarité» автор аналізує витоки Visual Studies, пов'язуючи їх з «ною історією мистецтва» (New Art History) і вказуючи на конфлікти, викликані появою безлічі «studies» в академічному полі (Panofsky, 1955; Warburg, 1999). У розділі 2 «Francfort, Birmingham, Vincennes» увага зосереджена на європейських інтелектуальних традиціях: критичній теорії Франкфуртської школи, культурних дослідженнях Бірмінгема і французькій

постструктуралістській думці (Hall, 1997; Williams, 1981). Ці напрями показані як інтелектуальні джерела для формування Visual Studies. Розділ 3 «Art, culture, populisme» зачіпає напружені відносини між високим мистецтвом, масовою культурою і «популістськими» підходами до візуального. Тут Буаді демонструє, як Visual Studies вибудовують власну «політику знання», розсуваючи багаторазово межі класичного мистецтвознавства. Аналіз, запропонований автором, демонструє, що Visual Studies виникли не на порожньому місці, а як результат боротьби за розширення наукового поля і визнання нових об'єктів досліджень. Таблиця 1 демонструє основні ідеї, у прив'язці до персоналій, представлених у першій частині книги La culture visuelle: Images, regards et médiations.

Табл.1

Витоки та траєкторії Visual Studies

Розділ	Назва	Основний зміст	Ключові автори / традиції	Значення для Visual Studies
1	Історія, суперечки, дисциплінарність	Аналіз витоків Visual Studies через зв'язок з «ною історією мистецтва» та обговорення дисциплінарних конфліктів, пов'язаних з безліччю «studies»	Е. Панофський (1955), А. Варбург (1999)	Визначення місця Visual Studies в академічному полі, фіксація суперечок про межі дисципліни
2	Франкфурт, Бірмінгем, Венсен	Розгляд інтелектуальних традицій Європи: критична теорія, культурні дослідження, French Theory	Ф. школа (Адорно, Хоркхаймер), С. Холл (1997), Р. Вільямс (1981)	Формування методологічної бази: репрезентація, критика ідеології, культурний аналіз
3	Мистецтво, культура, популізм	Обговорення взаємодії мистецтва, масової культури та «популізму» в академічному полі	Сучасні дебати про мистецтво та культуру	Демонстрація «політики знання»: розширення об'єктів Visual Studies за межі класичного мистецтва

Джерело: власна розробка автора

У другій частині книги (Boidy, 2017) представлені основні поняття та дослідницькі інструменти візуальної культури. Розділ 4 «Image, vision, visualité» вводить ключове поняття visualité, розкриваючи його філософські, соціальні та політичні виміри (Boehm, 1994). Розділ 5 «Spectacle, observation, reconnaissance» присвячений спектру візуальних відносин: від феномену вистави та процесів спостереження до визнання та інтерсуб'єктивного характеру видимого (Debord, 1994). У розділі 6 «Signification, pouvoir, désir» автор аналізує те, як зображення несуть сенс, закріплюють владні

відносини і викликають бажання, підкреслюючи активність і агентність візуального (Foucault, 1977; Lacan, 1977). Таким чином, автор досить глибоко розглядає такі фундаментальні концепти, як візуальність (visualité), спектакль, спостереження, визнання, а також сенс, влада і бажання. Ці категорії дозволяють зрозуміти, яким чином образи не тільки відображають, але й активно формують соціальні практики, діючи як агенти влади, ідентичності та культурних трансформацій. Таблиця 2 представляє динаміку розвитку концептів візуальної культури.

Табл.2.

Ключові концепти Visual Studies

Розділ	Назва	Основний зміст	Ключові автори / традиції	Значення для Visual Studies
4	Image, vision, visualité	Введення ключового поняття visualité, його філософські, соціальні та політичні виміри	Г. Бьом (1994), філософія візуальності	Формування понятійного апарату; закріплення відмінності між образом, баченням і візуальністю

Розділ	Назва	Основний зміст	Ключові автори / традиції	Значення для Visual Studies
5	Spectacle, observation, reconnaissance	Аналіз візуальних відносин: вистава, спостереження, визнання; розкриття складності погляду і видимого	Г. Дебор (1967/1994), М. Фуко	Осмислення візуальності як соціального процесу; погляд як контроль і визнання
6	Signification, pouvoir, désir	Вивчення того, як образи несуть сенс, закріплюють владу і викликають бажання; візуальне як активне	Ж. Лакан (1977), М. Фуко, С. Жижек	Підкреслення агентності візуального; поєднання психоаналізу та критичної теорії

Джерело: власна розробка автора

Заключна частина книги (Boidy, 2017) присвячена «горизонтам» досліджень і можливостям розширення поля. У розділі 7 «Idolâtrie, fétichisme, totémisme» розглядаються універсальні форми візуального ставлення, такі як ідолопоклонство, фетишизм і тотемізм, у діалозі з концепціями В. Дж. Т. Мітчелла (1994). Розділ 8 «Iconologie, représentations, dominé-e-s» зосереджений на сучасних і політичних репрезентаціях, особливо пов'язаних з маргіналізованими та пригнобленими групами, демонструючи, що візуальне є ареною боротьби за визнання (Mirzoeff, 1999). Нарешті, розділ 9 «Médias, attention, transversalités» розкриває питання медіа-

археології, економіки уваги та міждисциплінарних зв'язків, підкреслюючи актуальність Visual Studies в умовах цифрового середовища (Manovich, 2001). Автор у заключній частині книги переносить акцент у сферу перспектив і нових напрямків. Він розглядає універсальні форми ставлення до образу (ідолопоклонство, фетишизм, тотемізм), політичні репрезентації, а також медіальні та економічні умови візуальної культури в цифрову епоху. Такий підхід підкреслює, що Visual Studies – це не тільки і не стільки аналіз минулого і сьогодення, але й стратегічний прогноз, що враховує розвиток технологій, медіа-середовища і глобальної динаміки уваги.

Табл.3.

Горизонти та перспективи Visual Studies

Розділ	Назва	Основний зміст	Ключові автори / традиції	Значення для Visual Studies
7	Ідолопоклонство, фетишизм, тотемізм	Розгляд універсальних форм візуальних відносин: ідолопоклонство, фетишизм, тотемізм	В. Дж. Т. Мітчелл, (1994), антропологія образу	Розширення аналізу до архетипічних і культурно-антропологічних моделей
8	Іконологія, репрезентації, доміновані	Фокус на сучасних і політичних репрезентаціях, особливо пов'язаних з пригнобленими і маргіналізованими групами	Н. Мірзоев (1999), критична іконологія	Аналіз влади та опору через візуальні репрезентації
9	Médias, attention, transversalités	Теми медіа-археології, економіки уваги та міждисциплінарності	Ф. Кіттлер, Л. Манович (2001)	Обґрунтування актуальності Visual Studies в умовах цифрових медіа та економіки уваги

Джерело: власна розробка автора

Книга Максима Буаді наочно демонструє особливості становлення й розвитку теорії візуальної культури, яка постає як багатовимірний дослідницький простір. У ній активно залучаються дані про безмежну генеалогію дисципліни та наявні суперечки щодо її меж і предмета вивчення здійснюється ґрунтовна розробка понятійного апарату та методологічних інструментів аналізу образів, а також визначаються майбутні напрями розвитку та міждисциплінарні горизонти. Автор переконливо демонструє, що Visual Studies не можна розглядати як статичне знання або вузьку піддисципліну мистецтвознавства. Навпаки, це еволюційне поле, що трансформується у відповідь

на виклики часу, зберігаючи відкритість до діалогу з філософією, культурологією, медіологією та когнітивними науками. Саме ця відкритість і гнучкість дисципліни дозволяють інтегрувати різні підходи – від аналізу репрезентації та влади до дослідження нейроестетики й цифрової економіки уваги, – роблячи теорію візуальної культури важливим інструментом осмислення соціальних і технологічних процесів сучасності. Слід зазначити, що Visual Studies можна розкласти і на інтелектуальні традиції дослідження, і зробити своєрідну картографію процесів (Табл.4). Порівняльна карта дослідницьких напрямків візуальних досліджень буде виглядати наступним чином (Табл.4):

Табл.4.

Методологічні розгалуження в Visual Studies

Траскторія	Ключові фігури	Фокус/об'єкт	Тип питань до образу	Особливості
Англо-американська (Visual Studies)	В. Дж. Т. Мітчелл, Н. Мірзоєв	Будь-які візуальні форми (від мистецтва до медіа, мемів, інтерфейсів)	Як образ формує соціальні відносини? Яка влада/ідеологія закріплюється в репрезентації?	Політичність, міждисциплінарність, орієнтація на репрезентацію і «візуальний поворот»
Німецька (Bildwissenschaft)	Г. Белтінг, Г. Беом	«Образ» як антропологічна зв'язка: картинка – носій – тіло	Які онтологічні та антропологічні основи образу? Що робить образ образом?	Фокус на онтології та медіальності образу, менше уваги до політичних і соціальних контекстів
Французька (Médiologie)	Р. Дебре	Канали, інститути та медіа передачі зображень	Через які матеріальні та інституційні вектори циркулює образ?	Аналіз інфраструктур візуальності; увага до техніки та інституцій, а не до самого зображення

Джерело: власна розробка автора

Картографія трьох траскторій Visual Studies дозволяє побачити, що дисципліна формувалася на перетині різних інтелектуальних традицій, кожна з яких задала власний фокус дослідження. Англо-американська лінія акцентує увагу на репрезентації, владі та ідеології, розглядаючи візуальне як соціальний процес і політичний ресурс. Німецька Bildwissenschaft зосереджена на онтологічних і антропологічних аспектах образу, включаючи його

зв'язок з тілом і медіумом. Французька медіологія, в свою чергу, робить акцент на інституційних і технічних каналах передачі зображень, фіксуючи інфраструктурні умови візуальної культури. Таке порівняння показує, що Visual Studies – це не єдина теорія, а поле, в якому різні дослідницькі траєкторії розкривають різні сторони візуальності, визначаючи як предмет дослідження, так і перспективи його розвитку (Табл.5).

Табл.5.

Візуальна культура: стратегічні горизонти досліджень

Траскторія	Предмет / специфіка дослідження	Приклади об'єктів дослідження	Подальший розвиток і перспективи
Англо-американська (Visual Studies)	Репрезентація, влада, ідеологія, соціальні відносини, що конструюються образом	ТВ-реклама, інтернет-меми, візуальні кампанії в соціальних мережах, кіно, масова культура	Поглиблення критики цифрових медіа та алгоритмів; аналіз глобальної циркуляції зображень; дослідження візуальної політики в соціальних мережах
Німецька (Bildwissenschaft)	Антропологія образу: зв'язок «картинка – носій – тіло», онтологія образу	Ікони, культові зображення, портретна фотографія, анатомічні малюнки, ритуальні зображення	Зближення з нейроестетикою та когнітивними науками; розвиток онтології візуальності; дослідження ролі образу в постгуманістичному контексті
Французька (Médiologie)	Канали та інститути передачі зображень; медіуми та інфраструктури візуальності	Друковані книги, телебачення, інтернет-платформи, музеї, архіви, цифрові інтерфейси	Аналіз цифрових платформ і мережевих інфраструктур; акцент на «економіці уваги»; розширення до досліджень алгоритмів і штучного інтелекту

Джерело: власна розробка автора

Отже, аналіз праці М. Буаді довів, що візуальна культура постає як динамічне міждисциплінарне поле, в якому поєднуються історико-мистецтвознавчі, культурологічні, філософські та когнітивні підходи. Та вона не зводиться лише до аналізу образів, а виступає соціальною системою, що формує способи комунікації, конструє ідентичність та зберігає

колективну пам'ять, водночас відповідаючи на виклики цифрових медіа та економіки уваги.

Можна стверджувати, що перспективи досліджень і практик у цій сфері пов'язані з: інтеграцією гуманітарних і когнітивних наук, зокрема нейроестетики та психології сприйняття (Zeki, 1999); критичним аналізом цифрових медіа та алгоритмів,

що визначають візуальні потоки; пошуком стійких форм візуальної комунікації в умовах інформаційного перенасичення; а також розвитком креативних стратегій, що поєднують візуальні мистецтва, дизайн і технологічні інновації. Теоретична база візуальної культури відкриває можливості не тільки для опису сучасного суспільства, але й для прогнозування його трансформацій у майбутньому.

Сучасний стан візуальної культури неможливо розглядати без аналізу впливу цифрових платформ та їх алгоритмічних режимів. Алгоритми ранжування та маршрутизації візуального контенту переводять комунікацію в режим постійної селекції, перетворюючи увагу на оцифрований ресурс (Citton, 2017; Striphas, 2015). Це означає зсув дослідницького акценту Visual Studies від опису репрезентацій до вивчення режимів дистрибуції, де видимість обумовлена параметрами моделей (CTR, watch time, dwell time), інтерфейсними рішеннями (нескінченна стрічка, автоплей) і так званими «темними патернами» (Brignull, 2010). Продуктивним виявляється поєднання трьох дослідницьких підходів: критико-теоретичного (аналіз влади платформ і нормування сприйняття), медіоархеологічного (розгляд історії інтерфейсів як практик дисциплінування погляду) і когнітивного (вивчення процесів перемикання уваги, навантаження на робочу пам'ять і візуальних евристик) (Crary, 1999; Manovich, 2001). Методологічно це вимагає мультимодального дизайну дослідження: корпусного аналізу візуального контенту та метаданих, етнографічного спостереження за практиками користувачів, а також психофізіологічних вимірювань – eye-tracking, частоти мікросаккад, показників відволікання (Zeki, 1999). На прикладному рівні це призводить до формування етичної архітектури уваги: прозорих рекомендацій («чому я бачу цей пост»), м'яких лімітерів (паузинг автоплея), «інтервалів насичення» в сторітеллінгу і систем аудиту алгоритмів, що особливо важливо в сферах охорони здоров'я, політики та освіти (Williams, 2018).

Не менш значущим напрямом є дослідження репрезентації, ідентичності та колективної пам'яті. Візуальні медіа не просто транслиують групи або події, але структурують поле визнання: закріплюють ієрархії, норми тілесності та сценарії включення або виключення (Hall, 1997; Butler, 1990). Науковий аналіз передбачає виділення трьох рівнів: іконографічного (які мотиви та образи циркулюють), соціосеміотичного (як вони вбудовуються в практики – хештеги, челенджі, меметичні формати) та інституційного (які актори приймають рішення про видимість, модерацію та архівування) (Assmann, 2011; Erll, 2011). Особлива увага приділяється феномену трансмедійної пам'яті – стійким візуальним формам (ікони, інфографіка, меми), які конкурують за статус канонічних (Hoskins, 2018). Практична реалізація цього напрямку пов'язана з формуванням політик репрезентації для культурних

установ і брендів, розробкою стандартів візуальної атрибуції та контекстуалізації для ЗМІ, а також створенням «живих архівів» (living archives), що дозволяють відстежувати зміщення в інтерпретації та репрезентації.

Третім важливим напрямом є розвиток візуальної грамотності та стійких комунікацій. В умовах перенасиченості візуальними потоками ключовим завданням стає операціоналізація візуальної грамотності як сукупності навичок: перцептивних (помічати композиційні акценти), когнітивних (розпізнавати евристики та маніпуляції), критичних (виявляти ідеологічні передумови) та продукційних (створювати чітко читабельні візуальні повідомлення) (Elkins, 2008; Mirzoeff, 2015). Ці дослідження тісно пов'язані з нейроестетикою: емпіричні дані про переваги форм, контрасту і ритмів дозволяють калібрувати педагогічні та дизайнерські практики (Zeki, 1999). На прикладному рівні розвиток візуальної грамотності реалізується через освітні програми – модулі Visual Literacy, що включають читання зображень, візуалізацію даних, етику образу та основи нейровізуалістики (Messaris, 1994). Для креативних індустрій це означає впровадження протоколів стійкої візуальної комунікації: зниження «інформаційного шуму», пріоритет смислового контрасту над декоративністю (Ivanova, 2025), тестування сприйняття на різних пристроях. У публічній сфері особливу роль відіграють кампанії з викриття маніпуляцій із зображеннями – від помилкової кореляції до спотворених графічних шкал, що сприяє формуванню критичної медіаграмотності суспільства (Koltay, 2011).

Таким чином, дискусія про перспективи візуальної культури охоплює відразу три рівні: алгоритмічне управління увагою, репрезентацію і колективну пам'ять, а також розвиток візуальної грамотності. У сукупності ці напрями формують цілісне поле Visual Studies, де теоретичний аналіз тісно пов'язаний з практикою і соціальними викликами.

Сучасний розвиток візуальної культури вимагає не тільки аналітичного опису її поточного стану, але й прогнозування майбутніх трансформацій.

Перспективи досліджень і практик у цій сфері можна окреслити через чотири ключові напрями.

1. Спільні проекти гуманітаріїв і когнітивних вчених.

Інтеграція гуманітарних підходів і когнітивних наук відкриває нові горизонти у вивченні сприйняття зображення. Нейроестетика (Zeki, 1999; Ramachandran, 2011) і психологія сприйняття дозволяють емпірично досліджувати реакції глядача на композицію, колір, рух і ритм, що доповнює культурологічний і філософський аналіз. Така співпраця сприяє створенню міждисциплінарних лабораторій, в яких об'єднуються методи eye-tracking, функціональної МРТ і когнітивного

картування з герменевтичним і семіотичним аналізом (Chatterjee & Vartanian, 2014). У прикладній площині це означає розвиток освітніх програм, де студенти мистецтв і дизайну знайомляться з даними когнітивних наук, а дослідники в галузі психології уваги отримують доступ до матеріалів візуальної культури.

2. Критичний аудит цифрових медіа та алгоритмів.

Алгоритми цифрових платформ стають головним регулятором того, які зображення потрапляють у поле зору аудиторії. Критичний аналіз алгоритмічної селекції – від механізмів рекомендаційних систем до фільтрів контенту – необхідний для розуміння влади цифрових медіа (Striphas, 2015). Дослідження в цій галузі повинні поєднувати соціокультурний аналіз з обчислювальними методами: аудит «чорних скриньок» алгоритмів, аналіз метаданих і big data, а також етнографію користувацьких практик (Gillespie, 2018). На практичному рівні це означає формування етичних стандартів для індустрії: прозорість алгоритмів, незалежний аудит платформ і розробку курсів «етики інтерфейсів» для фахівців у сфері комунікації.

3. Розробка стійких форм візуальної комунікації в умовах «перенасиченого екрану».

В епоху інформаційного перевантаження ключовий виклик полягає у створенні візуальних повідомлень, які не тільки привертають увагу, але й забезпечують глибину сприйняття. Дослідження в цій галузі включають вивчення когнітивних обмежень уваги, дизайн візуальних інтерфейсів і теорії «мінімалістської інформації» (Miller, 1956; Tufte, 2001). Практичне значення має впровадження принципів «сталості візуальної комунікації»: зниження інформаційного шуму, оптимізація інфографіки, адаптивність до різних пристроїв і умов сприйняття. Це особливо важливо для освітніх, медичних і державних комунікацій, де візуальні форми повинні бути одночасно зрозумілими та етично відповідальними.

4. Креативні стратегії, що поєднують мистецтво, дизайн і технологічні інновації.

Сучасні візуальні дослідження тісно пов'язані з художніми та дизайнерськими практиками, які використовують новітні технології: доповнену та віртуальну реальність, штучний інтелект, генеративний дизайн (Manovich, 2019). Ці стратегії дозволяють створювати нові форми візуальності – інтерактивні виставки, цифрові інсталяції, проекти з елементами імерсивного сторітелінгу. В академічному плані це вимагає аналізу не тільки естетичного та культурного виміру, а й технічної інфраструктури, яка робить можливою появу таких форм (Bishop, 2012). Практична перспектива пов'язана з розвитком колаборацій між університетами, дослідницькими центрами та індустріями креативної

економіки, що сприяє формуванню інноваційного середовища для візуальних комунікацій.

Висновки.

Візуальна культура сьогодні постає як міждисциплінарне поле, що об'єднує історію мистецтва та іконологію (Panofsky, 1955; Warburg, 1999), культурні дослідження (Hall, 1997; Williams, 1981), філософію та постструктуралістську думку (Foucault, 1977; Derrida, 1997), антропологію та когнітивні науки, включаючи нейроестетику (Zeki, 1999; Ramachandran, 2011). Такий синтез дозволяє розглядати візуальні практики не як ізольований пласт культури, а як складну систему, вбудовану в соціальні та технологічні процеси.

Еволюція ключових концептів – репрезентації (Hall, 1997), погляду (gaze) (Foucault, 1977; Mulvey, 1975), візуального повороту (Mitchell, 1994; Boehm, 1994), категорії *visuality* (Boehm, 1994), вистави (Debord, 1967/1994), а також влади і бажання (Lacan, 1977; Žižek, 1992) – демонструє зсув від опису зображення як відображення реальності до його розуміння як активного агента, що конструює соціальні відносини. Аналіз книги Максима Буаді *La culture visuelle: Images, regards et médiations* (Boidy, 2017) демонструє, що візуальна культура постійно розвивається, інтегруючи нові підходи та об'єкти аналізу.

Методологічна картографія дисципліни виявляє три ключові траєкторії (англо-американську, німецьку, французьку), кожна з яких визначає свій особливий предмет, об'єкт і перспективу дослідження, формуючи мозаїчну, але цілісну картину Visual Studies.

Сучасні виклики візуальної культури пов'язані з алгоритмізацією медіа та «економікою уваги» (Citton, 2017; Striphas, 2015), з репрезентацією ідентичності та колективної пам'яті (Assmann, 2011; Erll, 2011), а також з необхідністю формування критичної візуальної грамотності (Elkins, 2008; Mirzoeff, 2015).

Практична значущість досліджень проявляється в розробці етичної архітектури уваги (Williams, 2018), стійких форм візуальної комунікації (Tufte, 2001), інклюзивних політик репрезентації та креативних стратегій, що поєднують мистецтво, дизайн і нові технології (Manovich, 2019).

Перспективи Visual Studies полягають в інтеграції гуманітарних і когнітивних наук (Chatterjee & Vartanian, 2014; Zeki, 1999), критичному аудиту цифрових платформ (Gillespie, 2018), розвитку програм візуальної грамотності (Messaris, 1994) і в міждисциплінарних креативних практиках, що поєднують дослідницьку та художню діяльність. Все це робить візуальну культуру не тільки інструментом опису сучасності, але й прогностичним ресурсом, що дозволяє виявляти напрямки її майбутньої трансформації.

REFERENCE

- Mirzoeff, N. (1999). *An introduction to visual culture*. Routledge.
- Panofsky, E. (1955). *Meaning in the visual arts*. Doubleday.
- Warburg, A. (1999). *The renewal of pagan antiquity: Contributions to the cultural history of the European Renaissance*. Getty Research Institute.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Williams, R. (1981). *Culture*. Fontana.
- Mitchell, W. J. T. (2002). Showing seeing: A critique of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 1(2), 165–181.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6–18.
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory: Essays on verbal and visual representation*. University of Chicago Press.
- Boehm, G. (1994). *Was ist ein Bild?* Wilhelm Fink.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Barthes, R. (1977). *Image, music, text*. Hill and Wang.
- Lotman, Y. (1990). *Universe of the mind: A semiotic theory of culture*. Indiana University Press.
- Lacan, J. (1977). *Écrits: A selection*. Norton.
- Žižek, S. (1992). *Looking awry: An introduction to Jacques Lacan through popular culture*. MIT Press.
- Zeki, S. (1999). *Inner vision: An exploration of art and the brain*. Oxford University Press.
- Boidy, M. (2017). *La culture visuelle: Images, regards et médiations*. Presses Universitaires de Vincennes.
- Debord, G. (1994). *The society of the spectacle*. Zone Books. (Original work published 1967)
- Citton, Y. (2017). *The ecology of attention*. Polity Press.
- Striphas, T. (2015). Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18(4–5), 395–412.
- Brignull, H. (2010). Dark patterns: User interfaces designed to trick people. Retrieved from <https://www.darkpatterns.org>
- Crary, J. (1999). *Suspensions of perception: Attention, spectacle, and modern culture*. MIT Press.
- Williams, J. (2018). *Stand out of our light: Freedom and resistance in the attention economy*. Cambridge University Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. Routledge.
- Assmann, J. (2011). *Cultural memory and early civilization: Writing, remembrance, and political imagination*. Cambridge University Press.
- Erl, A. (2011). *Memory in culture*. Palgrave Macmillan.
- Hoskins, A. (2018). *Digital memory studies: Media pasts in transition*. Routledge.
- Elkins, J. (2008). *Visual literacy*. Routledge.
- Messaris, P. (1994). *Visual literacy: Image, mind, and reality*. Westview Press.
- Ivanova, S. (2025). *The information evolution of thinking: From data to understanding. Information methodologies, perceptual paradigms*. Primedia eLaunch.
- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211–221.
- Ramachandran, V. S. (2011). *The tell-tale brain: A neuroscientist's quest for what makes us human*. W. W. Norton & Company.
- Chatterjee, A., & Vartanian, O. (2014). Neuroaesthetics. *Trends in Cognitive Sciences*, 18(7), 370–375.
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Miller, G. A. (1956). The magical number seven, plus or minus two: Some limits on our capacity for processing information. *Psychological Review*, 63(2), 81–97.
- Tufte, E. R. (2001). *The visual display of quantitative information* (2nd ed.). Graphics Press.
- Manovich, L. (2019). *AI aesthetics*. Strelka Press.
- Bishop, C. (2012). Digital divide: Contemporary art and new media. *Artforum International*, 51(1), 434–441.